

LE GUIDE DE

La transformation digitale des cabinets d'Expertise Comptable

Un livre blanc édité par Sellsy



Sommaire

Introduction : Vers une transformation inéluctable 05

Partie 1 : État des lieux 07

- 1.1. Un contexte en mutation 08
- 1.2. L'arrivée des "nouveaux entrants" 10
- 1.3. Des opportunités fortes... 11
- 1.4. ... mais des connaissances en cours d'acquisition 12
- 1.5. Un terreau fertile 13
- 1.6. De la digitalisation à la transformation numérique 14
- 1.7. Vers une automatisation croissante de la production comptable 16
- 1.8. Digitalisation et RH 17

Partie 2 : Évolution de la relation client due à la transformation 19

- 2.1. Les nouveaux outils de la relation client 20
- 2.2. Améliorer sa relation commerciale pour mieux servir le client 21
- 2.3. De la notion de produit à la notion de service 23
- 2.4. Répondre aux attentes des nouveaux chefs d'entreprise 24
- 2.5. Le rôle légitime et naturel des experts-comptables pour accompagner la digitalisation des entreprises 25
- 2.6. La culture client, un atout essentiel dans un environnement concurrentiel 26

Partie 3 : Enjeux et bénéfices	28
3.1. Interview de Arthur Waller - Pennylane	30
3.2. Interview de Antoine Lemaitre - Beeye	35
3.3. Interview de Simon Nespoulous - Ca compte pour moi	40
3.4. Interview d'Alexis Slama - Booster Digital	44
Partie 4 : Mettre en place la transformation au sein de son cabinet	49
4.1. Une transformation liée à la stratégie du cabinet	50
4.2. Et si vous faisiez un diagnostic ?	
4.3. Construire un plan d'action timé et chiffré	51
4.4. Choisir les bons outils	52
4.5. Former et impliquer les équipes, un facteur clef de succès	52
	53
Conclusion	54

Introduction

Attentes des clients qui évoluent, nouveaux entrants sur le marché qui cassent les prix, **les cabinets d'expertise comptable n'ont plus vraiment le choix, ils doivent se transformer.**

Habités à consommer des services en temps réel, de n'importe où, à n'importe quelle heure, les chefs d'entreprise attendent désormais que leur expert-comptable leur propose une **expérience client différente** (édition des comptes plus rapide, relation multicanal, accès aux données comptables mises à jour en temps réel...).

Le service proposé doit aujourd'hui être **plus accessible, plus rapide, plus prédictif**. Finis les tableaux de bord qui font le point sur le dernier trimestre; le dirigeant a besoin d'outils de pilotage prédictifs pour prendre les bonnes décisions pour les mois à venir. Il souhaite également accéder à sa comptabilité et à tous ses documents à tout moment.

Parallèlement à cette évolution des besoins de l'entreprise, de nouveaux acteurs ont fait leur apparition dans le décor ces dix dernières années. Il s'agit de **cabinets 100% digitaux** qui proposent une offre en ligne à des tarifs attractifs mais également d'éditeurs de logiciels spécialisés, ou encore de professionnels de secteurs connexes du monde de la finance ou du droit qui proposent une offre en ligne complétée parfois par un conseil physique. Ces prestations « phygiales » révolutionnent le paysage et constituent des menaces non négligeables pour les cabinets traditionnels.

La menace ne vient pas uniquement de la **baisse des prix** mais également de la **nature de l'offre**.

La baisse des marges qui se dégradent au fil des années et l'évolution de la réglementation viennent renforcer l'urgence d'agir.

Si la **prise de conscience** est là pour la plupart des cabinets, ils se trouvent bien souvent confrontés à de nombreuses interrogations sur la méthodologie de mise en place de leur transformation digitale.

Si les outils digitaux existent et sont un préalable à l'**automatisation du traitement des données comptables**, ils ne suffisent évidemment pas pour opérer la transformation nécessaire.

Quels outils utiliser et pourquoi ? Comment former les équipes et faire évoluer leurs compétences ? Comment satisfaire les nouveaux besoins des clients ? Quels nouveaux services proposer pour compenser la baisse des marges ? Telles sont les questions auxquelles les cabinets sont confrontés aujourd'hui.

PARTIE 1

État des lieux

Poussé par différents facteurs **technologiques, réglementaires, concurrentiels...** le monde de l'expertise comptable évolue.

Cependant, en dépit des nombreux bouleversements qu'il traverse, le secteur reste économiquement rentable. Le chiffre d'affaires global, en France, progresse d'environ **3% par an** et compte près de **deux millions d'entreprises clientes** (source Xerfi).

1.1. Un contexte en mutation

Plusieurs paramètres influent sur le paysage de la profession comptable poussant les cabinets à se réinventer.

D'un point de vue réglementaire tout d'abord, les contraintes fortes qui pesaient sur les experts-comptables, dont le métier est **encadré par l'Ordonnance de 1945**, se sont allégées progressivement permettant aujourd'hui de quasiment tout proposer aux clients.

A titre d'illustration, la **loi Pacte** qui a certes pénalisé les commissaires aux comptes, a également apporté une **ouverture certaine** sur les missions d'expertise comptable. Il est désormais possible d'effectuer pour le compte des clients le **paiement de dettes** ou le **recouvrement amiable des créances**.



En plus de ces missions, la loi offre la possibilité aux cabinets de réaliser des **travaux d'ordre financier, environnemental ou numérique** à la condition que ces derniers restent accessoires à la mission comptable.

Rappelons que dans tous les cas l'exercice de ces missions est **encadré**; les experts-comptables doivent avoir préalablement conclu un **contrat avec leurs clients** pour les travaux comptables et disposer d'un mandat de paiement pour la partie recouvrement.

Mais également, la loi Pacte offre une autre opportunité en autorisant les **honoraires de succès**, qui permettent d'être rémunéré en fonction des résultats obtenus lors d'une mission de conseil, de recherche de financement...

Ces évolutions vont de pair avec celle des attentes des clients, en grande partie liée au monde digital dans lequel ils évoluent également, ainsi qu'avec le renouvellement des générations et des profils de collaborateurs vers la recherche de nouvelles compétences.

1.2. L'arrivée des “nouveaux entrants”

Apparus il y a une dizaine d'années (création d'ECL direct en 2008), les **cabinets digitaux** ont un impact incontestable sur le paysage de la profession.

En effet, les clients de ces nouveaux cabinets ont eu tendance à reprendre en interne une partie des missions traditionnellement dévolues aux experts-comptables.

On note cependant une évolution de l'offre de ces cabinets full digital qui sont passés d'une offre au sein de laquelle le client devait qualifier lui-même ses opérations comptables à une prestation désormais **plus automatisée grâce à la récupération des flux bancaires**.

Cette arrivée des pure players touche directement toute une strate de petites entreprises, qui constitue la majeure partie de la clientèle des cabinets indépendants.

La technologie et particulièrement la **dématérialisation des flux** avec le client ou avec l'administration absorbe la valeur des cabinets.

Balayer cet aspect d'un revers de la main et ne pas prendre le train en marche revient à faire courir un **risque sérieux au cabinet**. En effet, l'offre de solutions digitales proposées par certains concurrents issus de la profession ou d'ailleurs (start-up, banques, assurances...) qui proposent une offre globale - dont de la comptabilité - séduit bon nombre d'entreprises.

1.3. Des opportunités fortes...

Il n'y a pas que des aspects négatifs à cette évolution du paysage.

