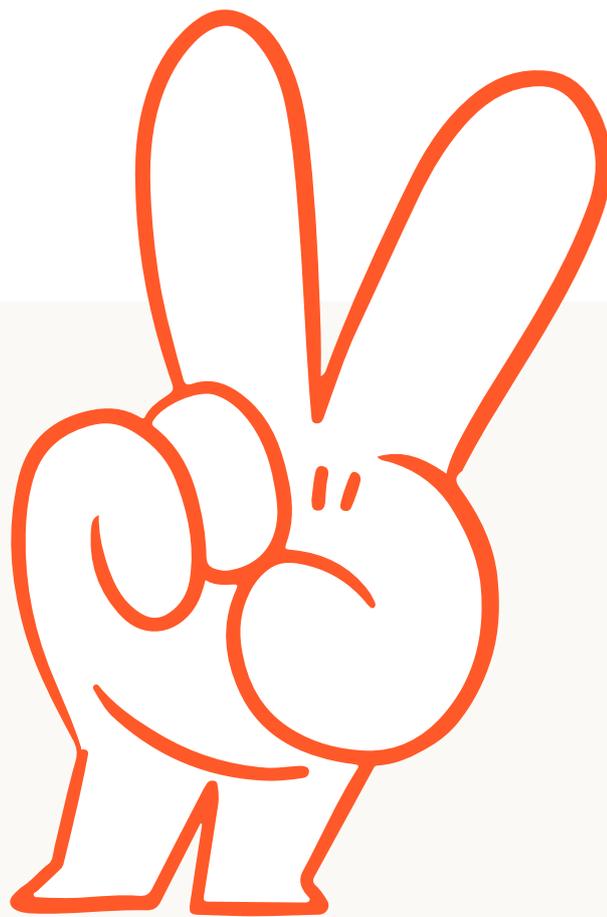




PDJ #3 – 22 SEPTEMBRE 2022
L'EXPÉRIENCE CLIENT : VERS LE
DÉBUT D'UNE NOUVELLE ÈRE
POUR L'EXPERTISE COMPTABLE ?



LIBEO

Les cabinets interrogés estiment que le degré de personnalisation de l'expérience client de leur cabinet s'élève à :

2,7/5

50%

des cabinets interrogés considèrent que le fait de proposer aux clients des outils innovants, contribue à une meilleure expérience client

Sondage réalisé auprès d'un échantillon de plusieurs dizaines de cabinets comptables comptant parmi les 100 plus gros cabinets de France



4 IDÉES CLÉS

1 FORMER LES COLLABORATEURS À LA RELATION CLIENT

La formation des collaborateurs à la relation client devient un sujet prioritaire pour la direction et le management.

- **Elle ne doit pas être ponctuelle**, mais s'inscrire dans la durée, avec des séances régulières, dont les résultats et les objectifs seront révisés et améliorés en continu.
- **C'est un projet global et stratégique** qui doit être porté et incarné par la direction afin qu'une véritable culture client, avec ses bonnes pratiques, se diffuse au sein du cabinet.

CE QUI EST PRIMORDIAL : Axer les formations sur les soft skills, notamment pour que les différents métiers à l'intérieur du cabinet apprennent à se parler et que chaque collaborateur ait une vision transverse des enjeux client.

2 MIEUX CONNAÎTRE SES CLIENTS : UN ENJEU STRATÉGIQUE POUR LA RELATION CLIENT

Le premier prérequis d'une relation client réussie, c'est la connaissance de leur secteur, de leur taille, de leurs besoins et de leur niveau de satisfaction par rapport aux services rendus

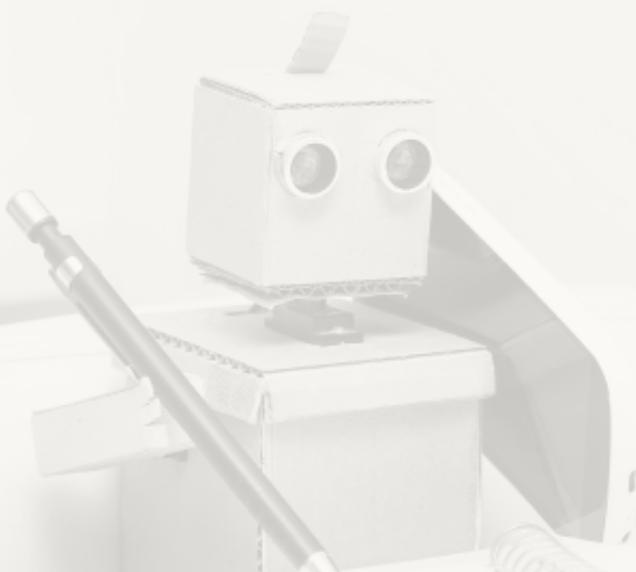
La connaissance approfondie de son client offre de nombreux avantages :

- **Augmenter** sa satisfaction et, ainsi, l'engager et le fidéliser à travers une relation durable, fondée sur la confiance mutuelle.
- **Identifier** des manques au sein du cabinet et donc concrétiser des opportunités de croissance et de développement commercial.
- **Gagner** du temps et de la productivité. Le cabinet doit adapter son offre au profil du client.
- **Gérer** les efforts au sein du cabinet en mettant l'interlocuteur le plus qualifié face aux besoins spécifiques du client.

