
1. Comment embarquer les clients dans le projet de digitalisation ?

Cette fiche pratique vous est proposée par Dext & b-ready.

Elle recense les actions à mettre en œuvre et les bonnes pratiques pour embarquer les clients dans le projet de digitalisation du cabinet. Bien entendu, tous les clients n'ont pas la même maturité numérique et les actions présentées ici prendront plus ou moins de temps selon leur « profil numérique ». Ces actions devront donc naturellement être adaptées en fonction de la typologie de vos clients.

Pourquoi embarquer les clients ?	2
Les principaux avantages que les clients tireront de cette digitalisation	2
Des gains de temps et une plus grande sérénité.....	3
Des données en temps réel sur leur entreprise	3
Des collaborateurs de cabinets plus disponibles pour les accompagner au quotidien	4
Comment embarquer les clients ?	4
Faire la différence entre clients actuels et futurs clients	4
Formaliser les bénéfiques clients de cette digitalisation	5
Entrainez-vous pour roder l'argumentaire	6
Présenter la nouvelle organisation aux clients.....	6
Accompagner les clients tout au long du process	7
Pour aller plus loin	8
Et après...	9

Pourquoi embarquer les clients ?

Une fois les collaborateurs embarqués dans votre projet de digitalisation¹, voici venu le temps d'embarquer les clients. Rappelons en effet que la digitalisation n'est pas une fin en soi. C'est un moyen de gagner du temps sur la production et de disposer de données en temps réel pour mieux accompagner les clients du cabinet dans le pilotage de leur entreprise.

Nous ne reviendrons pas en détail sur la nécessité pour les cabinets de développer de nouvelles missions d'accompagnement². Mais rappelons tout de même que la vague d'automatisation de la production en cours au sein de la profession comptable, qui va encore s'accélérer avec l'arrivée de la facture électronique obligatoire pour toutes les entreprises au 1^{er} janvier 2026, va avoir deux conséquences majeures pour les cabinets :

- Une baisse du chiffre d'affaires lié à ces missions de production. Comment imaginer, en effet, que les clients continueront à payer les mêmes honoraires pour une mission en (grande) partie réalisée par des machines ?
- Une baisse du taux d'occupation des collaborateurs actuellement en charge de ces tâches de production appelées à être rapidement automatisées : collecte, saisie, déclarations de TVA...

Ce sont ces nouvelles missions d'accompagnement, mais aussi le gain de temps pour les clients, qu'il va falloir mettre en avant pour les embarquer dans ce processus de digitalisation. Car si le seul avantage qu'ils y voient est de vous faire gagner du temps sur la production, le risque est double :

- Qu'ils ne s'approprient pas ces outils (pourquoi j'utiliserais des outils qui vont vous faire gagner du temps à vous ?).
- Qu'ils en profitent pour réclamer une baisse de leurs honoraires (si je fais une partie de votre travail, je dois en retirer quelque chose...).



Au risque de paraître trivial, si les clients ne s'approprient pas ces outils, vous ne gagnerez jamais de temps sur la production comptable. Et si vous attendez que les clients vous réclament ces outils dont ils auront entendu parler, il est probable que votre relation se dégrade. Ils demanderont une baisse d'honoraires (bien légitime de leur point de vue).

Les principaux avantages que les clients tireront de cette digitalisation

Globalement, les clients tireront trois grands types d'avantages³ de l'utilisation d'outils automatisant la production comptable. Ce sont ces avantages que les équipes du cabinet⁴ vont devoir présenter aux clients (et aux futurs clients), sachant que tous les clients ne seront pas tous sensibles aux mêmes arguments.

¹ Voir les trois premiers kits de cette série dédiée à la digitalisation du cabinet.

² Voir la fiche « pourquoi et comment revoir les outils et les process du cabinet ».

³ Pour certains clients, d'autres arguments pourront être utilisés même s'ils semblent encore anecdotiques : le côté « moderne » de ces solutions, leur dimension écologique (moins de papier), etc.

