

# LE GUIDE

## VERS UN NOUVEAU MODELE DE DEVELOPPEMENT DU CABINET



Proposé par GererMesAffaires.Com

## LE CHOIX DE SON MODELE

### **Administrer et valoriser les données du client dans un objectif d'accompagnement.**

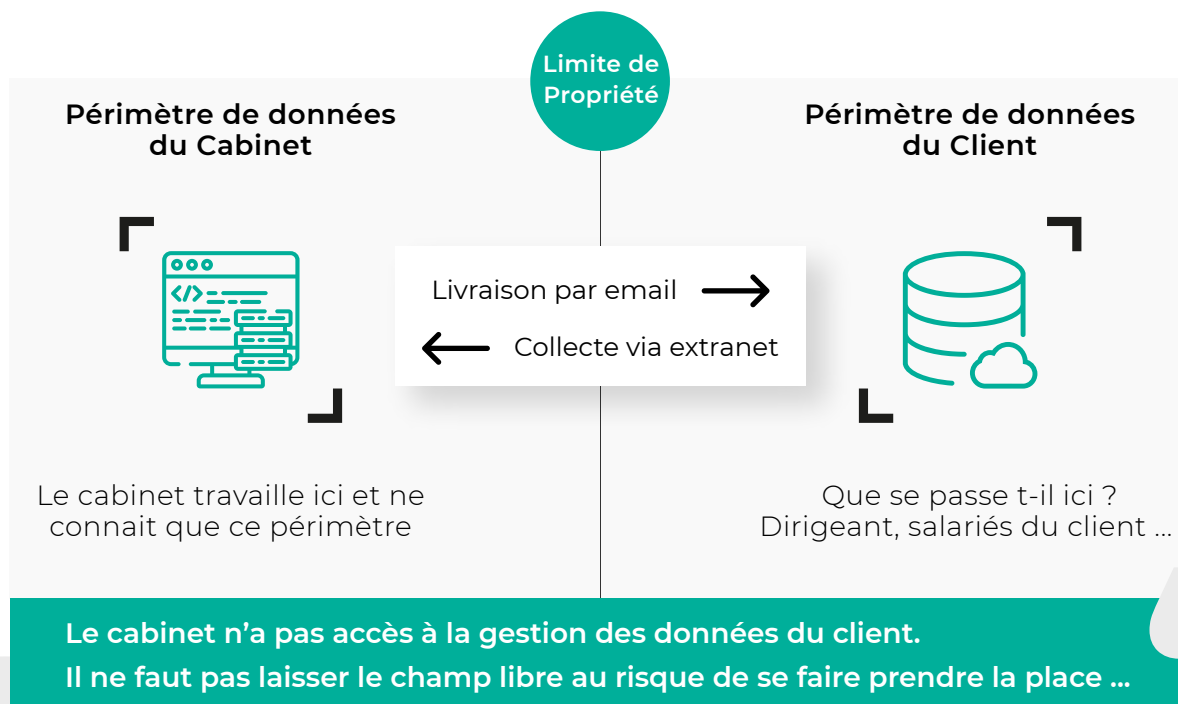
Depuis la mise en place de la RGPD, la distribution numérique des paies en coffre-fort salarié se généralise.

Pour la première fois, le cabinet est appelé à venir classer directement de l'information dans le périmètre de propriété de données du client ou de ses salariés.

# A PROPOS

Il arrive souvent que le cabinet déploie des logiciels pour chaîner les besoins informatiques du client à son système de production. Ainsi, le cabinet comptable embarque ses clients dans sa stratégie d'optimisation de sa production. **Quelques exemples :**

- ✓ La mise en place d'une chaîne de facturation chez le client dont les journaux viennent se déverser automatiquement dans la comptabilité au cabinet
- ✓ La mise en place de logiciels de notes de frais pour éliminer des comptabilisations laborieuses
- ✓ La demande faite au client de scanner ses pièces comptables afin de venir les loger dans le système de production du cabinet
- ✓ La saisie directe par le client sur Internet de ses variables mensuelles de paie, ce qui le responsabilise tout en éliminant des reports coûteux



C'est ainsi que l'histoire des 70 dernières années, est essentiellement une histoire de progrès informatiques qui visent à confier une part toujours croissante du travail du collaborateur soit au client soit à une machine. La logique ultime de ce phénomène est que le métier de cabinet de production converge vers le métier d'éditeur de logiciel de production - *aujourd'hui en mode Saas*.

