

GUIDE DU COMPTABLE & DE L'EXPERT COMPTABLE

Les 7 enjeux de la profession comptable



Introduction

2020

Voilà une année qui aura marqué un tournant fort dans la majorité des secteurs d'activité. L'expertise-comptable ne déroge pas à la règle ! Face au travail à distance imposé par les mesures sanitaires, à la crise économique qui s'installe, et à la charge de travail croissante des collaborateurs, les cabinets ont dû faire preuve d'innovation et de résilience pour continuer à exercer.

Or, si la Covid-19 passera, la mutation des pratiques qui aura été à l'œuvre dans les cabinets pendant cette période trouble, elle, se pérennisera sans doute.

C'est pourquoi Spendesk a tenu à interroger les experts-comptables sur leur vision de l'avenir de la profession. Quels défis les attendent ? Quels enjeux pour la rentabilité et la productivité des cabinets ? Quels challenges pour les collaborateurs et leur carrière ?

Découvrez ici des éléments de réponse à ces questions, ainsi que les bonnes pratiques qui vous aideront à relever les défis d'avenir de la profession comptable.



Rodolphe Ardant

CEO et co-fondateur de Spendesk



Les experts

Merci aux experts interrogés pour leur participation !



Emmanuel Attal

Associé-Fondateur
AGK



Romain Jousselein

Associé
Audit CPA



Grégoire Proust

Associé-Fondateur
Impulsa



Jean-Laurent Petel

Associé Expert-Comptable
Primexis



Stéphane Raynaud

Secrétaire Général
ATH et Consultant



Robin Marandet

Associé Expert-Comptable
BDO

Sommaire

01

Quels sont les 7 challenges à venir de la profession comptable ?

08

02

Quelles bonnes pratiques pour affronter ces défis de l'expertise-comptable ?

10

Recruter de nouveaux collaborateurs

11

Se différencier sur le marché

14

Créer l'engagement des collaborateurs à distance

17

Gérer la charge de travail dans un environnement économique incertain

19

Éviter la lassitude des collaborateurs face à des tâches à faible valeur ajoutée

21

Gérer la pression sur la rentabilité

23

Rendre les collaborateurs disponibles pour les clients

25



01

Quels sont les 7 challenges à venir de la profession comptable ?



Spendesk a interrogé des cabinets d'expertise-comptable pour savoir quels enjeux, selon eux, la profession va connaître à l'avenir.

Les enjeux les plus importants pour la profession dans les années à venir sont...

83% la disponibilité des collaborateurs pour les clients

67% le recrutement de nouveaux collaborateurs

50% la lassitude des collaborateurs face à des tâches à faible valeur ajoutée

33% la pression sur la rentabilité

17% la différenciation des cabinets sur le marché

17% la charge de travail dans un environnement économique incertain

17% l'engagement des collaborateurs à distance

Et si vous découvriez désormais les clés pour affronter ces défis à venir ?

02

**Quelles bonnes pratiques
pour affronter ces défis de
l'expertise-comptable ?**



Recruter de nouveaux collaborateurs

La période économique, liée à la crise de la Covid-19, complexifie le recrutement de collaborateurs dans les cabinets comptables. Cette période complexe, ponctuée de restrictions budgétaires qui fragilisent les cabinets et leurs clients, immobilise le mercato : **les collaborateurs déjà en poste sont moins enclins à changer de cabinet.**

Qui plus est, **la profession comptable est de moins en moins attractive pour les jeunes talents.** L'expertise-comptable est perçue comme une profession qui multiplie les tâches à faible valeur ajoutée. Tâches qui commencent d'ailleurs à être remplacées par des outils digitaux.

Sans compter le fait que la technicité et la durée du diplôme d'expert-comptable peuvent être en elles-mêmes rebutantes : les jeunes perçoivent **un écart très important entre leurs études, longues et complexes, et les tâches peu attractives qui leur sont proposées une fois arrivés sur le marché.** Conséquence ? Très peu de profils juniors arrivent sur le marché chaque année.

Enfin, les cabinets ont la sensation de **subir le retard des formations d'expertise-comptable.** Celles-ci présentent un tel décalage avec la réalité du marché, que la formation des nouveaux collaborateurs semble se transférer des écoles vers les cabinets eux-mêmes.

“Le virage digital qui s’opère aujourd’hui doit être perçu comme une opportunité en termes de business et non une menace. Cette diversification de l’offre des cabinets rendue possible par les gains de productivité procurés par le digital les amène sur un terrain concurrentiel qui dépasse celui de la profession, impliquant une nécessité absolue de bâtir une stratégie marketing/communication et de marque employeur forte.”



Emmanuel Attal

Associé-Fondateur d'AGK

Pour affronter ces défis du recrutement, une stratégie commence à apparaître : **travailler la marque employeur de son cabinet**. Les cabinets comptables deviennent aujourd'hui des entreprises comme les autres, avec un marché spécifique, et une concurrence forte. On ne peut plus simplement poser sa plaque, et attendre que les talents frappent à la porte !