⁴ Les experts-comptables, mais aussi les collaborateurs au contact régulier des clients.



Si les clients du cabinet ne voient pas l'intérêt (pour eux) de ces nouveaux outils et de cette nouvelle organisation, il y a (très) peu de chances qu'ils se les approprient...

Des gains de temps et une plus grande sérénité

Ces outils simplifient certes la vie des collaborateurs du cabinet, mais ils simplifient également celle des clients. Ils sont les premiers à le dire, on a trop tendance à l'oublier ! C'est pourquoi il est très important de présenter aux clients ces bénéfices pour les inciter à utiliser les outils :

- Moins de temps à gérer la « paperasse » et donc plus de temps à consacrer à leur activité.
- Moins d'aller-retours avec le cabinet pour réclamer des pièces manquantes.
- Moins de charge administrative et donc plus de sérénité pour le chef d'entreprise, etc.

Ces outils représentent clairement un moyen d'apporter aux clients du cabinet de la valeur ajoutée et du confort dans la gestion quotidienne de leur entreprise. Il est important de mettre ces points en avant lorsque vous leur présentez ces outils.

- Ces nouveaux outils vont faire gagner un temps précieux à vos clients qu'ils pourront consacrer à leur vrai métier : pérenniser et développer leur entreprise. Il est peu probable que vos clients ne soient pas sensibles à cet argument...
- Ces nouveaux outils vont libérer vos clients de nombreuses tâches chronophages, peu valorisantes, voire même parfois anxiogènes pour certains.



Le vrai métier du chef d'entreprise, c'est de développer son business, pas de gérer de l'administratif.

Des données en temps réel sur leur entreprise

On ne compte plus le nombre de chefs d'entreprise (et il y en a forcément parmi vos clients) qui pilotent leur entreprise avec un seul indicateur : leur trésorerie. Ce n'est certainement pas le plus efficace et le plus sûr pour piloter une entreprise.

Dans ce domaine aussi, les outils qui automatisent la récupération des pièces et la production de la comptabilité sont d'une grande aide pour les entrepreneurs. En effet, l'utilisation de ces outils leur permet de disposer (enfin !) de données en temps réel sur leur entreprise.

C'est clairement un avantage qu'il convient de mettre en avant auprès des clients du cabinet. Sans compter que cela représente également une opportunité pour les cabinets de proposer un accompagnement à leurs clients dans l'interprétation et l'exploitation de ces données en temps réel.

- En effet, disposer de données en temps réel est une chose, mais encore faut-il être en mesure d'interpréter et d'exploiter efficacement ces données.
- Et ça, nombre de chef d'entreprise n'en sont pas capables. Ils ont besoin de l'aide d'un professionnel pour le faire : leur cabinet d'expertise comptable par exemple...



Le vrai métier des cabinets d'expertise comptable, c'est d'accompagner leurs clients dans la gestion et le pilotage de leur entreprise.

Des collaborateurs de cabinets plus disponibles pour les accompagner au quotidien

Disposer de données en temps réel est certes une condition nécessaire pour piloter son entreprise plus sereinement, mais ce n'est pas une condition suffisante. En effet, ce n'est pas parce que ces données concernent leur entreprise que les dirigeants savent les exploiter au mieux.

Or le temps gagné par les collaborateurs du cabinet sur les tâches de production va justement leur permettre d'être plus disponibles pour accompagner les dirigeants de TPE/PME dans le pilotage de leur entreprise, notamment en exploitant et en faisant parler ces données en temps réel fournies par ces différents outils.

Bien sûr, tous les clients du cabinet ne souhaiteront pas être accompagnés en la matière. Mais toutes les études montrent qu'ils sont très nombreux à souhaiter un accompagnement de ce type et qu'ils sont également très nombreux à estimer que leur cabinet d'expertise comptable est le mieux placé pour le faire.



Lors de l'entretien client, n'hésitez pas à donner des exemples précis de missions que vous pourriez proposer à vos clients (en fonction de leurs besoins, naturellement).

Comment embarquer les clients ?