C'est ce qu'ont déjà compris  
nombre d'acteurs de la profession  
qui déploient des **solutions en ligne**  
**de plus en plus performantes.**

A l'inverse, il se peut aussi que ce soit l'éditeur de logiciel qui « s'accapare » le métier de production.

Cela s'appelle de l'intermédiation numérique. Un bel exemple vient de s'illustrer ces derniers temps.



S'occuper de classer des documents  
dans le périmètre du client, ce peut  
être le début d'une nouvelle histoire.  
**Car de deux choses l'une :**

**Soit cette tâche est vécue comme une obligation de plus, et elle est une contrainte supplémentaire dans une logique qui reste axée sur la production, soit cette tâche est vécue comme le premier pas d'une démarche centrée sur le client.**

Dans le premier cas, le cabinet reste sur une stratégie de production, donc dans une logique d'offrir le meilleur prix au client. Dans le second cas, on passe à une stratégie qui est de maximiser notre valeur ajoutée dans le respect de l'objectif de notre client.

Dans le premier cas, le prestataire ne sait pas se vendre, il propose un prix. Dans le second cas, le cabinet fait un effort de réflexion au lieu et place du client, pour lui proposer une stratégie beaucoup plus créatrice de valeur ajoutée.

Dans le premier cas, le prix est le seul critère, cela veut dire que c'est le client, et lui seul, qui fait l'analyse de son besoin et de la solution achetée. Le prestataire lui abandonnant toute l'analyse car il ne fait que « produire ». Dans le second cas, il y a une stratégie commerciale du cabinet ; cela signifie qu'il y a un acteur dont le rôle est celui de faire découvrir un besoin à son client, de mettre en valeur l'intérêt d'apporter une solution à ce besoin et d'organiser la mise en place de la solution qui convient.

L'actualité des obligations, à travers la **distribution des paies en coffre-fort salariés**, est en réalité l'occasion pour le cabinet de faire un choix de stratégie marketing et de management.

Soit le cabinet reste un **cabinet de production**, soit il profite de la distribution des paies en coffres forts salariés, pour devenir un **cabinet d'accompagnement**.



Dans ce second cas, un obstacle de taille subsisterait dans certains esprits : le point faible des cabinets comptables serait **de ne pas savoir se vendre**.

L'expert-comptable est d'essence technique. Un technicien est essentiellement centré sur sa connaissance technique et son savoir-faire.

**Mettre en place une stratégie marketing** est-il un vrai challenge ou une question de méthode ?

“

## Nous avons une tactique à vous proposer ...

Comment parvenir à un **Cabinet d'Accompagnement**.

Une stratégie en 5 étapes et en phase avec le métier d'expert-comptable au support d'un service en ligne unique, sécurisé et interactif dédié à la gestion des données et documents ...





# GererMesAffaires.com

## Pour le cabinet lui-même

Le point de départ, la distribution des paies du cabinet

Tous les collaborateurs du cabinet sont inscrits sur la plateforme. Le coffre employeur du cabinet est déployé. Les fiches de paie sont collectées dès qu'elles sont en ligne par chaque coffre-fort privé (gratuit ou payant) de chaque salarié. Chaque salarié dispose d'un coffre-fort gratuit (ou payant s'il souhaite développer un usage intensif et familial).



Puis le cabinet commence à organiser ses propres fonctions support, en fonction de ses besoins ...



### Les fonctions dérivées du RH :

- Gestion des envois papier des fiches de paie des salariés refusant le coffre numérique ;
- Dossiers permanents des salariés ;
- Collaboratif salarié sécurisé ;
- Tableau d'affichage obligatoire ;
- Gestion de l'information interne :
  - Fonctionnement du cabinet ;
  - Information technique ;
- Gestion des matériels confiés aux collaborateurs ;
- Identifiants et ou mots de passe et codes internes ;
- Cercles de confidentialité internes ;

### Les fonctions support immédiates :

- Gestion des fournisseurs ;
- Documents internes et dossiers confidentiels ;
- Gestion du CODIR : réunions, dossiers en cours ...
- Gestion des litiges ;
- Juridique du cabinet :
  - Préparation des Assemblées Générales ;
  - Suivi des titres et compte titres des associés ;
  - Collaboratifs des associés ;
  - Dossiers juridiques : marques, sites, pactes ...