Les jeunes collaborateurs souhaitent percevoir la valeur de leur métier, et s'engager intensément dedans. Les cabinets doivent donc apprendre à **être plus attractifs, en empruntant au marketing leurs techniques de storytelling**, et notamment en mettant en avant le projet de leur cabinet dans les années à venir.

Sur tout le parcours de recrutement, les sujets tels que la RSE, l'équilibre vie professionnelle/ vie personnelle, ou encore le développement durable, doivent prendre une place forte. Le digital lui-même peut être un levier d'attractivité.

"A l'heure actuelle, le terme de comptable lui-même fait pas rêver les jeunes talents ; ils cherchent à donner du sens à leur métier futur, trouver une raison de s'engager. Les cabinets doivent donc trouver, en phase de recrutement, les mots justes et être capables de mettre en avant l'importance du rôle qu'auront ces jeunes, dans le cadre du projet global du cabinet."



Grégoire Proust
Associé-Fondateur d'Impulsa

Cependant, **attention à faire ce que l'on dit !** Si le fait de remplacer le terme de "comptable" par des expressions attractives comme "data controller" peut être une technique gagnante, le poste concret doit suivre derrière, et non proposer des tâches traditionnelles de comptabilité. C'est là que la formation, en interne, intervient.

Car les candidats de demain, dans les cabinets comptables, auront **des profils bien différents de ce que l'on imagine d'un expert-comptable traditionnel**. Les cabinets qui sortiront du lot demain seront ceux qui seront capables d'investir dans des compétences différenciantes, pas forcément applicables dès maintenant, mais servant le projet global de l'entreprise : management, SI, contrôle de gestion, tech...

Au-delà de ces hard skills techniques, **c'est également dans les soft skills qu'il faudra investir pour réussir demain**. L'intelligence émotionnelle, la capacité à analyser et comprendre les besoins du client, et la curiosité nécessaire pour acquérir de nouvelles compétences, sont clés pour les profils des talents de demain.

“Les cabinets doivent aujourd’hui rechercher des collaborateurs ayant une âme d’entrepreneur, c’est-à-dire qui savent se mettre à la place du client, pour lui proposer les bonnes solutions. Vous pouvez trouver le meilleur technicien du monde; mais s’il ne sait pas comprendre l’activité de son client ou échanger avec lui, il ne collera sans doute pas.”



Stéphane Raynaud

Secrétaire Général de l’association ATH et Consultant

La profession espère d’ailleurs ne pas avoir à prendre en main la formation de ces nouveaux talents à elle seule. L’Ordre des Experts-Comptables ne pourrait-il pas, une fois des jeunes arrivés à sa tête, insuffler une nouvelle vision à ce métier ?



Se différencier sur le marché

Sur le marché de l'expertise-comptable fait aujourd'hui rage une concurrence comme on ne l'a jamais connue auparavant. Non seulement les cabinets sont nombreux, mais l'arrivée massive des compta-tech a révolutionné cet univers. C'est pourquoi les cabinets ne peuvent plus uniquement répondre aux obligations légales des clients : ceux-ci ne veulent plus déployer un gros budget sur ces tâches obligatoires. Ils recherchent, au-delà de ces nécessités légales, une valeur ajoutée pour leur business.

La crise du Covid-19 a d'ailleurs accéléré cette nécessité d'un nouveau positionnement de l'expert-comptable. Tout au long de cette crise, les clients ont cherché auprès de leur cabinet de l'aide très concrète, au-delà des missions traditionnelles d'expertise-comptable, sur les Prêts Garantis par l'Etat ou le chômage partiel, par exemple.

De plus, on remarque que les cabinets qui ont réussi à se différencier se sont énormément appuyés sur les outils digitaux. Cette transition numérique, accélérée par la crise, leur a notamment permis de garder une réelle disponibilité auprès des clients.

“Le défi d'aujourd'hui n'est plus de réfléchir dans son cabinet, mais sur son cabinet. Tout doit partir d'un positionnement stratégique concret, dont toutes les étapes typiques de développement d'une entreprise peuvent ensuite découler. Bon nombre de cabinets pensent que les outils peuvent les aider à résoudre leur problématique stratégique : c'est bien l'inverse qui est en jeu, avec l'outil qui se met au service de la stratégie.”



Stéphane Raynaud

Secrétaire Général de l'association ATH et Consultant

Pour réussir à se différencier sur ce marché ultra-concurrentiel, **tout commence par une réflexion sur sa stratégie de positionnement**. Bien entendu, certains cabinets peuvent choisir de rester sur un positionnement de “facilitateur d'obligations fiscales et sociales”, qui demeure une posture utile, même si peu innovante. Mais ils peuvent également

devenir les “coachs” de leurs clients, en leur proposant des solutions personnalisées à leur business, et une réelle valeur ajoutée.

L'idée : **accompagner le client à 360°**, tant sur l'expertise-comptable que sur des sujets de gestion, de finances, de juridique, voire d'accompagnement personnel du dirigeant. **L'expert-comptable devient alors le copilote du chef d'entreprise, une forme de DAF externalisé** qui lui explique les tendances de ses chiffres, lui propose un budget, ou encore des actions correctrices.