Avant toute chose, il est important de bien comprendre que le projet de digitalisation est l'affaire de tous au cabinet, pas uniquement des associés. Autrement dit, l'embarquement des clients dans la digitalisation ne doit pas rester le pré carré (ou la corvée !) des associés du cabinet. Tous les collaborateurs en lien avec des clients doivent être intégrés au processus...

Faire la différence entre clients actuels et futurs clients

Les futurs clients du cabinet

La formalisation des bénéfiques clients de l'automatisation (en termes de gain de temps, de fluidification des échanges avec le cabinet, de données en temps réel, de possibilité d'accompagnement via de nouvelles missions...) vous permettra de vous positionner auprès de vos prospects comme un cabinet qui accompagne ses clients au quotidien et pas « seulement » comme un cabinet qui prend en charge la tenue de leur comptabilité.

Les clients actuels du cabinet

En pratique, sauf véritable aversion aux nouvelles technologies (ce qui est rare en pratique), les clients actuels devraient être assez faciles à convaincre. En utilisant ces nouveaux outils, ils bénéficieront en effet de nombreux avantages. Non seulement, ils n'auront plus à passer autant de temps sur leur paperasse en classant, agrafant, déposant les pièces au cabinet... mais en outre, ils bénéficieront d'un reporting régulier sur leur entreprise. Et le tout... au même prix⁵ ! Si le cabinet a bien préparé son discours, la plupart des clients devraient être convaincus.

⁵ Dans un premier temps, l'objectif est de maintenir les honoraires actuels alors que la réaction normale d'un client serait de demander une baisse des honoraires. Par la suite, quand le client aura « goûté » à l'accompagnement, il est probable que les honoraires augmentent avec le développement des nouvelles missions d'accompagnement au pilotage ou de full service.