La digitalisation massive constitue un atout incontestable pour **optimiser l'expérience client** et apporter à ce dernier de nouveaux types d'informations, plus orientées vers la prédiction.

Mais également, combinée avec les évolutions réglementaires et notamment les ouvertures législatives et réglementaires, la digitalisation va permettre aux experts-comptables de proposer à leurs clients de **nouvelles missions de conseil à forte valeur ajoutée**.

L'automatisation partielle des tâches historiques du cabinet permet un **gain de temps important**, particulièrement sur la mission de tenue comptable qui représente une grosse part de l'activité des cabinets en temps passé (environ 50%).

Au-delà, la **robotisation** peut s'appliquer à d'autres tâches administratives qui sont chronophages et rébarbatives (relances pour obtenir des pièces...).

Enfin, elle présente l'avantage, non négligeable, de **réduire les risques d'erreur humaine**.



1.4. ... mais des connaissances en cours d'acquisition

L'intelligence artificielle et le big data représentent des **gisements de croissance importants** pour les cabinets.

Cependant, la culture des professionnels sur le sujet reste superficielle et rares sont les cabinets qui disposent actuellement des compétences informatiques nécessaires à **l'implémentation**, à **l'exploitation** et à la **sécurisation** imposée par ce nouvel environnement.

Le **data mining**, en d'autres termes la capacité d'agréger et de traiter des volumes d'information colossaux, ouvre des perspectives de développement sérieuses pour les cabinets qui sauront prendre ce virage.

Il rend possible l'accès à des données fines qui vont permettre de produire des **analyses puissantes**, et de dispenser aux clients une nature de conseil qui n'était pas possible dans le passé.

1.5. Un terreau fertile

Contrairement à d'autres professionnels, les cabinets ne partent pas d'une feuille blanche, loin de là.

Le **travail à distance** fait partie intégrante de l'organisation de la profession comptable qui s'est équipée depuis des années afin de pouvoir travailler chez le client en liaison avec les SI du cabinet.

Mais au-delà, leur activité même, et notamment la **relation avec les administrations**, les ont placés tôt au cœur de la dématérialisation avec toutes les télédéclarations.

Ce sont eux qui seront en première ligne dès 2023 pour accompagner les entreprises dans la mise en place de la **facture électronique** et de tout l'écosystème qui en découlera.

1.6. De la digitalisation à la transformation numérique

L'environnement numérique change et nécessite une évolution. Les experts-comptables ont déjà vécu plusieurs **révolutions de leur environnement « technologique »** et ont toujours su s'adapter.

Cependant, la situation actuelle doit se regarder plus largement et la nécessaire transformation des cabinets est bien **plurifactorielle** (outils, environnement, marché, RH). La transformation digitale va être lourde en termes d'impact en **temps passé**, en **formation** et en **investissement financier**; mais ces changements sont vitaux.

Conscients de l'intérêt des outils proposés par le marché et par les éditeurs historiques de la profession, la plupart des cabinets ont entrepris ces dernières années une **digitalisation** de leurs process mais en grande partie ceux **liés à la production**.

La **crise de la Covid** a à cet égard montré que bon nombre d'entre eux ont réussi à s'organiser pour télétravailler en quelques jours. Outils de production en Saas, dématérialisation des dossiers de travail, visio conférences, se sont ainsi imposés sans trop de révolution.

Parallèlement, la communication avec les clients s'est elle aussi dématérialisée au fil du temps : accès à un **intranet** avec une GED pour **déposer et récupérer des documents**, mise à disposition de **scanner** chez le client, informations sous forme de **newsletters**...

Et dans le même temps de **nouveaux éditeurs** partenaires des cabinets, tels que Sellsy, ont ouvert des possibilités de fournir aux clients des **outils connectés avec les outils de production** (logiciels de facturation, de devis, de paie...).

Il s'agit là d'une première étape mais qui ne permet pas de parler de transformation digitale stricto sensu. Nous y reviendrons dans la quatrième partie, une stratégie de transformation digitale est beaucoup plus globale et doit être le reflet de la stratégie du cabinet.

Dans le cas d'une digitalisation, on parle d'**acquisition de nouveaux outils qui modifient les process de production**. Dans le cas d'une transformation digitale, on parle d'une **nouvelle organisation du cabinet à 360 degrés** avec tout ce que cela comporte, au-delà de l'utilisation d'outils.



1.7. Vers une automatisation croissante de la production comptable

La prochaine grosse révolution, qui est d'ailleurs déjà entamée par certains, va consister à **automatiser de façon radicale la production des comptes**, mais également et surtout de passer d'une prestation axée sur des événements passés à une **prestation de prédiction**.

En effet, les experts-comptables sont au cœur de toutes les données des entreprises. L'exploitation de la masse de datas dont disposent les cabinets économiques, patrimoniales, géographiques, financières... rendue possible grâce à la robotisation, est source à la fois de **gain de productivité** et de **nouvelles missions**.

API (Application Programming Interface), **BPM** (Business Process Management) et **RPA** (Robotic Process Automation) vont permettre aux cabinets de **connecter tous leurs outils** et toutes les données, générant ainsi un gain de temps énorme sur les tâches les plus chronophages et les plus fastidieuses.

Le rôle de l'expert-comptable et de ses équipes va évoluer vers plus de **contrôle** – pour vérifier le bon fonctionnement de l'automatisation – et vers plus de **conseil**.

Une évolution du métier qu'il va falloir apprendre à exercer différemment.

1.8. Digitalisation et RH

Évoquer une transformation de cette ampleur ne peut pas se faire sans traiter du volet RH.

Deux points sont à considérer : le **management** face aux attentes des nouvelles générations et le **recrutement** de nouveaux profils.

En termes de management, le **télétravail** dont on a beaucoup parlé ces derniers mois, est l'une des conséquences induites par la digitalisation. Celle-ci facilite le travail à distance et c'est d'ailleurs ce qui a permis aux cabinets de **poursuivre leur activité durant le premier confinement**.

Cette crise a certainement contribué à faire évoluer les mentalités en matière de télétravail. Un vaste sujet avec lequel les cabinets étaient relativement **réticents avant mars 2020**.

Par la force des choses, les lignes ont bougé et les cabinets travaillent tous aujourd'hui à la mise en place d'un télétravail organisé avec des **règles**, des **équipements** adaptés...

Cette évolution peut globalement être considérée comme **positive pour l'attractivité des cabinets** : cadre de travail qui correspond aux attentes des nouvelles générations (la moyenne d'âge des experts-comptables est 53 ans — *source Xerfi*) mais également, baisse des tâches rébarbatives comme la saisie, au profit de missions plus intéressantes.

Le second aspect est lié à la nature même des **compétences** et des **profils qui vont devoir évoluer** pour pouvoir traiter de nouvelles missions : capacité à faire du conseil, compétences en informatique et plus largement en analyse des données... Nouveau recrutement, formation, et management de profils différents... Bref les cabinets ont un **vrai défi à relever** en matière de ressources humaines.

Les gros cabinets l'ont bien compris. Ils ont un temps d'avance sur le recrutement massif d'experts de la donnée comme sur la formation de leurs équipes aux fondamentaux en matière de data, IA, blockchain...