Un positionnement qui demandera à bon nombre de cabinets d'avoir **une vision entrepreneuriale forte**, pour réussir à créer un groupe d'experts (en SI, en contrôle de gestion, en valorisation, en évaluation...) pour adresser toutes les problématiques des clients.

“Le nom d'Expert-comptable, avec la place centrale du mot comptable dedans, ne convient plus aujourd'hui à la profession et agit presque comme un boulet. Et si la profession changeait de nom afin de le rendre plus fidèle au nouveau champs d'intervention des cabinets ? Cela permettrait d'augmenter d'une part leur crédibilité vis-à-vis du marché pour notamment se positionner en tant que DAF, et d'autre part l'attractivité de la profession afin d'attirer les talents dont les cabinets ont besoin pour relever leurs nouveaux défis.”



Emmanuel Attal

Associé-Fondateur d'AGK

Et qui dit changement de positionnement, dit **véritable conduite du changement dans le cabinet**, auprès des collaborateurs. Leur rôle devient alors de créer une expérience client forte, ce qui demande un changement de posture. L'impact sur leur travail quotidien, et l'organisation du cabinet, peut être fort.

Un même collaborateur ne pourra par exemple plus absorber tous les besoins d'un client: certains cabinets choisiront alors de **segmenter leurs équipes en fonction des différents sujets** (comptabilité, paye, juridique...), voire en fonction des secteurs d'activité des clients.

Objectif : devenir un expert du business de leurs clients, et leur proposer des offres différenciantes, adaptées à leur stade de développement.

Sans doute la profession comptable va-t-elle rapidement muter elle-même, pour se différencier. On peut imaginer, à horizon 5 ou 10 ans, que **des data analysts viendront**

épauler les comptables dans l'analyse des chiffres. Peut-être certains rôles, dans les cabinets, seront-ils même dédiés à la relation client : une forme de commercial qui se charge de récolter, en amont, les besoins réels des prospects.

“A terme, la profession comprendra, d'une part, des spécialistes de l'IT et de la Business Intelligence, et d'autre part, des spécialistes de la comptabilité. Les profils mêlant ces deux types de compétences seront sans doute difficiles à trouver. Ce sont les associés, armés de leur expérience du métier, qui doivent porter ce changement de positionnement sur le marché.”



Jean-Laurent Petel

Associé Expert-Comptable chez Primexis



Des outils digitaux pour se différencier ?

Oui ! Mais seulement après avoir mené une réflexion sur le positionnement de son cabinet, et la manière dont les outils peuvent venir répondre à cette différenciation.

Vous pourrez alors vous tourner vers des outils comme :



Zoom ou **Microsoft Teams** pour communiquer en interne ou avec les clients.



Sharepoint, **DropBox** ou **Google Drive**, pour partager des documents en interne et à distance.



Spendesk, **ReceiptBank** ou **IPaidThat**, pour automatiser une partie des tâches comptables.



Qonto, **Payfit**, ou **Alan**, pour relier vos outils internes aux solutions utilisées par vos clients.

Créer l'engagement des collaborateurs à distance

Avec la crise du Covid-19, un challenge inédit a surgi dans l'univers des cabinets comptables : celui de passer une bonne partie des collaborateurs au travail à distance. Cette révolution (forcée) du télétravail a non seulement demandé aux structures de **mettre en place une boîte à outils permettant aux collaborateurs de bien travailler**, mais également de **réfléchir au concept de management à distance**.

On le sait : **cette tendance du télétravail va perdurer** dans tous les secteurs d'activité... et les cabinets comptables ne dérogeront pas à la règle. Les collaborateurs le réclamaient avant la crise, et continueront de s'y attacher dans les années à venir.

D'ailleurs, cette notion de distanciel a permis à certains cabinets de grande taille, dont les différents bureaux étaient répartis sur un vaste territoire géographique, de trouver de **nouvelles bonnes pratiques collaboratives**, pour devenir plus efficaces.

Alors comment réussir à garder les collaborateurs engagés, même en télétravail ? La réflexion doit commencer par **une formation des managers**, qui doivent apprendre à répondre à des problématiques concrètes, telles que le suivi de l'avancement des tâches, ou encore la manière de s'adapter au fonctionnement à distance de chacun.

La culture des cabinets doit d'ailleurs suivre : la séparation vie personnelle/vie professionnelle doit par exemple y être inscrite fortement. Pour faire vivre cette culture d'entreprise, mettre en place des espaces de libre-échange digitaux peut s'avérer déterminant.

"Chez BDO, nous avons la chance d'avoir des équipes déjà très impliquées. Il nous a fallu trouver les bonnes actions à mettre en œuvre pour garder cet engagement, ce dynamisme : café-réunions distanciels réguliers pendant le confinement, hotline de soutien psychologique, blog dédié aux informations réglementaires autour du Covid-19, challenges informels pour garder la cohésion d'équipe..."