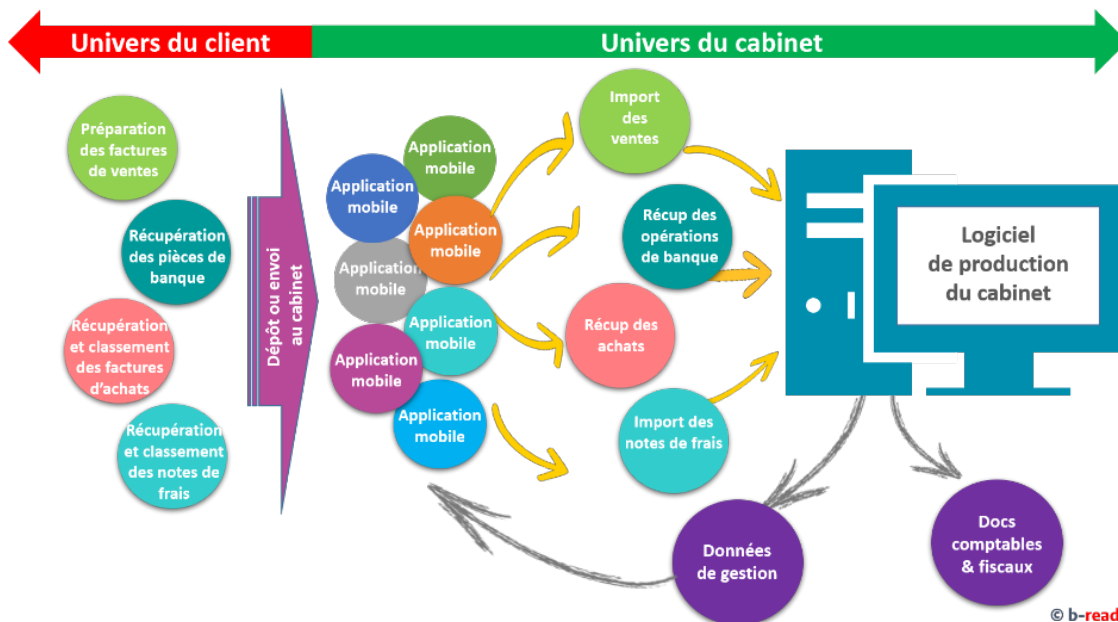
Les clients récalcitrants du cabinet

Cela dit, tous les cabinets ont dans leur clientèle des « récalcitrants », qui ne voudront pas entendre parler de cette nouvelle organisation et de ces nouveaux outils. Ils préfèrent gérer à l'ancienne, apporter leurs pièces dans une boîte à chaussures au cabinet, papoter avec l'équipe... Ils font comme ça depuis 20 ans et ne voient pas pourquoi changer ! Il faut essayer de les convaincre (on ne commence évidemment pas par eux !), mais ne pas insister. Vouloir à tout prix faire évoluer ce type de clients risque d'être contre-productif. Vous risquez en effet de les braquer (voire de les perdre) alors qu'ils figurent certainement parmi les meilleurs clients du cabinet, notamment en termes de rentabilité. C'est donc le cabinet qui va devoir s'adapter.



Attention à ne pas préjuger de la réaction de vos clients vis-à-vis de ces nouveaux outils. Il n'est pas rare que certains experts-comptables ou collaborateurs imaginent que tel client n'acceptera jamais d'utiliser ce type d'outils sans vraiment lui en avoir parlé. Il faut donc en parler à tous les clients. On n'est pas à l'abri d'une (bonne) surprise...

Si le client n'a pas envie de changer d'organisation, qu'à cela ne tienne ! Il suffit de ne rien changer à sa partie du travail à lui. Il va continuer à récupérer, classer et apporter ses pièces au cabinet, comme avant. En revanche, le process sera modifié en ce qui concerne le traitement interne de ses pièces, au sein du cabinet. En fait, le cabinet va utiliser ces outils lui-même ! Il va récupérer les informations directement via les applications, numériser les pièces ... et intégrer le tout dans son logiciel de production. In fine, la nouvelle organisation peut être résumée par le schéma suivant.



Formaliser les bénéfices clients de cette digitalisation

Nous vous conseillons vivement de rédiger de courts argumentaires sur les différents avantages de ces nouveaux outils pour les clients afin d'être en mesure de leur présenter de façon homogène et proactive. Rappelons que si vous n'anticipez pas ce phénomène

inélucltable de la digitalisation⁶, ce sont vos clients qui risquent de vous demander de tels outils dont ils auront entendu parler dans des publicités ou en échangeant avec d'autres chefs d'entreprise. Avec plusieurs types de risques à la clé :

- Que les outils qu'ils vous réclament (imposent ?) ne soient pas adaptés à vos process de production et/ou aux caractéristiques de leur entreprise.
- Que les clients soient déçus par votre manque de proactivité, de modernité, de volonté de leur être utile...
- Que les clients vous réclament une baisse de leurs honoraires du fait de cette automatisation de certaines tâches, etc.



Dans votre argumentaire en faveur de la digitalisation, la facture électronique obligatoire doit figurer en bonne place. Son arrivée imminente ne laissera en effet pas le choix aux entreprises, qui devront digitaliser leurs factures. Autant en profiter pour « prendre de l'avance » en digitalisant dès aujourd'hui certains process chez vos clients.

Entrenez-vous pour roder l'argumentaire

Tous les collaborateurs du cabinet ne seront pas forcément à l'aise pour aborder le sujet de la digitalisation avec leurs clients. Pas de panique, c'est normal ! C'est une chose nouvelle et, comme toutes les choses nouvelles, cela s'apprend. Dit autrement, s'entraîner en interne est un très bon moyen de s'approprier le discours du cabinet avec ses propres mots. C'est également un moyen de se préparer aux remarques, voire aux objections, que pourraient formuler certains clients :

- Ils fonctionnent vraiment ces outils ?
- C'est vraiment sécurisé tout ça ?
- Pourquoi vous ne m'avez pas proposé cela avant ?
- C'est vous qui allez gagner du temps avec ces outils, pas moi...
- Je veux bien utiliser ces outils, mais vous baissez vos honoraires ?
- Etc.