PARTIE 2

Évolution de la relation client due à la transformation

La suppression des tâches automatisables redonne tout son poids et son intérêt aux **missions à valeur ajoutée** c'est-à-dire au conseil au sens large : **gestion de patrimoine, évaluation, accompagnement digital, recouvrement...**

L'expert-comptable est amené à se réinventer, à proposer d'autres services, à optimiser les atouts que lui procure sa position actuelle d'interlocuteur privilégié du dirigeant. Plusieurs cabinets s'orientent ainsi vers un **full service** allant parfois jusqu'à développer des offres très éloignées de leurs missions de base.

Une autre piste consisterait pour le professionnel comptable à se positionner comme **agrégateur de solutions**, au service de l'entreprise, en s'adossant par exemple, à des partenaires aux expertises complémentaires, pour offrir à ses clients un écosystème complet et différenciant.

À court terme également, l'expert-comptable va pouvoir, grâce à l'**intelligence artificielle**, traiter et analyser les données dont il dispose et ainsi enrichir ses conseils de ces informations stratégiques qu'il a à portée de main.

L'expert-comptable dispose d'une **richesse d'informations** très large sur ses clients, qu'il suit bien souvent à toutes les étapes de la vie de l'entreprise : de la création à la transmission.

Globalement, son métier le conduit à disposer d'une vision globale de l'activité des entreprises. Au cœur de l'économie, il accompagne tellement d'entreprises qu'il peut en tirer des **recommandations avisées**, à partir de données très précises tels que des comparatifs par secteur d'activité, par région...

Mais également, l'expert-comptable **conseille le dirigeant sur sa situation patrimoniale personnelle**. Ici encore, l'analyse des données va permettre de renforcer et d'affiner la nature de ses préconisations pour **coller au plus près aux attentes** du chef d'entreprise.

Tous ces changements vont permettre aux cabinets de replacer le client au centre de la relation, en lui accordant **plus de temps utile**.

2.1. Les nouveaux outils de la relation client

Au-delà de la modification du contenu de la mission et de la rationalisation de la production qu'elle engendre, la technologie s'est mise au service de la relation client.

La **nature même des échanges** est modifiée et simplifiée : partage d'écran, portail collaboratif, applications... Le temps où le client devait se déplacer au cabinet pour déposer ses pièces dans la fameuse « boîte à chaussures » semble révolu.

Les nouvelles solutions permettent un accès digitalisé au cabinet **7j/7** et **24h/24**.

Le cabinet et l'entreprise **échangent plus facilement et plus rapidement** avec les dirigeants.

La nature de la relation change; **fini les relances** ! Les plateformes collaboratives proposent un accès et un partage de documents qui améliorent la collaboration entre le client et le cabinet.

2.2. Améliorer sa relation commerciale pour mieux servir le client

Bien que la profession ait beaucoup évolué ces dernières années en matière de marketing et de communication, il reste encore globalement du chemin à parcourir.

En effet, rares sont les cabinets qui disposent d'une **connaissance précise de leurs clients**. Les **CRM**, outils de gestion de la relation client, comme celui de Sellsy, **y sont encore peu implantés**; les experts-comptables se servent dans le meilleur des cas de leur outil de production comme base de contacts; et dans le pire des cas, chaque associé fonctionne de son côté avec un fichier Excel lorsqu'il souhaite communiquer avec ses clients.

L'évolution du **contexte concurrentiel** et la **diversification** vont devoir conduire les experts-comptables à structurer leur prospection et à envisager autrement la relation avec leur client.

Les solutions comme le **CRM** prennent tout leur sens dans ce nouvel environnement. Ils vont permettre d'interagir en permanence avec les clients, de façon **plus ciblée** afin de leur apporter un **service personnalisé** et donc **plus pertinent**.

Tout l'**historique des échanges** avec le client - informations commerciales, commentaires, emails, rendez-vous - est **centralisé automatiquement** en un seul endroit, ce qui constitue un atout important lorsque l'on travaille en équipe.

En matière commerciale également, une solution de **devis en ligne** permet de répondre plus vite aux nouvelles demandes des prospects ou de clients, d'**harmoniser la conception** des devis au sein du cabinet, d'**automatiser** et de **planifier** les relances au bon moment... bref d'optimiser et de professionnaliser significativement tout le process commercial.



2.3. De la notion de produit à la notion de service

C'est la **vocation** même de l'expert-comptable et son utilité qui vont se trouver **modifiées par la digitalisation**. Là où la fonction première du cabinet était de produire les comptes annuels de l'entreprise – donc une photographie de son activité passée – il va désormais **appréhender les besoins du client de façon beaucoup plus proactive**.

Il a désormais tous les outils pour **aider le client à décider** sur la base de **données chiffrées et analysées**. Il va pouvoir prédire de façon fiable ce qu'il va se passer en fonction de différents scénarii. Concrètement, le cabinet va passer de la production d'un produit, le bilan, à celle d'un service, le conseil.

L'offre digitale du cabinet doit être **pensée pour l'entrepreneur**, désormais lui-même nomade digital, afin de lui proposer n'importe quand des tableaux de bord au contenu utile pour décider, et bénéficier d'**informations en temps réel**.

Attention cependant, le digital peut bouleverser les processus décisionnels et modifier les réflexes en matière de recours au conseil. Détenir l'information ne suffira pas, il va falloir **l'exploiter** et la **valoriser**.

L'enjeu pour l'expert-comptable va être de réussir à **perpétuer la relation de confiance** reconnue entre le dirigeant et lui. A défaut, il risque de se voir relégué au rang de prestataire de surveillance.

2.4. Répondre aux attentes des nouveaux chefs d'entreprise

La **digitalisation croissante** des cabinets d'expertise comptable n'est pas un phénomène isolé. La plupart des secteurs d'activité sont concernés par cette tendance. L'ignorer met en péril le cabinet à terme. Les **exemples d'entreprises qui ont disparu sont légion** car elles n'avaient pas intégré la digitalisation dans leur stratégie.

Cette digitalisation globale de l'économie a **deux conséquences** pour les cabinets.

— **La première est liée à l'évolution des attentes** et des comportements des dirigeants qui vivent la digitalisation de nombreux services dans leur vie professionnelle : banques, administrations, fournisseurs divers, assurances mais également dans leur vie privée : click and collect en tout genre, plateformes de commande en ligne... Il leur apparaît ainsi naturel de pouvoir disposer de service en ligne rapide et disponible en permanence pour ce qui touche à la comptabilité et à la gestion de leur entreprise.

Et cette tendance va aller en s'accroissant avec le renouvellement des générations d'entrepreneurs de plus en plus digital natives.

— **La seconde conséquence concerne le rôle que l'expert-comptable** peut – voire doit – jouer pour accompagner la digitalisation de ses propres clients. Conseil privilégié du dirigeant, l'expert-comptable devra s'orienter vers ce type de mission pour conserver cette place de choix.

2.5. Le rôle légitime et naturel des experts-comptables pour accompagner la digitalisation des entreprises

Globalement, les TPE PME françaises sont peu avancées sur leur propre digitalisation.

Cependant, **95%** d'entre elles jugent que le digital et le numérique seront des enjeux de premier plan dans les 12 prochains mois (source KPMG)

Il y a donc un **besoin** fort mais aussi de la **pédagogie** et de la **formation** à prévoir pour accompagner les dirigeants.

Conscient de cette réalité, le **Gouvernement mobilise de nombreuses ressources** pour booster cette tendance chez les entrepreneurs avec des aides nationales et régionales. Des actions qui devraient permettre de booster la digitalisation des entreprises.