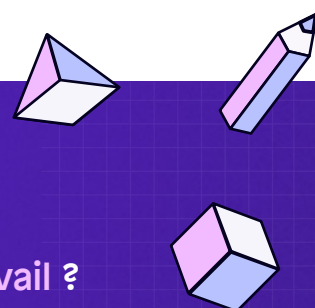


Robin Marandet

Associé Expert-Comptable chez BDO

Qu'en est-il des jeunes arrivants ? Comment les engager eux aussi, à distance ? Le digital, et notamment **les formations en e-learning ou webinars**, peuvent aider à transmettre, dès l'onboarding, la culture du cabinet et ses bonnes pratiques. Si vous choisissez cette option, pensez ludique, et évitez à tout prix l'information purement descendante !

Et bien entendu, comment parler d'engagement à distance sans parler des **outils digitaux** ? S'ils ne permettent pas en eux-mêmes de recréer le lien fondamentalement humain qui a lieu en présentiel, ils permettent d'aider chacun à mieux exercer son travail au quotidien.



Quels outils digitaux pour créer l'engagement en télétravail ?

- **Des outils de communication** (Zoom, Teams...), segmentés en différents canaux spécifiques aux diverses problématiques, pour collaborer sur des sujets précis.
- **Un blog ou une plateforme interne au cabinet**, pour partager les actualités de la profession comptable, et aider les collaborateurs à être toujours à jour sur leur veille réglementaire.
- **Des newsletters internes régulières**, pour transmettre des astuces de productivité et fédérer les équipes autour d'une culture d'entreprise solide.
- **Des enquêtes et sondages**, pour récolter les retours d'expérience de chacun, et trouver de nouvelles optimisations à mener.



Gérer la charge de travail dans un environnement économique incertain

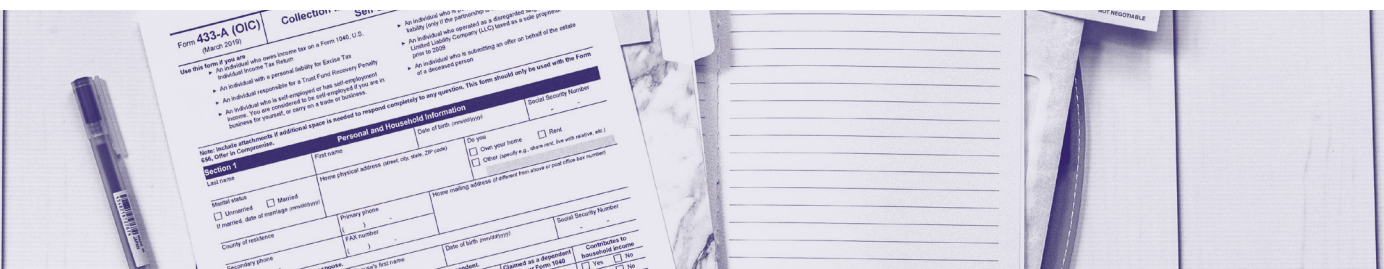
Souvenez-vous combien le “monde d’avant” de la profession comptable fonctionnait sur un rythme bien cadré. Tandis que la charge de travail, lors des campagnes fiscales, était intense, le reste du temps, les experts pouvaient prendre plus de temps pour suivre les problématiques quotidiennes de leurs clients.

Mais depuis la crise du Covid-19, ce rythme a été bouleversé. **La charge de travail des collaborateurs a explosé, avec les demandes d’aides** diverses et variées des clients (PGE, chômage partiel...). La période a d’ailleurs pu dévoiler combien les tâches administratives ne tendent pas vers une simplification globale, mais bien plutôt vers une complexité, toujours plus chronophage.

Ainsi, alors que les cabinets devraient pouvoir prendre le temps de réfléchir à leur positionnement, à leur image, bref, à leur avenir... ceux-ci ont très peu de temps pour s’y consacrer. On le sait d’ailleurs : **la prise de décision dans un monde incertain demande encore plus de temps**. Résultat : les cabinets demeurent toujours “en réaction” par rapport aux textes et à la gestion de leurs clients, plutôt que dans la “projection”, l’anticipation.

Dans ce monde incertain, compliqué, les experts-comptables doivent donc développer de nouvelles soft skills pour affronter la charge de travail croissante qui leur incombe. La clé pour continuer à performer : **l’agilité, une compétence humaine qui n’est pas forcément inhérente à la profession**, et à laquelle la formation d’expertise-comptable ne prépare pas les jeunes talents.

Cette agilité est une compétence redoutablement efficace pour gagner du temps : les collaborateurs doivent pouvoir tester des solutions, capitaliser sur l’existant, voire apprendre à faire marche arrière si nécessaire, pour trouver l’outil ou le processus idéal à la problématique rencontrée.