Comment mettre en oeuvre cette connaissance client ?

Transformer la profession pour la faire passer d'une culture de la production à une culture du service client.

- **Avoir un CRM** pour interagir avec le client de manière ciblée afin de lui offrir un service personnalisé et, par conséquent, plus pertinent.
- **Avoir une stratégie data** pour optimiser la relation client et analyser les comportements des clients afin d'intervenir de manière proactive.
- **Faire une revue de portefeuille régulière** afin de mesurer la satisfaction client.
- **Créer du lien** en animant les clients par réseau et en organisant des événements pour créer de la curiosité et de l'empathie.



3 AGIR AVEC DISCERNEMENT FACE À LA PROLIFÉRATION DES OUTILS DIGITAUX

Les cabinets ont des outils dédiés en matière de comptabilité et de production. Mais les clients ont également leurs propres outils. Il convient donc de mettre en place un arbre de décision précis pour trouver les solutions les plus adaptées et les plus efficaces avec des références spécialisées.

Au-delà des outils, d'autres enjeux apparaissent avec la transformation digitale :

- **Les data lake** qu'il faut choisir avec discernement
- **Les coûts IT** des cabinets explosent avec la prolifération des outils digitaux. L'amortissement de ces coûts est encore difficilement mesurable, tant en matière de masse salariale que de service client. L'arrivée des PDP (Plateforme de Dématérialisation Partenaire) en 2024 va introduire de nouvelles contraintes et engendrer des coûts supplémentaires.

Face à ce nouveau modèle qui tire les coûts des cabinets à la hausse, il est indispensable de mettre en place des **cellules de veille technologique** pour tester les outils, former et accompagner les collaborateurs.

4 L'ONBOARDING EN MODE PROJET

L'onboarding client est un **enjeu majeur** pour la rentabilité de la mission, mais les cabinets comptables ne sont pas toujours très structurés en la matière par manque de temps et d'outils.

Il est nécessaire que l'onboarding soit géré en mode projet. D'où l'importance de la **formation interne** et du **développement des soft skills**, pour renforcer la pédagogie des collaborateurs avec les clients, notamment en ce qui concerne les outils digitaux.



L'ŒIL DE LIBEO

Chez Libeo, nous sommes convaincus que la technologie, loin de supplanter ou de remplacer le rôle joué par les experts-comptables, est un levier fabuleux pour améliorer l'expérience client que vous offrez.

L'essor des fintechs représente une opportunité de repenser votre façon de collaborer avec vos clients. Cette dernière passe notamment par la simplicité d'utilisation des plateformes digitales, leur ergonomie et le caractère intuitif des parcours en ligne.

SAISON #1 PROGRAMME

#1

La transformation du modèle économique des cabinets d'expertise comptable

7 AVRIL 2022

#2

Factures électroniques : les impacts pour les cabinets et les clients

14 JUIN 2022

#3

Expérience client : vers le début d'une nouvelle ère pour l'expertise comptable ?

22 SEPTEMBRE 2022

#4

Mutualisation et exploitation de la data comme accélérateur de création de valeur

30 NOVEMBRE 2022

#5

L'épineuse gestion des talents au sein des cabinets d'expertise comptable

31 JANVIER 2023

LES MEMBRES DU COMITÉ SCIENTIFIQUE



ADVCO
Jean-Thierry Tavernier
Associé, Expert-Comptable



CADERAS MARTIN
Matthieu Lejards
Associé, Expert-comptable



EXPERTS & ENTREPRENDRE
Arnaud Girod,
Associé, Expert-comptable



FITECO
Alain Meunier
Directeur associé



GRANT THORNTON FRANCE
Laurent Prost
Associé, Master Academy Leader



IN EXTENSO
Pascal Lienard
Directeur Digital



KPMG
Jérôme Kieffer,
Associé, Membre du Directoire, Directeur Général



MAZARS
David Dogimont
Associé, Expertise-Comptable Conseil providing digitalisation services and business transformation



WORLD OF NUMERIC
Sanaa Moussaid
Fondatrice, Directrice et expert-comptable



LIBEO
Camille Braja
Sales Manager



LIBEO
Amandine Moreau
Head of corporate marketing and communication



LIBEO
Pierre Dutaret
CEO



LIBEO
Grégoire Cléry
Senior Team Lead CPA



LOSAM
Lucile Boinon
Responsable de la communauté



**+ DE DÉTAILS
SUR LE CERCLE**