Les cabinets qui auront réfléchi à leur propre digitalisation, vont du même coup développer leurs **compétences** et leur **savoir-faire** dans le domaine, ce qui les conduira assez naturellement à proposer des missions d'implantation et/ou de formation de ces outils comptables digitaux visant notamment à améliorer la productivité des services administratifs de leurs clients.

Ce constat, couplé à leur **position centrale** dans l'entreprise et à la confiance dont ils bénéficient, rend les experts-comptables légitimes pour accompagner les entreprises dans leur transformation. Précisons à cet égard qu'en élargissant le périmètre de la mission, l'**Ordre des experts-comptables** permet aux cabinets d'accompagner cette transformation.

2.6. La culture client, un atout essentiel dans un environnement concurrentiel



La **valeur perçue de la mission initiale** de l'expert-comptable diminue et le client est de moins en moins enclin à payer pour des tâches qui sont automatisées. Continuer à **entretenir une relation étroite avec le client** devient donc un atout incontournable pour se démarquer et pour accroître la propre valeur ajoutée perçue du cabinet.

La **proximité** avec le client permet d'anticiper ses besoins mais également de réduire ses éventuels mécontentements. Au travers de chaque communication, le cabinet renforce son image et entretient cette relation privilégiée.

Les cabinets qui se sont mobilisés durant la crise sanitaire de la Covid pour informer régulièrement leurs clients en sont sortis grandis en termes d'image.

La digitalisation apporte des **outils efficaces** pour développer une **connaissance fine de chaque client**, afin de leur apporter un service personnalisé, de façon simple et automatisée.

C'est le cas des **CRM** comme en propose Sellsy, par exemple, et dont les cabinets sont encore insuffisamment équipés. Une solution incontournable pour **renforcer sa présence et proposer aux clients de nouveaux services**; un bon moyen de développer les ventes additionnelles.

Chaque membre du cabinet doit se sentir investi de la responsabilité de **développer la relation client**. Organiser la culture du client implique de mettre en place des solutions pour connaître sa perception : **enquête de satisfaction, notation...** Des actions qui existent aujourd'hui mais qui ne sont pas suffisamment exploitées d'un point de vue marketing.

PARTIE 3

Enjeux et bénéfices

De nombreux Cassandre prédisent depuis des années une **ubérisation voire une disparition des experts-comptables**. Il faut plutôt voir dans cette évolution du contexte une source **d'opportunités**.

C'est en tous cas la **vision de trois acteurs majeurs** qui sont bien conscients des enjeux et des bénéfices et que nous avons interrogés. **Interviews**.

INTERVIEWS



 Pennylane

Arthur Waller

CEO @PENNYLANE



 beeye

Antoine Lemaitre

FOUNDER @BEEYE



 **CA COMPTE POUR MOI**
LE CABINET DE COMPTABILITÉ

Simon Nespoulous

RESPONSABLE PÔLE RELATION CLIENTS
@CA COMPTE POUR MOI



 **BOOSTER** digital
LE CABINET DE COMPTABILITÉ

Alexis Slama

FOUNDER @BOOSTER DIGITAL



 Pennylane

Arthur Waller

CEO @PENNYLANE

Pouvez-vous nous présenter en quelques mots Pennylane et son offre à la fois pour les entreprises et pour les experts-comptables ?

Nous avons commencé comme **cabinet d'expertise comptable** il y a un an. Depuis décembre 2020, nous proposons aussi notre plateforme aux cabinets tiers. Il s'agit d'une **plateforme de production** c'est-à-dire de tenue comptable. Dans cette configuration la plateforme propose un **double accès** : un accès pour les clients et un accès pour le cabinet. Notre objectif est d'équiper la grande majorité des entreprises et pour se faire, notre stratégie est de nous appuyer sur un réseau décentralisé d'experts-comptables.

Pourquoi avoir choisi de développer une offre en ligne pour vos clients ?

Mon associé est expert-comptable et a un **cabinet physique**; nous permettons à nos clients de se rendre sur place mais la plupart d'entre eux ne le souhaitent pas. Nous avons conçu Pennylane en partant de la **demande du marché**, c'est-à-dire des clients chefs d'entreprise. Nous avons interviewé 120 dirigeants qui nous ont tous dit que leur expert-comptable est tiers de confiance et qu'ils auraient besoin de **collaborer avec lui en temps réel** et regardant les mêmes données mais chacun avec son regard. La plupart des clients de cabinets traditionnels aujourd'hui transmettent leurs éléments comptables au cabinet mais ne voient plus rien ensuite. Or, le dirigeant veut pouvoir se **servir des données fournies sur son entreprise**.

Quels sont les avantages de la solution Pennylane ?

Le chef d'entreprise a accès à ses données au fil de l'eau. Le cabinet, lui, peut **centraliser les flux et échanger plus facilement** grâce à la plateforme.

Pennylane permet au comptable de **gagner du temps** et surtout de ne pas travailler en doublon avec le client. Dans de nombreux cas, le client va pré-saisir sa facture mais le comptable ne s'en sert pas.

Nous proposons que toutes les opérations soient réalisées au même endroit, sur la plateforme avec des vues adaptées à chacun. Avec cette solution, le dirigeant a l'impression de **travailler pour lui** et pas pour son comptable. Nous mettons à sa disposition un outil de gestion et non pas un logiciel de comptabilité.

Les dirigeants vont vouloir de plus en plus ce genre de service, le temps où le cabinet imposait ses outils aux clients est révolu. Concrètement, le client rapproche une facture de vente d'un encaissement pour que ses relances partent automatiquement mais cela est utile au comptable. Les deux parties avancent en parallèle. Lorsque le client arrive sur la plateforme il voit « mes achats », « mes ventes », « ma trésorerie », avec un dashboard personnalisable sur chaque. Il dispose d'outils de pilotage à jour, il sait ce qu'il doit payer et quand, ce qu'il a vendu... **Tout est automatisé**, et les informations sont donc à jour en temps réel.

Et pour l'expert-comptable ?

Le gros avantage pour l'expert-comptable, c'est qu'il **améliore la satisfaction de ses clients** et en même temps se facilite la vie en **recupérant de nombreux flux comme ceux des banques et des prestataires de paiement** de type Stripe, Gocardless, Google Drive (sur lequel le client stocke ses factures)... Le **gain de productivité** est significatif pour le cabinet, car tous les outils sont centralisés.

Dans les organisations traditionnelles, le cabinet travaille sur un outil de production comptable auquel il plugge des outils tiers (ex. sobank, Ebics, Receipt bank...). Pennylane présente l'avantage de proposer une **interface unique qui permet de tout faire au même endroit** : le collaborateur saisit une facture d'achat et la rapproche tout de suite. En faisant faire une partie du travail au client, on simplifie celui du cabinet. Lorsque le client paye ses factures via Pennylane, le lettrage se fait automatiquement. Concrètement, il appuie sur un bouton « **payer mes factures** » qui est connecté à la banque et envoie le règlement vers ses fournisseurs.

Idem sur les factures de vente. Le client les fait dans Sellsy, par exemple, et elles remontent directement dans Pennylane. Le client n'a pas à les télécharger pour les envoyer au cabinet. Autre exemple, le client dépose ses justificatifs de paiement dans son Google Drive et nous les récupérons (il peut aussi les transférer par email). Nous récupérons en scraping **les flux des néobanques** - qui sont de plus en plus utilisées par les entrepreneurs – mais également ceux des fournisseurs de type Amazon, Bouygues...