“Une étude d’Olivier Torres, publiée dans La Profession Comptable, montre que le chef d’entreprise avait l’habitude d’avoir le contrôle quasi intégral sur son entreprise. Depuis la crise du Covid-19, ces clients, qui pensaient avoir la mainmise sur toute leur activité, se sont retrouvés à ne plus contrôler grand-chose. C’est tout à fait pareil pour les experts-comptables, et c’est là toute la difficulté pour eux ! Et c’est pourquoi, dans un monde incertain et complexe, la compétence-clé à acquérir dans les cabinets est bien l’agilité.”



Stéphane Raynaud

Secrétaire Général de l’association ATH et Consultant

Alors comment aider les collaborateurs à devenir plus agiles face à leur charge de travail parfois colossale ? **La formation interne**, trop souvent basée sur la technique, doit déployer des programmes spécifiques au développement de cette soft skill cruciale. D’ailleurs, des formations aux outils digitaux peuvent également s’avérer de bonne augure.

Car **la technologie est également une clé efficace pour mieux organiser son temps de travail, et gagner en agilité**. Par exemple, le fait de savoir connecter les outils du cabinet en API à l’outil du client peut aider à remonter plus aisément les informations nécessaires et, ce faisant, à gagner du temps.

“Nous utilisons déjà, avant la crise, l’outil de signature électronique recommandé par l’Ordre des Experts-Comptables : JeSigneExpert. Pendant la crise, l’adoption de cet outil par nos clients a explosé : nous sommes en moyenne à 500 signatures par mois aujourd’hui. L’outil nous permet un gain de temps significatif.”



Romain Jussellin

Associé chez Audit CPA

Enfin, cabinets, ne restez pas seuls face à une problématique technique ! **La mutualisation des compétences dans la profession permet de gagner un temps précieux**, en évitant de réinventer la roue de multiples fois, alors que d’autres experts ont déjà trouvé des solutions efficaces. Les cabinets de grande taille peuvent compter sur l’aspect collaboratif au sein de leur structure. Mais les petits cabinets, qui forment la majorité de la profession comptable, doivent se rapprocher et s’appuyer sur d’autres acteurs. L’objectif : effectuer une veille de qualité, pour gagner du temps, à réinvestir dans le suivi des clients.

Éviter la lassitude des collaborateurs face à des tâches à faible valeur ajoutée

C'est un fait : **les travaux traditionnels de tenue de comptes n'attirent plus les talents d'aujourd'hui**. Lassés de ces tâches à faible valeur ajoutée, ils les boudent, et perdent en engagement lorsque leurs missions consistent uniquement à les réaliser.

Voilà une situation qui engendre un double souci. D'une part, **le recrutement de collaborateurs sur de telles missions devient très compliqué** : les talents demandent des salaires très élevés par rapport à la valeur, réelle et perçue, de ces tâches. D'autre part, **les marges s'érodent sur ces missions** : au-delà de l'obligation légale qui leur est inhérente, les clients ne saisissent pas, eux non plus, l'intérêt de ces tâches.

Pour affronter ce challenge, une pratique déjà bien connue de la profession continue de se développer : **l'externalisation de ces travaux comptables à faible valeur ajoutée, vers des pays où les experts sont toujours intéressés par ces missions**. Cette solution a le mérite de permettre aux collaborateurs français de se focaliser sur la préparation de la mission, et sur la relation client : chacun est déployé sur ce qu'il sait faire de mieux, en somme. Cependant, une telle organisation demande de **mettre en place des process et outils communs aux différentes équipes**.

Mais on le sait bien : c'est surtout l'apport du digital qui peut aider les collaborateurs à éviter la lassitude face à ces tâches chronophages, peu attractives. C'est d'ailleurs ce qui explique que bon nombre de cabinets visent **une politique de dématérialisation totale des flux comptables de leurs clients**. Notes de frais, fiches de paie, et autres documents n'étant plus saisis à la main, le collaborateur devient un analyste et un contrôleur : une mission bien plus trépidante que celles qui occupaient les experts-comptables d'hier !



“Un exemple d’outil qui a permis de réduire la lassitude des collaborateurs est Receiptbank. Cet OCR facilite grandement la tenue de comptes, puisque tous les champs sont automatiquement reconnus par le logiciel. Le travail du collaborateur revient alors à appuyer sur un bouton pour envoyer la facture à la comptabilité... et de gagner du temps pour des tâches à plus haute valeur ajoutée.”



Romain Jussellin

Associé chez Audit CPA

Et là encore, l’outil digital n’est pas une solution en soi : il s’agit de **trouver le bon outil pour le bon usage, pour le bon client, pour la bonne problématique**. Cette recherche d’outil elle-même rend le métier des collaborateurs plus passionnant : ils ont pour rôle d’effectuer une veille sur le marché, sur ces outils, et sur leur utilisation optimale.

Le sésame digital pour les cabinets de demain ? **L’OCR (la reconnaissance optique des caractères), associée à l’intelligence artificielle**. Cette dématérialisation, et l’intervention du machine learning dessus, permettra définitivement de dire adieu à ces tâches chronophages, mettant les collaborateurs de demain dans **une posture de conseil auprès des clients**, bien plus agréable au quotidien.