Dans un second temps, le cabinet procédera à la **mise en place du collaboratif** à ses clients ...



## LES FONCTIONS

### Les dossiers clients :

- Suivi du client
- Collaboratif interne sur le client
- Compte rendu de visite client
- Suivi d'échéances
- Evolution des lettres de missions du client
- Mots de passe et identifiants confiés
- Suivi des contacts au sein du client
- Suivi des factures
- Sous dossiers spécifiques
- **Si besoin** : Collecte et stockage des documents comptables du client

### Système de collecte sécurisée :

- Listes paramétrables de documents
- Système d'invitation sécurisé et simplifié pour la transmission des documents par le client
- Stockage de ces mêmes documents dans le coffre client

### L'extranet client :

- Dossier d'accueil client sur le coffre cabinet
- Collaboratif sécurisé avec le client
- Envoi de courrier aux clients ...

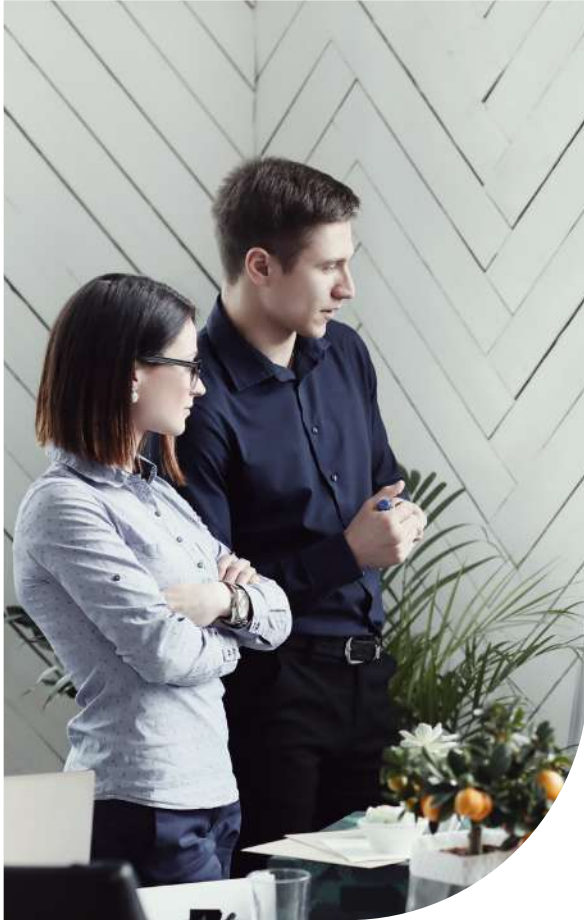
*Les courriers déposés sur le coffre du cabinet peuvent être automatiquement envoyés par courrier papier depuis le service.*



# Mise en place de l'accès partenaire

## Distribution sécurisée des paies ...

... dans le coffre-fort privé des salariés des clients



### L'accès partenaire permet ...

- L'accès aux API si besoin et sur demande
- La gestion des collaborateurs du cabinet
- La gestion des accès par coffre-fort client
- La gestion de groupes de collaborateurs
- La gestion de la préparation des coffres clients et de leur livraison
- Un système de livraison sécurisé et automatisé
- La gestion d'un chrono en image fidèle permettant le traçage de toute livraison du cabinet et donc une garantie de preuve de remise au client ainsi qu'une garantie d'intégrité des documents livrés



L'application mobile est disponible pour les smartphones Android et IOS sur les store

**Désormais, le cabinet n'a plus qu'à réitérer l'opération de distribution des paies faite précédemment pour le cabinet chez chaque client.**

### Les automatismes de déploiement sont prévus.

Les créations de dossiers se font par lecture automatique des données figurant sur les documents DSN et fiches de paie. Les envois de fiches de paie par courrier sont également possibles. Le cabinet peut proposer ensuite les services listés précédemment pour lui-même.

### La mise en place d'un ADN

**Assistant de direction numérique** ou **Administrateur de données numériques** selon vos choix marketing et management, ce collaborateur va progressivement prendre en charge la relation entre le cabinet et le client. Progressivement, il va orchestrer les livraisons puis se positionner comme une personne de confiance.