Pour la révision, les **justificatifs sont accessibles directement**, il n'y a plus d'import de journal d'achat, ni d'allers et retours pour vérifier les pièces.

Quels sont les retours que vous avez aujourd'hui de la part de vos clients experts-comptables ?

Les premiers retours des cabinets sont bons. Notre ambition est que les cabinets remplacent leur logiciel de production actuel par le logiciel Pennylane. Pour la transition des comptes, cela se passe par l'**importation du FEC** (Fichier des Ecritures Comptables), on branche ensuite les **différents outils** du client tels que Sellsy et c'est parti !

Nous récupérons les factures de toutes les sources, via un **OCR** (un système de reconnaissance optique des caractères) qui pré-saisit et met dans le bon compte de charges grâce à des règles d'automatisation. La **déclaration de TVA** provisoire et le bilan provisoire sont générés automatiquement.

Quelques modules manquent encore, comme la **télédéclaration** qui est faite à la main sur le compte SIE du client. Également, pour les flux **EBICS**, nous travaillons sans mandat avec des flux API, mais il y a encore des blocages de certaines banques, nous allons donc venir compléter les API par de l'EBICS. Enfin, la dernière grosse brique qui manque est l'**édition de la liasse fiscale** : pour nos clients, nous tenons toute la compta sur Pennylane et à la fin nous importons un FEC qui se transforme en liasse ou plaquette.

Votre offre est-elle adaptée à une certaines typologie de clients ? Si oui, lesquels ?

Notre cible est la **TPE PME**. Nous avons un panier moyen de **290€/mois**, ce n'est pas du tout une prestation « low cost ». Nous ne visons pas les indépendants pour qui le budget serait trop élevé.

Pour un cabinet comptable, quels sont les enjeux de la digitalisation ?

Pour moi, ils sont de trois ordres : des **gains de productivité**, l'**amélioration de l'expérience** et de la satisfaction client mais également la **motivation des salariés**. En effet, au lieu de saisir des écritures, les collaborateurs qui gèrent la relation client font du **conseil**, ce qui est plus intéressant pour eux. Cela induit bien entendu de la **formation** mais la plupart des cabinets ont bien conscience qu'ils ne pourront plus facturer la saisie à court terme et qu'ils doivent se réinventer. Afin de les aider, nous avons une équipe dédiée à l'**onboarding** des cabinets partenaires et une autre qui assure le support au quotidien.

Comment voyez-vous l'avenir des cabinets ?

Nous pensons que la **prochaine bataille** entre les banquiers et les experts-comptables entre autres, sera pour déterminer qui sera le vrai tiers de confiance de l'entreprise. Le gagnant sera clairement celui qui disposera d'une plateforme permettant une **vue globale**.

Avec une plateforme comme Pennylane, l'expert-comptable aura toutes les données pour proposer les services les plus adaptés à son client : le bon crédit, la bonne mutuelle, la solution d'affacturage qui correspond à la situation du client... Sur les **services à valeur ajoutée** que le cabinet va proposer, il va toucher une commission qui va lui apporter du revenu additionnel.

Notre vision est qu'à **horizon 5 ans**, une TPE en Europe aura un **outil métier** vertical comme Sellsy ou une caisse, et ensuite un **outil horizontal** qui centralisera tout sur un operating system financier, c'est-à-dire sur une plateforme administrative et financière. En gros, c'est ce qu'ont fait Quickbooks aux USA ou Xero en Australie mais qui n'existe pas aujourd'hui en France.

En résumé, les enjeux et les bénéfices font de la digitalisation des cabinets un incontournable.



Antoine Lemaitre

FOUNDER @BEEYE

Pour un cabinet comptable, quels sont les enjeux de la digitalisation ?

Le premier mot qui me vient est « **inconnu** ». À court terme en effet, les cabinets vont être confrontés à une part d'inconnu, ils vont assister à un combat entre les **anciens éditeurs de solution et les nouveaux**. L'écosystème actuel est changeant et instable; l'enjeu va être de prendre des décisions et de choisir dans quel écosystème se projeter dans les **10 prochaines années**, en partant d'un marché des éditeurs qui jusqu'à maintenant était connu et maîtrisé, avec des opérateurs historiques tels que ACD, AGIRIS, LOOP, MYUNISOFT, INQOM, SAGE...

Dans ce contexte, beaucoup de cabinets **prennent des risques** et d'autres **attendent**. De mon point de vue, c'est bien de prendre un risque et ceux qui ne le font pas prendront du retard. Il va falloir pour chacun, tester plusieurs implantations pour trouver celle qui lui paraît la meilleure.

Le gros avantage du contexte actuel est que **les partenaires se rapprochent** entre eux. Le cabinet n'est plus dans la situation antérieure où il s'équipait de solutions et devait se débrouiller pour les faire communiquer entre elles... lorsque cela était possible. Toutes ces liaisons étaient subordonnées à des interventions manuelles. Désormais, les acteurs du marché sont dans une démarche « **best of breed** » c'est-à-dire que les solutions sont très spécialisées et proposent des fonctionnalités très avancées dans un domaine. En gros, chacun devient le meilleur dans sa catégorie.

Dans ce contexte nouveau, la **confiance dans l'équipe** qui va accompagner et soutenir l'implémentation d'une solution est déterminante. Ma recommandation aux cabinets est de s'orienter sur des **solutions ouvertes** et évolutives qui favorisent les partenariats. A titre d'exemple, Beeye se connecte avec les intervenants comme **ACD, AGIRIS, LOOP, MYUNISOFT, AGIRIS, INQON, SAGE ou encore jedeclare.com...** Beaucoup d'entre eux proposent des outils de planification et de gestion interne ce qui n'empêche pas leurs clients de choisir Beeye parce que dans ce domaine nous apportons une expertise et une innovation différentes.

Et quels sont les bénéfices de la digitalisation ?

Le bénéfice majeur est le **gain de temps**, et surtout l'**automatisation des tâches** administratives et récurrentes qui sont dénuées de valeur ajoutée. Un robot fait ce qui est **chronophage** et **pénible** et laisse aux professionnels du temps pour faire le reste, c'est-à-dire pour proposer des missions intéressantes à traiter et qui sont rémunératrices.

Beeye développe actuellement des projets réels d'**intelligence artificielle** et de **machine learning**. Le jour où ces outils vont se lancer et où ils auront assez tourné pour avoir emmagasiné des données, ils seront extrêmement performants. Beeye travaille également sur un projet de recherche et développement qui vise à automatiser au maximum la bonne gestion et donc le succès des missions. Tout ce travail va être fait par un robot qui va prendre des meilleures décisions qu'un humain. Ses décisions seront **plus rapides, plus fiables et moins chères**.

Un logiciel qui ne travaille pas sur la data et l'automatisation aujourd'hui, va être **dépassé à très court terme**.

Autre avantage non négligeable, la **qualité** et la **fiabilité**. Nous avons un projet en cours qui est de proposer une solution capable de **prédire le succès des projets** en s'appuyant sur les expériences passées. Si elle détecte des circonstances identiques, l'IA va prédire les facteurs et les zones d'échec. Cela va impacter réellement le succès d'une opération.

Quels sont les principaux défis de la digitalisation des cabinets ?

Les défis à relever sont ceux du **changement** et de la **transformation des méthodes de travail**. La crise de la Covid a en ce sens été révélatrice. Pour certains l'adaptation a été facile, alors que pour d'autres cela a été compliqué. Il n'est pas en l'occurrence question d'outil mais de capacité à adhérer au changement et à s'adapter.