Gérer la pression sur la rentabilité

Les années passant, **les marges que les cabinets faisaient sur les missions de comptabilité réglementaires s'érodent de plus en plus**. Cette érosion ne vient pas de nulle part : d'un côté, les clients ne souhaitent plus dépenser un budget conséquent dans des missions qui semblent ne leur apporter aucune valeur ajoutée ; d'autre part, **l'apparition massive des pure-players digitaux sur le marché a changé la donne**. Ces derniers arrivent en effet à répondre à une partie des besoins des clients, de manière très attractive.

Ceci étant, la crise du Covid-19 aura eu un impact positif : celui de prouver aux clients que **leur expert-comptable n'est pas qu'une simple "machine à chiffres", mais bien un accompagnant, un conseiller pour leur business**. C'est là que se trouve la clé pour faire face à la pression sur la rentabilité : dans le fait de générer une véritable valeur au client, pour laquelle il sera ravi de payer le prix.

Ainsi, plutôt que s'essayer d'améliorer leur marge en revoyant leurs pricings, les cabinets doivent limiter le temps passé par les collaborateurs sur les tâches à faible valeur ajoutée, pour les positionner sur **des missions sur-mesure, présentant des marges plus importantes**. Les outils digitaux sont, en ce sens, un véritable vecteur de rentabilité.

"Pour le client, rien ne change en termes de coûts. Mais grâce à la digitalisation et l'automatisation rendue possible par l'intelligence artificielle, les collaborateurs passent désormais plus de temps sur des missions de pilotage financier, d'analyse et de conseil, répondant ainsi aux besoins prioritaires des entrepreneurs."



Emmanuel Attal

Associé-Fondateur d'AGK

Là encore, **tout est une question de positionnement stratégique**. Les cabinets qui diversifient les prestations qu'ils proposent à leurs clients, pour répondre à un large panel de leurs besoins, arrivent à tirer leur épingle du jeu avec brio. La bonne pratique consiste

à **utiliser les missions réglementaires, à faible marge, comme une offre d'appel pour des prestations plus personnalisées** : de quoi augmenter le panier moyen du client, et lui apporter une réelle valeur.

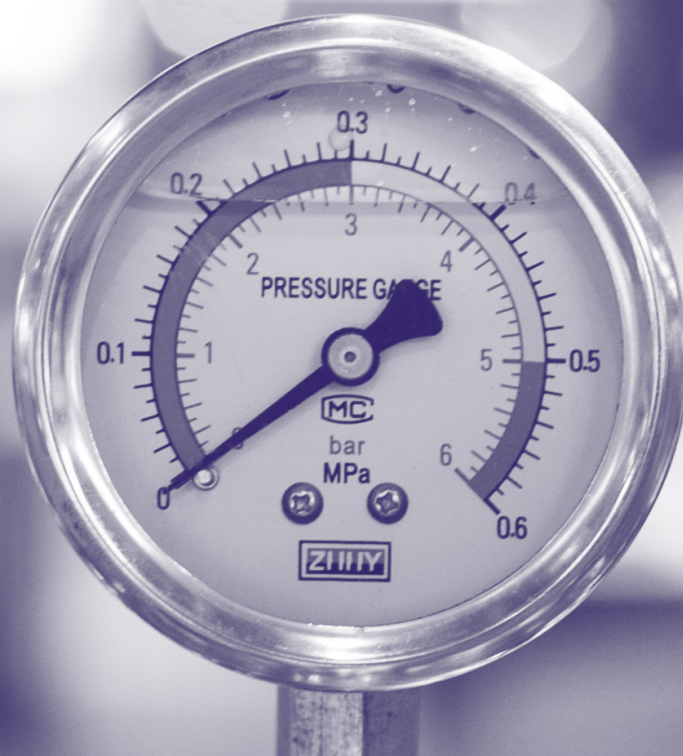
En observant le phénomène de cette manière, la problématique se résout d'elle-même : les cabinets ayant adopté le bon positionnement n'auront plus de souci de rentabilité.

“Nous avons la chance, dans notre cabinet, de ne pas réellement ressentir la pression liée à l'arrivée des pure-players digitaux sur le marché. La raison est simple : tandis qu'eux ont une approche mass-market, nous proposons une approche haut-de-gamme, personnalisée, qui permet de répondre aux besoins du client, en relation directe avec lui.”



Robin Marandet

Associé Expert-Comptable chez BDO



Rendre les collaborateurs disponibles pour les clients

Voilà déjà plusieurs années que **les clients attendent de leur expert-comptable qu'il anticipe leurs besoins, soit un véritable acteur du succès de leur entreprise**. Et la crise du Covid-19 n'a fait qu'accentuer ces attentes : la période s'est avérée être une occasion unique de montrer que l'expert n'est pas uniquement une "machine à déclarer leur TVA".

Ainsi, les collaborateurs n'ont eu d'autre choix que d'être **plus disponibles pour leurs clients**. Affairés par leurs PGE, leurs demandes d'aides, le repoussement de leurs échéances, attendaient des collaborateurs qu'ils soient disponibles, par email ou par téléphone, pour répondre à leurs questions.