- Organiser les collectes de documents
- Assurer le suivi et la signature des lettres de mission
- Proposer de nouvelles missions
- Visiter le client pour identifier de nouveaux besoins
- Assurer éventuellement des missions d'organisation à faible technicité

# Livraison de toutes les Productions du cabinet

En général, les opérations de livraison sont réalisées par l'ADN



PRODUCTION  
COMPTABLE



PRODUCTION  
JURIDIQUE



MISSIONS  
SPECIFIQUES

Tous les documents sont rangés suivant une arborescence prévue à cet effet. Grâce au moteur de recherche, le client peut accéder au document par son nom. Chaque livraison bénéficie d'une notification contenant un lien qui facilite la visualisation par le client. Les recherches sur les contributions qui peuvent accompagner les livraisons sont également possibles.

**Ensuite, selon les préoccupations courantes du client, l'ADN anime un accompagnement au quotidien ...**



L'ADN assiste le client grâce aux **dossiers de suivi et collaboratifs** sur les sujets qui le préoccupent : procédures sociales, fiscales, conflit salarié, litige fournisseur ou client, dossier juridique, projet divers ... mais aussi dans le cadre de **missions d'organisation** : Gestion des codes, identifiants et mots de passe, des fournisseurs, des litiges ...

**Dernière étape, l'ADN se positionne comme l'interface gestionnaire de données quand il s'agit de préparer les données pour un conseil externe.**

L'ADN est parfaitement informé de l'actualité du client et peut l'assister dans des domaines les plus divers. Généraliste, il identifie le niveau de qualification nécessaire par rapport à un sujet et il distribue le lead tout en surveillant son évolution.

Il met en place la politique de partenariat avec les autres conseils et veille au fait que les dossiers les impliquant soient bien implémentés par ces derniers.



En général, le client ne peut pas se payer un ou une assistante de direction, mais **il peut en assumer un temps partiel**. Le cabinet lui propose la mise en place d'un **ADN - Assistant de Direction Numérique**.

Celui-ci est responsable de la constitution du **patrimoine numérique** du client.

C'est ce patrimoine de données numériques qui sera **l'outil de valorisation** quand il y aura transmission de l'entreprise.



## La Stratégie de Marque et de Management

La marque n'a d'effet que lorsqu'elle parvient à véhiculer les caractéristiques révélées d'une stratégie d'entreprise. La marque véhicule des attentes en matière de prix, de qualité, de relation client. Une marque se construit progressivement dans le temps à force d'efforts et de persévérances. Les efforts et la persévérance sont encadrés par la stratégie marketing et de management.

Nous vous proposons d'utiliser la tactique ci-dessus décrite et d'en faire une stratégie pour votre cabinet. En mettant en place des ADN, administrateurs des données numériques du client, vous serez à la source de l'information, et vous pourrez tout naturellement déployer des missions d'accompagnement du client.

**GererMesAffaires.com** n'est pas un produit que vous devez vendre. Ce n'est que l'outil utile à développer cette stratégie, centré sur l'intérêt du client, et en quête d'une amélioration régulière et croissante de l'efficacité individuelle du client. La stratégie proposée est d'aider vos clients à devenir des dirigeants très efficaces car bien assistés. De tels dirigeants ont plus de facultés que les autres à développer leurs entreprises. Vous aurez de meilleurs clients, plus riches et organisés. Les structures de production avec lesquelles vous fonctionneraient en seront d'autant plus performantes.

Autour des patrimoines de données que vous allez constituer, vous serez aussi en situation de créer des éco systèmes de compétences, internes ou externes. Avec la plateforme, vous suivrez indifféremment l'acteur interne ou externe qui aura en charge telle ou telle mission.

Soyez enfin assurés que la stratégie de **GererMesAffaires.com** viendra aussi vous apporter de nouveaux gains de valeur ajoutée. Nous nous activons à développer plus de fonctionnalités tandis que nous développons également une communauté autour de notre plateforme, communauté qui se veut interprofessionnelle.

75<sup>e</sup> CONGRÈS  
DE L'ORDRE  
DES EXPERTS-  
COMPTABLES

Notre stratégie vous intéresse ? Visionner également l'atelier thématique :

« Administrer et valoriser les données du client »

Un nouveau « cru » marketing pour le cabinet

Disponible en replay sur le site congrès de l'ordre.