Présenter la nouvelle organisation aux clients

Une fois les argumentaires rédigés, il est temps de présenter la nouvelle organisation (et ses bénéfices) aux clients. Concrètement, ce sont les collaborateurs qui vont la présenter à leurs clients, dans le cadre d'un rendez-vous spécifiquement consacré à cette question.

Évidemment, le cabinet doit prendre en charge les abonnements du client à tous ces outils. Si de nombreux experts-comptables sont réticents (pour ne pas dire franchement hostiles !) à cette idée, cette solution présente pourtant plusieurs avantages indéniables :

- Le cabinet remplace des coûts hommes par des coûts machine bien moindres.
- Le cabinet garde la main sur la relation entre le client et l'outil.
- Le client apprécie ce geste de la part de l'expert-comptable et a moins de réticence à accepter le maintien des honoraires actuels.

Par ailleurs, pour amorcer les nouvelles missions, le cabinet doit proposer un accompagnement personnalisé pendant un certain temps, histoire de fidéliser le client, lui montrer qu'il peut lui apporter autre chose et le convaincre.

⁶ Sachant que l'entrée en vigueur de la facture électronique obligatoire va sensiblement (et brutalement) accélérer ce phénomène.

Tester le discours sur quelques clients

Avant de prendre des rendez-vous à grande échelle avec les clients du cabinet, il faut tester le discours et la nouvelle organisation de la mission auprès de quelques clients. A l'issue de cette étape, il conviendra de récolter les retours de ces clients « cobayes » et des collaborateurs volontaires qui ont mené l'expérience. De cette façon, le cabinet sera en mesure d'affiner le discours et la méthode avant de déployer de façon plus massive auprès des autres clients du cabinet.

Démarrer par les clients les plus faciles

Comme toujours pour engager un changement, il convient de tout faire pour maximiser ses chances de réussite. C'est pourquoi, il faut commencer par les clients « faciles », c'est-à-dire ceux qui sont à l'aise avec les technologies, ouverts au changement, agiles, sympas... De même, pour mettre toutes les chances de son côté, le cabinet doit confier cette mission à des collaborateurs volontaires, enthousiastes à l'idée de changer d'approche du métier, convaincus de l'utilité de ces nouveaux outils...

Une fois que le discours est rodé, foncez !

Plus ces outils seront déployés rapidement, plus le cabinet commencera à gagner du temps sur les opérations de récupération des pièces et de saisie. C'est pourquoi vous ne devez pas attendre pour en parler à un maximum de clients. L'expérience de terrain montre que nombre d'experts-comptables choisissent, le plus souvent du fait d'un agenda surchargé, de parler de ces outils aux clients du cabinet dans le cadre des entretiens de bilan. Cela leur fait perdre un temps précieux.

Une fois le cabinet organisé, ces outils doivent être présentés rapidement aux clients. Et rappelons que les interlocuteurs habituels des clients sur les dossiers sont souvent les mieux placés pour présenter ces nouveaux outils et cette nouvelle organisation aux clients. Ils sont en effet au contact quotidien des clients et les connaissent très bien. Sans compter que les associés et les chefs de missions n'auront pas forcément le temps de rencontrer tous les clients du cabinet dans un délai relativement court.

Bien entendu, pour que les collaborateurs soient en mesure de présenter la nouvelle organisation aux clients, il est indispensable de les aider à préparer ces rendez-vous...



Quand cela est possible, responsabiliser les collaborateurs et les impliquer dans le processus est la solution la plus efficace. Cela peut également être un levier d'engagement et de motivation pour l'équipe.

Accompagner les clients tout au long du process

Il est fondamental d'accompagner la mise en place de ces nouveaux outils chez les clients. Le cabinet doit notamment proposer (gratuitement) l'installation, le paramétrage et la formation des utilisateurs. Cette phase est absolument indispensable pour s'assurer d'une utilisation optimale de ces outils.

Cela représente certes un investissement en temps, mais c'est très loin d'être du temps perdu sur la durée.