"Pendant cette période de crise, les publications LinkedIn ou le mailing ne suffisaient pas à établir un rapport fort avec les clients. Les boîtes mails sont souvent saturées de messages divers et variés, et tout le monde n'a pas le réflexe de regarder ses réseaux sociaux pour s'informer sur ses démarches comptables et fiscales ! Les collaborateurs ont dû trouver du temps pour prendre leur téléphone et appeler en direct les clients. L'objectif était de savoir que leur expert-comptable était bien présent, à leur écoute."



Romain Jussellin
Associé chez Audit CPA

Qui dit changement d'attentes de la part des clients, dit donc changement de posture de l'expert-comptable. Celui-ci ne peut plus se permettre de rester dans l'ombre de la tenue de compte : il doit savoir **se positionner comme un acteur majeur de l'entreprise du client, comme un véritable conseiller**. C'est en ça que la formation est cruciale : elle permet aux collaborateurs d'être à la fois experts des évolutions fiscales et réglementaires, mais aussi d'adopter la bonne posture au bon moment.

“Les clients d’aujourd’hui demandent à leur expert-comptable, non seulement une expertise technique mais aussi une véritable réactivité et un lien professionnel fort. La formation doit permettre aux collaborateurs d’être en mesure de construire cette relation. Et c’est tant mieux : car rendre les collaborateurs capables d’être plus proches des clients c’est également leur offrir des perspectives pour la suite de leur carrière.”



Grégoire Proust

Associé-Fondateur d’Impulsa

Bien entendu, **les outils digitaux et l’automatisation des tâches comptables traditionnelles ont leur rôle à jouer** dans cette problématique. Leur but : faire gagner encore plus de temps aux collaborateurs, pour que ceux-ci le réinvestissent dans un contact client personnalisé. L’outillage digital permet également d’**opérer un suivi client précis** : les tableaux partagés par les équipes permettent de savoir où on en est des relances clients, et les outils d’emailing permettent de suivre le fait que l’information est bien remontée aux oreilles des clients.

“Pour faire monter en compétences nos collaborateurs sur le digital, et les aider à se positionner en conseiller des clients, nous avons mis en place un challenge commercial en interne : le Challenge Digital Expert. Ils avaient 2 mois pour devenir des experts du digital, via des formations, des quizz, des démo de produits... Ils ont également mené une analyse de leur portefeuille client pour voir quelles offres conviendraient à quels clients. A l’issue de ces 2 mois, ils étaient capables de vendre des outils digitaux, en rebondissant sur un réel problème rencontré par un client.”



Robin Marandet

Associé Expert-Comptable chez BDO

Il est bien beau de se positionner comme un cabinet digitalisé, proposant tableaux de bord et reportings avancés... encore faut-il avoir remporté **l'adhésion de ses équipes en interne** ! L'objectif : aligner le discours des associés, fervents défenseurs du digital, aux pratiques réellement appliquées dans la relation client.

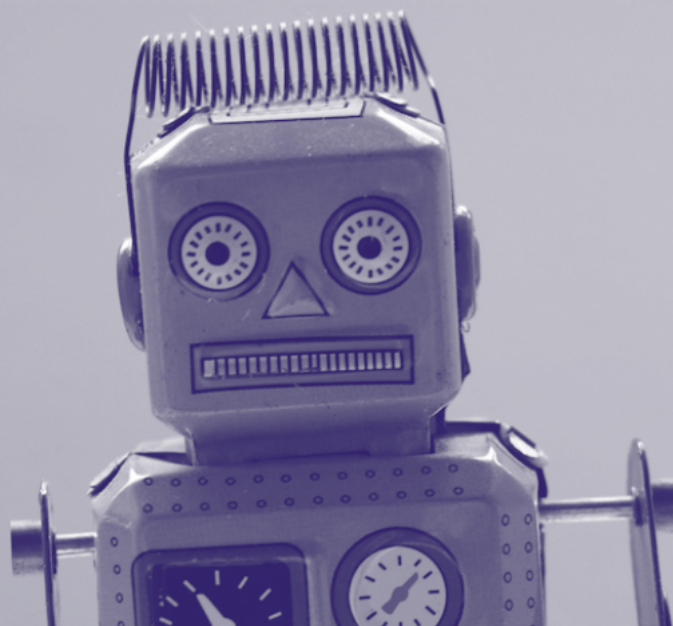
C'est bien simple : plus l'activité des cabinets sera diversifiée, plus d'autres chemins que les plus traditionnels seront envisagés, plus les collaborateurs doivent être accompagnés. En ce sens, **la conduite du changement est sans doute l'un des plus grands challenges de la profession comptable** dans les temps à venir.

“Le passage à l'automatisation, à des outils digitaux poussés, a demandé des changements de processus dans notre cabinet. Nous avons créé un point en interne, toutes les semaines, pour informer ceux qui avaient une appétence sur le sujet. Pendant 30 minutes, nous parlons des bonnes pratiques et des outils. De ces moments d'échanges ressortent également des cas concrets qui permettent de faire évoluer nos processus. Cela demande beaucoup d'investissement personnel, et une réelle conduite du changement.”