Notre rôle est aussi d'**accompagner ce changement**, de **communiquer sur les bonnes pratiques**, d'amener les gens à évoluer. Actuellement, beaucoup de cabinets changent leurs outils de production et s'orientent vers de nouvelles solutions qui commencent à devenir intéressantes. Mais ces changements ne sont rien par rapport à l'**ampleur des bouleversements** qui les attendent dans trois ans.

Pour bien anticiper tout cela il faut être **curieux**, se **regrouper**, monter des **groupes de travail et de réflexion** autour de l'écosystème. Il faut fonctionner sous forme de **POC**, faire des **pilotes**, **tester** un mois... En résumé il va falloir avancer en mode agile et itératif.

En quoi Beeye peut-il aider les cabinets dans cette transformation ?

La raison d'être de Beeye est de proposer une **solution de pilotage global du cabinet**. La promesse est de permettre aux cabinets de réussir à livrer, avec succès et en temps et en heure, des missions rentables composées de différentes tâches et traitées par des équipes contentes de travailler.

Nous sommes partis du constat de la **perte de rentabilité des missions d'expertise** lié à l'évolution de l'environnement et notamment à l'arrivée de la concurrence des acteurs full digital. La valeur de la mission de tenue perçue par le client diminue. Nous aidons les cabinets dans leur réflexion sur la structuration et la vente des nouvelles missions à venir à plus forte valeur ajoutée. Pour cela, nous avons créé un système de modèles intelligents que nous appelons « **Nomenclature intelligente** ».

Le principe est simple : créer un **modèle de mission type** qui se compose de scénarii et de paramètres. La mission créée à partir du modèle se planifie automatiquement. Pour le moment nous utilisons des algorithmes simples, mais à court terme nous utiliserons l'IA.

Deux résultats importants en découlent :

- **estimer facilement** combien facturer une mission. Chaque tâche est prise en compte, et permet de créer un devis plus rentable et de prendre conscience de l'argent que vous pourriez perdre sur un dossier.
- **prendre en compte les tâches non-facturables** et les inclure à votre suivi de temps — ces tâches indispensables mais parfois chronophages sont souvent ignorées alors qu'elles représentent souvent des opportunités d'amélioration considérables.

Autre atout, le **collaborateur est au centre** du process : chaque acteur de la mission doit pouvoir juger de son propre impact. C'est là que réside la grande différence : notre outil de gestion est axé sur les collaborateurs et sur un principe de transparence. Cela se traduit par une **interface conviviale** et inclusive. Ce principe est très en phase avec les attentes des nouvelles générations qui ne veulent plus de la hiérarchie. Chacun a des responsabilités et rend des comptes sur sa partie.

L'outil Beeye est **innovant techniquement et fonctionnellement**. Tout est imaginé pour impliquer les équipes et leur donne envie d'utiliser l'outil.

Bien entendu il est global et **connecté à d'autres partenaires** du cabinet. Par exemple, on ne gère pas les clients directement mais on se sert de Sellsy pour la partie **CRM** ou pour la **facturation**.

En conclusion, il me semble que le changement et la digitalisation des cabinets sont **incontournables** et qu'il faut les voir comme une **opportunité** pour s'améliorer et avancer...



CA COMPTE POUR MOI
L'EXPERT-COMPTABLE 100% CONNECTÉ

Simon Nespoulous

RESPONSABLE PÔLE RELATION CLIENTS
@CA COMPTE POUR MOI

Pourquoi avoir choisi de développer une offre en ligne pour vos clients ?

L'idée a germé lors d'un séminaire d'associés en 2013 dont la thématique était « **Que sera le cabinet de demain ?** ». Il est ressorti des réflexions, que le cabinet sera digital comme toutes les autres prestations proposées aux entreprises telles que les assurances ou les banques. Aujourd'hui, le temps a donné raison aux associés !

Ça compte pour moi est né en février 2015 après deux ans de conception et de développement. En effet, nous avons souhaité créer **notre interface client avec un développement propriétaire** qui fait lien avec notre logiciel comptable Ibiza.

Pourquoi avoir créé une structure en marge de votre cabinet traditionnel ?

Nous avons la volonté à l'origine de séparer les deux entités, à une époque où il n'existait que très peu de cabinets digitaux sur le marché. L'une des raisons principales est que **le service en ligne, à l'origine, s'adressait aux TPE** qui fonctionnent en comptabilité de trésorerie ce qui n'était pas la cible principale de la Compagnie Fiduciaire.

Depuis, nous ajusté notre stratégie, et avons même des projets de communication sur les **synergies entre les deux entités**. En interne, il arrive que certains clients basculent d'une structure à l'autre au gré de leur développement.

En revanche, les équipes sont étanches au niveau de la production, nous ne partageons que des services transversaux tels que l'informatique et le marketing. Ça compte pour moi a recruté ses **propres équipes dédiées**, qui ont été formées au produit et à la relation client, un peu différente dans ce contexte digital.

Votre offre est-elle adaptée à une certaine typologie de clients ? Si oui, lesquels ? Y a-t-il des clients pour qui l'offre digitale n'est pas adaptée ?

La moyenne d'âge des collaborateurs est de 28 ans et c'est à peu près la même chose pour les **clients, qui sont globalement plus jeunes** que les clients de la Compagnie Fiduciaire. Nous nous adressons beaucoup à des primo entrepreneurs qui n'ont jamais travaillé avec un expert-comptable traditionnel. Au fur et à mesure du temps, nous récupérons de nouveaux clients qui ont envie de tenter l'aventure, et se disent qu'ils ne voient pas l'intérêt de payer pour une relation de proximité alors qu'en fait ils ne voient jamais leur expert-comptable.

Très peu de clients ne sont pas convaincus par notre environnement digital. Nous avons en effet très largement concentré le développement de notre plateforme sur l'**aspect intuitif et facile d'utilisation**, afin qu'elle reste accessible à tout le monde. Lorsque cela arrive, c'est que le mode de fonctionnement à distance et l'organisation qui en découle ne leur correspondent pas totalement. Nous avons ainsi peu de turn over de client et, lorsque cela arrive, c'est principalement parce que les entreprises disparaissent.

Pour un cabinet comptable, quels sont les enjeux de la digitalisation ?

A mon sens **les enjeux sont doubles**. Tout d'abord **optimiser l'acquisition de nouveaux clients** en ayant une solution plus souple et plus séduisante à proposer (et l'actualité sanitaire nous donne raison sur ce point). Mais également, il y a un enjeu de **rentabilité pour le cabinet**. Avec la comptabilité de trésorerie, nous avons réussi à gommer la **tâche de la saisie** qui est extrêmement chronophage. La récupération des données passe par le flux bancaire. On demande simplement au client de qualifier les informations de son compte bancaire en recette ou en achat. L'information est ensuite retraitée et automatisée. La digitalisation nous a permis de gagner un temps énorme.

Notre objectif est d'**automatiser les process** au maximum pour nous, comme pour les clients. C'est dans cette optique que nous souhaitons **renforcer nos liens avec Sellsy qui propose des accès expert-comptable à ses outils, notamment de facturation**. Ainsi, le client n'aurait plus à envoyer ses factures sur notre plateforme.