- D'une part, parce que cela permet de s'assurer d'une utilisation optimale de ces outils par les clients (ce qui, in fine, fera gagner du temps aux équipes du cabinet). Rappelons que la mauvaise utilisation des outils est en effet une des principales causes du manque d'efficacité supposé des outils informatiques.

- D'autre part, parce cette phase de déploiement au sein de l'entreprise sera l'occasion pour les collaborateurs du cabinet de mieux comprendre certaines problématiques des clients (en termes d'organisation, de performance, de projets...). Dit autrement, ces échanges permettront de détecter certains besoins chez les clients, ce qui pourra faire l'objet de nouvelles missions par la suite.



Plus l'équipe passe du temps chez les clients, plus elle est en mesure de détecter de nouveaux besoins et mieux elle peut les accompagner.

Pour aller plus loin

Pour aller plus loin sur cette problématique, nous vous conseillons :

- La consultation des autres ressources de ce kit : « Comment embarquer vos clients dans le projet de digitalisation ? » :
 - L'épisode 4 de la saison 1 de la websérie Dext « C'est le cabinet qui vous invite ! » :
 - <https://www.youtube.com/watch?v=VCgToVFAEhY>
 - L'autodiagnostic qui vous permettra de mesurer votre avancée vis-à-vis de cette problématique :
 - <https://diagnostics-dext.votre-expert.com/page/diag-embarquement-clients/>
 - Le webinaire sur les conseils pratiques pour embarquer vos clients dans la digitalisation :
 - https://info.dext.com/fr/4-webinaires-avec-m%C3%A9thodologie-pour-r%C3%A9ussir-la-transition-digitale-de-votre-cabinet?utm_campaign=fr_4_webinars_phillip_barre&utm_source=tradeadvertising&utm_content=b-ready
- La lecture des ouvrages pratiques suivants :
 - La conduite du changement dans les cabinets : Mode d'emploi, Philippe Barré et Florence Hunot, CSOEC, 2014 :
 - <http://www.boutique-experts-comptables.com/ameliorer-la-performance-du-cabinet-2014-c2x14582908>
 - Comment réussir la transformation numérique du cabinet ?, b-ready, Groupe Revue Fiduciaire, 2018 :
 - <https://boutique.grouperf.com/produit/comment-reussir-la-transformation-numerique-du-cabinet>
- Le visionnage et le partage avec vos équipes des films suivants :
 - Tellement seule
 - <https://www.b-ready.team/tellement-seule/>
 - Gentil, ce n'est pas un métier !
 - <https://www.b-ready.team/gentil-pas-un-metier/>
 - Il est vraiment expert-comptable ton expert-comptable ?
 - <https://www.youtube.com/watch?v=KkgQkltcPOU>
 - La séparation
 - <https://www.b-ready.team/la-separation/>
- Les différentes formations de l'Ordre des experts-comptables sur la problématique de la relation client.

Et après...

L'embarquement des clients dans le projet de digitalisation du cabinet n'est que la dernière étape du projet. Pour vous aider dans cette démarche, vous pouvez consulter les trois premiers modules mis au point par Dext et b-ready :

- Module 1 : Pourquoi et comment revoir vos process et outils de production ?
- Module 2 : Comment embarquer les clients dans le projet de digitalisation ?
- Module 3 : Comment réagit quand on est collaborateur ?

Chacun de ces modules fait l'objet d'un kit spécifique, chacun de ces kits étant construit sur le même format :

- Un film sur la problématique abordée.
- Un outil d'autodiagnostic de votre cabinet.
- Un webinaire pour vous proposer une méthode et des conseils.
- Une fiche technique pour vous accompagner dans la mise en œuvre.

Vous pouvez consulter l'ensemble de ces kits à l'adresse suivante :

https://info.dext.com/fr/4-webinaires-avec-m%C3%A9thodologie-pour-r%C3%A9ussir-la-transition-digitale-de-votre-cabinet?utm_campaign=fr_4_webinars_phillip_barre&utm_source=tradeadvertising&utm_content=b-ready