Jean-Laurent Petel

Associé Expert-Comptable chez Primexis

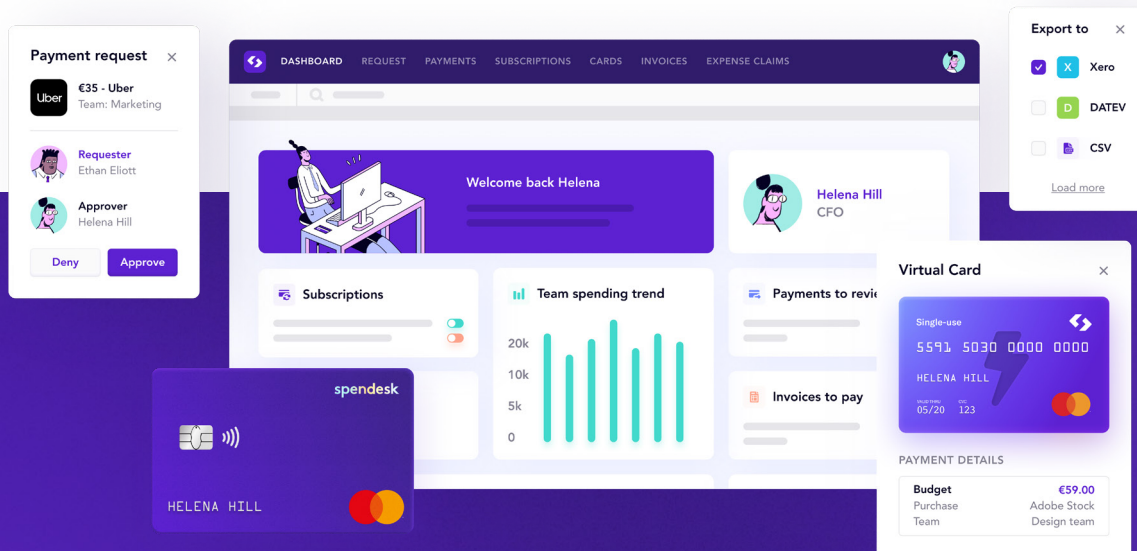


Conclusion

Entre défis technologiques et défis humains, l'avenir de l'expertise-comptable ne sera pas sans rebondissements ! Les enseignements-clés à tirer de cet ouvrage sont, somme toute, assez simples :

- Définir une stratégie de positionnement forte
- Choisir les bons outils
- Mettre en place une véritable conduite du changement pour faire suivre les collaborateurs.

Et vous, êtes-vous prêt à affronter ces challenges trépidants ?



Les derniers conseils de nos experts



“Fixez-vous des objectifs, et délivrez en fonction de ces objectifs. C’est un essentiel pour bien avancer.”



Grégoire Proust

Fondateur d’Impulsa

“N’ayez pas peur de prendre une fausse route. Quand il y a un challenge, il n’est pas possible de connaître le bon chemin dès le départ. Parfois, l’initiative la plus simple donne les meilleurs résultats, mais on ne le sait pas tant qu’on n’a pas essayé.”



Jean-Laurent Petel

Associé Expert-Comptable chez Primexis

“Sortez du cadre, allez voir ce qui se passe ailleurs, par le voyage, notamment. Allez voir ce que font les confrères dans d’autres pays, intéressez-vous aux autres : peu de personnes le font, mais c’est une véritable opportunité de s’ouvrir à de nouveaux défis et nouvelles missions.”



Stéphane Raynaud

Secrétaire Général de l’association ATH et Consultant



Les derniers conseils de nos experts



“Dans toute crise, il y a toujours des opportunités à trouver.”



Romain Jussellin

Associé chez Audit CPA

“Mon conseil se résume à travers cette citation de Jeff Bezos : *If you never want to be criticized, don't do anything new.*”



Emmanuel Attal

Associé-Fondateur d'AGK

“Soyez transparent sur ce que vous savez, et surtout sur ce que vous le savez pas. Ce que vous savez faites en une force que vous pouvez transmettre. Sur ce que vous ne savez pas, posez des questions sans attendre, pour ne pas décevoir et surtout pour apprendre !”



Robin Marandet

Associé Expert-Comptable chez BDO





Experts-comptables, découvrez comment Spendesk peut vous aider à gagner du temps dans la gestion de votre portefeuille client, au quotidien

Devenez partenaire Spendesk, et bénéficiez de...

- Plus de visibilité, avec le suivi et l'analyse en temps réel des dépenses de vos clients et de leurs justificatifs comptables.
- Gain de temps supplémentaire, grâce à un outil de gestion des dépenses de vos clients directement intégré à votre outil comptable.
- Un accompagnement sur mesure pour accompagner la transformation digitale de vos clients, avec une solution adaptée.

[Découvrir le programme partenaire Spendesk](#)

hello@spendesk.com
www.spendesk.com