Autre avantage, **pour les collaborateurs le travail est aussi plus agréable**. Le temps libéré est passé auprès des clients, pour les conseiller, les accompagner dans leur fonctionnement au quotidien. Chaque collaborateur a son **portefeuille de clients dédié** qu'il connaît bien. En parallèle, nous proposons des missions de conseil plus structurées qui viennent compléter notre offre de services. Nos équipes se composent de **différents profils de collaborateurs** compétents pour traiter tous les types de mission. L'intégralité des missions réalisées par le cabinet est traitée en interne.

La digitalisation vous a-t-elle conduits à changer vos outils de production traditionnels, à développer des partenariats avec d'autres éditeurs de solution ?

Nous travaillons avec **Ibiza** sur la partie comptable. Mais surtout, sur les fonctions support nous utilisons **Sellsy** qui nous apporte un vrai plus. L'un des gros enjeux du cabinet digital est la gestion de la relation client, et tout ce qui touche à l'aspect commercial et au suivi. Nos 3 000 clients sont **mensualisés**. Nous générons environ 200 factures mensuelles en **cross selling**, qui sont réalisées par une seule personne qui traite aussi d'autres tâches.

Et quels bénéfices en tirez-vous en termes d'organisation, de productivité, de relation client ?

Ce qui ressort beaucoup de l'expérience client, c'est la **simplicité du fonctionnement** et de la **relation**. Les clients n'ont plus peur de poser des questions à leur expert-comptable. Nous sommes attentifs à **parler le même langage que nos clients**, à nous adapter à chacun d'entre eux. C'est pour cela que nos outils sont simples et vulgarisés, sans langage comptable. Aujourd'hui, en dépit d'investissements de départ important, le cabinet est rentable.

Quelle est votre vision du cabinet d'avenir ?

Je ne crois pas au full digital dans le cadre du groupe Compagnie Fiduciaire. Pour moi, l'**avenir repose sur le phygital**. Je crois qu'il faut digitaliser tout ce qui n'a pas de valeur ajoutée, mais en gardant le lien humain et un relationnel privilégié.

Si l'on prend l'exemple de la liasse fiscale et de l'établissement des comptes, un robot peut très bien les produire, mais rien ne pourra remplacer la valeur ajoutée d'un expert-comptable qui apporte ses conseils au dirigeant.



BOOSTER digital
accélérateur de croissance

Alexis Slama

FOUNDER @BOOSTER DIGITAL

Comment Booster Digital aide les cabinets à se digitaliser ?

Booster Digital est le **cabinet de conseil** dédié aux Experts-comptables et Daf externes. Nous utilisons le digital pour accélérer la croissance de votre cabinet. Nous travaillons ensemble sur les process de production, la stratégie, la communication et le marketing, l'animation des réseaux sociaux ainsi que le déploiement d'un CRM et la formation des associés et collaborateurs. Dites-nous vos objectifs et nous vous créons le **plan opérationnel** pour les dépasser.

En quoi consiste la digitalisation des cabinets ?

La digitalisation des cabinets est **globale**. Elle va jusqu'à la transformation du métier quotidien des collaborateurs, car elle engendre un changement dans la production (collecte, traitement, restitution) elle-même. La digitalisation a également un aspect humain. C'est d'ailleurs nécessaire, car il y a de **nouveaux métiers** qui arrivent dans le cabinet, il faut donc accompagner les collaborateurs à s'adapter aux nouvelles attentes et aux nouvelles utilisations d'outils.

La digitalisation des cabinets va aussi engendrer de **nouvelles attentes** des clients. Auparavant, c'était les cabinets qui poussaient la digitalisation et l'innovation, maintenant c'est une demande forte qui provient des clients eux-mêmes. Ils sont en attente de cette digitalisation pour **améliorer leur expérience client**.

En une phrase, la digitalisation des cabinets c'est **ré-enchanter la comptabilité pour le pilotage des entreprises.**

Comment réagissent les cabinets comptables lorsqu'on leur parle de digitalisation ?

La digitalisation n'est plus un sujet. Tout le monde est conscient qu'il n'y aura **plus de retours en arrière**, la digitalisation est ancrée dans tous les cabinets, dans tous les esprits. C'est le **niveau de digitalisation** qui diffère selon les cabinets. D'ailleurs, les freins que l'on peut rencontrer sont les mêmes que ceux liés à tout changement dans les entreprises. Ce sont des problématiques **humaines** et de **temps** : il faut passer du temps de formation pour découvrir comment utiliser les outils, passer du temps pour rester en veille, tester les outils, voir comment ils se connectent les uns avec les autres...

Les cabinets sont plus ouverts que ce que l'on dit, mais malheureusement aujourd'hui, ils sont souvent trop **accaparés par la production** et n'ont pas forcément le temps de prendre suffisamment de hauteur sur les opportunités que peut offrir la digitalisation.

Les cabinets ont pris également conscience des **avancées technologiques** liées à leur métier. On est passé d'un monde où l'on souhaitait avoir tout-en-un, sur un seul outil, à un monde d'applications spécialistes dans chaque secteur. Il faut avoir un très bon cœur de réacteur pour la production et qui doit être ouvert pour se connecter aux autres outils. Par exemple, avec votre **CRM** qui va envoyer la donnée de facturation, avec le bon outil **d'OCR** qui va récupérer les factures et enfin à votre **outil de restitution** qui va remonter les bons KPIs... Cela nécessite forcément une ouverture d'esprit et un travail qui est différent de celui d'avant.

Aujourd'hui, nous devons être capable de savoir quel est le meilleur outil qui va s'adapter à chacun de ses clients, **de façon individuelle** et non plus être l'expert-comptable qui pousse un seul outil à tous ses clients.

De plus en plus, le **rôle de l'expert-comptable évolue**. Les experts-comptables deviennent, en plus d'experts de la comptabilité, des experts d'un domaine d'activité. Il faut avoir une bonne vision des acteurs qui permettront à vos clients d'être performants. Cela passe maintenant très souvent par des solutions digitales.

Les cabinets ne vont pas forcément mettre en avant un seul outil mais devenir prescripteur de l'outil le mieux adapté à leurs besoins. Le cabinet devient **force de proposition et de recommandation** vis-à-vis de son client tout en prenant en compte les problématiques de son client, et non les siennes.

Pourquoi est-il si important pour eux de se digitaliser ? Quels sont les enjeux de la digitalisation ?

Le métier de l'expertise comptable se transforme. Les nouveaux concurrents arrivent avec force sur le marché et la demande évolue. Les services proposés se développent et donc **la mission traditionnelle de légal / fiscal**, qui représente aujourd'hui une grande part du temps et du chiffre d'affaires des portefeuilles, est naturellement **amenée à se réduire**. Une grande partie de la clientèle n'attend plus uniquement cela.

Les métiers de production pure vont être de plus en plus **automatisés**. Tous les flux sont déjà quasiment tous dématérialisés, donc quand on voit l'évolution technologique actuelle il n'y a pas de raison de ne pas réussir dans un futur proche à automatiser la comptabilité. Sans dire qu'elle le sera à 100%, mais le métier de collaborateur comptable deviendra un métier de **data controller**, pour faire du conseil pilotage, accompagnement pour les entreprises et les organisations.

Vous accompagnez les cabinets dans leur digitalisation, quels sont les éléments clés pour réussir sa transformation digitale ?

Pour réussir sa transformation digitale, il est essentiel que le **top management ait conscience du changement et en soit moteur**, sinon c'est un échec assuré. Les associés doivent envoyer un message fort, montrer cette volonté d'implication dans le projet du changement, ils doivent mener ce chantier. Il est également très important d'avoir des **promoteurs** dans l'équipe qui vont prendre part au projet et vont ensuite **évangéliser** et transmettre le message auprès des équipes.

L'état d'esprit du changement doit également être présent au sein du cabinet. Cela signifie de laisser la place au **test**, laisser du **temps** aux collaborateurs pour essayer, pour se former et donc accepter que le collaborateur ait du temps non facturable. Il faut également prendre le temps de **recueillir des retours**. Ce sont les réels facteurs clés de succès !

Pour réussir, il s'agit d'investir à tous les niveaux. Il faut prendre le temps, faire de la communication interne, la phase de préparation est aussi importante que le suivi.

Comment voyez-vous l'avenir des cabinets ?

A mon sens, l'avenir des cabinets sera un **avenir radieux**. La valeur ajoutée des cabinets sera l'accompagnement et de conseils avec **plus de services auprès des entrepreneurs**, un rôle encore plus important que ce qu'il n'était auparavant.

🗣️ Quand on parle de digitalisation de son cabinet, quel est l'ordre de marche à suivre ?

Quand on se lance dans la digitalisation de son cabinet d'expertise comptable, il y a **plusieurs questions à se poser** :

- Où souhaite-t-on emmener son cabinet dans **5 ou 10 ans** ?
- Qui est notre **clientèle** et quel est son niveau de **maturité digitale** ?
- Quelles ont les **offres** que l'on souhaite faire aujourd'hui, quelles sont les offres que l'on souhaite proposer demain ?
- Qui va **prendre en charge le projet**, à quelles **échéances** de temps, quels sont les **objectifs** attendus ?

Une fois que l'on a répondu à ces questions il est plus simple de créer son planning et surtout de voir les étapes à mettre en place.



PARTIE 4

Mettre en place la transformation au sein de son cabinet

Vous l'aurez compris, la digitalisation du cabinet **n'est plus une option** !

Il s'agit bien d'une **démarche globale** qui va impacter l'ensemble du cabinet. Comment entreprendre cette transformation ? La question n'est pas simple. Elle nécessite la mise en place d'une **véritable démarche en plusieurs étapes**.

ÉTAPE 1

4.1. Une transformation liée à la stratégie du cabinet

Le premier écueil tentant, serait de **se lancer tête baissée** dans une approche par les outils.

La transformation digitale doit s'appréhender comme un élément central de la stratégie du cabinet. En effet, avant de digitaliser son cabinet, il faut savoir **où on souhaite aller et pourquoi**.

La **première étape** doit donc bien être de définir les **objectifs du cabinet à horizon trois ans**. La vision cible du cabinet à cet horizon doit se réfléchir à **360 degrés** : en termes d'offre, d'organisation, de relation clients, de communication, de RH, de compétences...

Elle doit également être **réaliste et cohérente** avec le positionnement actuel du cabinet, ses clients, ses ressources et son environnement.



ÉTAPE 2

4.2. Et si vous faisiez faire un diagnostic ?

Une fois les objectifs définis, il est important de **bien savoir d'où l'on part réellement** afin de bien préparer les étapes du chemin à parcourir pour réussir sa transformation. Pour cela, le mieux est de faire réaliser un diagnostic destiné à évaluer le **niveau de maturité digitale** du cabinet.

Bien entendu, un cabinet ne part pas d'une feuille blanche.

Cette analyse devra mettre en lumière les **points forts**, ceux sur lesquels il faudra s'appuyer mais également les **points d'effort** et les **risques** qu'ils comportent.

Pour être efficace, ce diagnostic devra analyser les principales problématiques **d'efficacité** et de **productivité** de la situation actuelle en termes de production et d'organisation interne, bien entendu, mais également de **relation** et de **satisfaction** du client.

Pour se faire, l'idéal semble de **se faire accompagner** par des professionnels du sujet. Ils sauront apporter une **méthodologie**, un **regard** extérieur mais surtout, ils sauront faire des **recommandations** pertinentes et appropriées à chaque cabinet. Car s'il y a des problématiques communes, les solutions sont propres à chaque cabinet.

ÉTAPE 3

4.3. Construire un plan d'actions timé et chiffré

Les deux premières étapes de cette transformation auront en principe **mis en lumière de nombreuses pistes**.

Toutes ne sont pas au même niveau, et il va donc falloir **les prioriser** pour des raisons de temps et de budget. Cette priorisation devra aussi tenir compte des « risques à ne pas faire ». Une action qui ne prend pas de temps, ne coûte pas cher mais ne servant aucun des objectifs de la stratégie, n'a pas forcément d'intérêt.

ÉTAPE 4

4.4. Choisir les bons outils

Arrive ensuite l'étape des solutions. La digitalisation est **intrinsèquement liée aux outils** qui la rendent possible. Il est donc important de choisir les outils **adaptés aux objectifs définis** et que ces outils soient pertinents avec l'activité du cabinet.

Or, les nouvelles solutions pullulent et il n'est pas aisé de s'y retrouver et faire les bonnes sélections.

Identifier et tester à la façon des start-up n'est pas dans la culture des cabinets. Là encore, **se faire accompagner** permettra de rationaliser la démarche.

Dans ce nouveau paysage, il faut avoir en tête la **construction d'un écosystème** au sein duquel toutes les solutions doivent être interconnectées et correspondre entre elles.

ÉTAPE 5

4.5. Former et impliquer les équipes, un facteur clef de succès

Déployer les nouveaux process et les nouveaux outils implique **d'imposer aux équipes de nombreux changements** dans un temps le plus court possible. Le timing est stratégique et le changement doit se faire vite pour limiter la période de cohabitation de plusieurs fonctionnements au sein du cabinet.

Aussi paradoxal que cela puisse paraître, **l'humain est central** dans un projet de transformation. Il va falloir lever les craintes induites par la suppression de certaines tâches, rassurer et expliquer.

Sur ce plan des RH également, les outils digitaux apportent des solutions. Citons par exemple des outils comme Beeye qui vont aider à **optimiser** l'organisation du cabinet, qui vont permettre **d'aller plus vite** collectivement, de **traquer** les pertes de temps, de **planifier** les travaux, **d'optimiser** les devis en s'appuyant sur des algorithmes.

Mais également, de nouvelles solutions de communication interne collaboratives favorisent la **diminution des mails** et le **suivi** des projets en groupe. Là encore, la crise de la Covid a montré l'intérêt de ces outils et la montée en puissance du télétravail devrait continuer d'installer leur utilisation dans les nouvelles habitudes des cabinets.

Enfin, la formation composante essentielle de la transformation digitale, pourra elle aussi s'appuyer sur des modèles innovants mieux adaptés aux nouvelles exigences : **SIRH, plateformes d'elearning...**

Pour conclure

La **transformation digitale des experts comptables est en route**. Il s'agit d'un énorme challenge dans la mesure où il touche l'intégralité des processus du cabinet et pas uniquement le système de production. Les **outils de production, les relations humaines, le marketing, la communication** et enfin la **relation client** sont impactés positivement.

Mais relever ce défi est **incontournable pour ceux qui voudront survivre** et conserver leur place de choix au cœur de l'économie.

Demain, les cabinets qui saisiront cette opportunité pourront proposer **plus de services aux entrepreneurs** dans l'objectif de faire croître leurs activités.

Ils **renforceront leur attractivité** vis-à-vis des talents qui arrivent sur le marché, ils amélioreront leur activité.



Un livre blanc édité par Sellsy

— go.sellsy.com

— contact@sellsy.com

