



ATELIERS DE LA
TRANSFORMATION

Atelier n°5

Quelles nouvelles missions et à quels prix ?

6 mars 2024

Vos intervenants



Virginie Roitman
Présidente OEC
Paris Ile-de-France



Philippe Barré
Consultant b-ready
Expert-comptable et
commissaire aux comptes



Cécile VINIANE
Consultante, Professeure
HEC PARIS



Julien Catanese
Compta Online

Quelques repères sur le prix

Les d-cryptages d'Agil la grenouille : les clients sont des ingrats

ENCORE UN CLIENT QUI RÂLE SUR SA FACTURE. C'EST DINGUE ! JE LEUR FAIS UNE COMPTA AUX PETITS OIGNONS ... ET ILS VEULENT PLUS PAYER ! ILS OUBLIENT QUE LA QUALITÉ ÇA SE PAIE !



CHERCHE PAS. LES CLIENTS SONT TOUS DES INGRATS. ILS NE SE RENDENT PAS COMPTE DE LA CHANCE QU'ILS ONT DE NOUS AVOIR.



SI ÇA CONTINUE FAUDRA RELEVER LES COMPTEURS NOUS-MÊMES ET ALLER CHERCHER LE POGNON CHEZ EUX.



BAH MOI J'AI AUCUN PROBLÈME DE PAIEMENT ET MES CLIENTS NE NÉGOCIENT PAS MES HONORAIRES. C'EST TROP COOL.



COMME AU BON VIEUX TEMPS... C'EST QUOI TON SECRET ? TU TE FAIS PAYER D'AVANCE ? TU PRENDS QUE DES CLIENTS EN PRÉLÈVEMENT AUTOMATIQUE ?



NON J'AI REPENSÉ MON OFFRE. JE PROPOSE SYSTÉMATIQUEMENT DE L'ACCOMPAGNEMENT EN PLUS DU LÉGAL. COMME JE GAGNE DU TEMPS GRÂCE AUX NOUVEAUX OUTILS, JE M'OCCUPE PLUS D'EUX.



DU COUP, ILS SONT SUPER CONTENTS. ET ILS PAIENT AU CUL DU CAMION. C'EST PAS BÊTE. MAIS BON, ÇA NOUS OBLIGE À CHANGER. CA ME FATIGUE RIEN QUE D'Y PENSER



LES CLIENTS EN VEULENT POUR LEUR ARGENT. ILS NE VEULENT PLUS PAYER LE PRIX FORT POUR LA COMPTA. ET RAPPELÉZ VOUS : QUAND LE PRIX EST UN PROBLÈME, C'EST QUE LE PROBLÈME N'EST PAS LE PRIX.



#122



Quelques portes ouvertes

- Les clients négocient de plus en plus les honoraires
- Le forfait « tout compris » n'est plus adapté
- La facturation au temps réel passé ne convient plus. Les clients recherchent un forfait pour plus de sérénité et de lisibilité
- L'inflation et la pression sur les salaires commencent à se faire sentir
- La rentabilité des cabinets baisse
- La facture électronique arrive et va bouleverser le paysage

- On est face à un paradoxe
 - Les clients trouvent l'EC trop cher
 - L'EC ne s'en sort pas

- **La problématique du prix de vente des missions devient stratégique !**

Pourquoi cédez-vous à la gratuité pour certains services ?

Je le connais depuis si longtemps, c'est presque un ami

Ça ne m'a pris que quelques minutes

Ça me prendrait plus de temps de rédiger une lettre de mission et d'essayer de le facturer

C'est imposé par l'administration. Ça ne génère pas de valeur pour eux

Ils n'ont pas les moyens de payer plus

Différencier le perso du pro

*Je le connais depuis si
longtemps,
c'est presque un ami*

Rappelez-vous que vous êtes tous les deux, et avant tout, des chefs d'entreprise, responsables de la pérennité de vos entreprises respectives



Avoir conscience de la valeur de votre expertise

Ça ne m'a pris que quelques minutes



Vous négligez votre expertise en ne la valorisant pas

Garder en tête que ce qui n'a pas de prix n'a pas de valeur

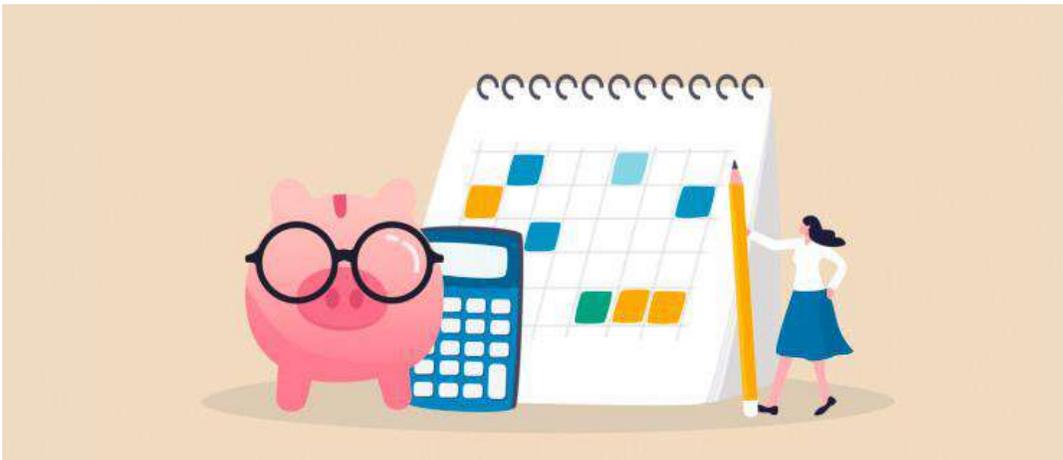


Ça me prendrait plus de temps de rédiger une lettre de mission et d'essayer de le facturer

« Standardisez » les propositions les plus fréquentes

Mettre en avant le temps que vous leur faites gagner et les risques que vous leur évitez

*C'est imposé par l'administration.
Ça ne génère pas de valeur pour eux*



- Ça ne génère pas de valeur pour eux, mais c'est obligatoire, donc il faut le faire. Or vous êtes les seuls à pouvoir le faire pour lui?
- Vous n'êtes pas responsable de cette situation, vous n'avez pas en en payer le prix, par la gratuité de votre prestation

Garder en tête que vous êtes profession libérale, ni fonctionnaire, ni bénévole!



*Ils n'ont pas les moyens
de payer plus*

Chez les autres, ils payent :

- leur notaire, à l'acte
- leur avocat, à l'heure
- leur médecin, à chaque consultation
- ...

Ce qui façonne nos comportements...

Situations, circonstances

Les événements, les comportements des autres sont hors de notre contrôle et neutres.

On m'a transmis votre offre, parlons du prix

Pensées

Spontanément, nous les interprétons et portons sur ces situations des jugements

Ce client n'est intéressé que par le prix et nos tarifs sont élevés

Émotions

Ce sont ces jugements qui vont provoquer des émotions : si je considère que le client n'a pas le temps de me recevoir,

Je suis agacé.e de me retrouver dans cette situation que je vis comme une impasse

Résultats

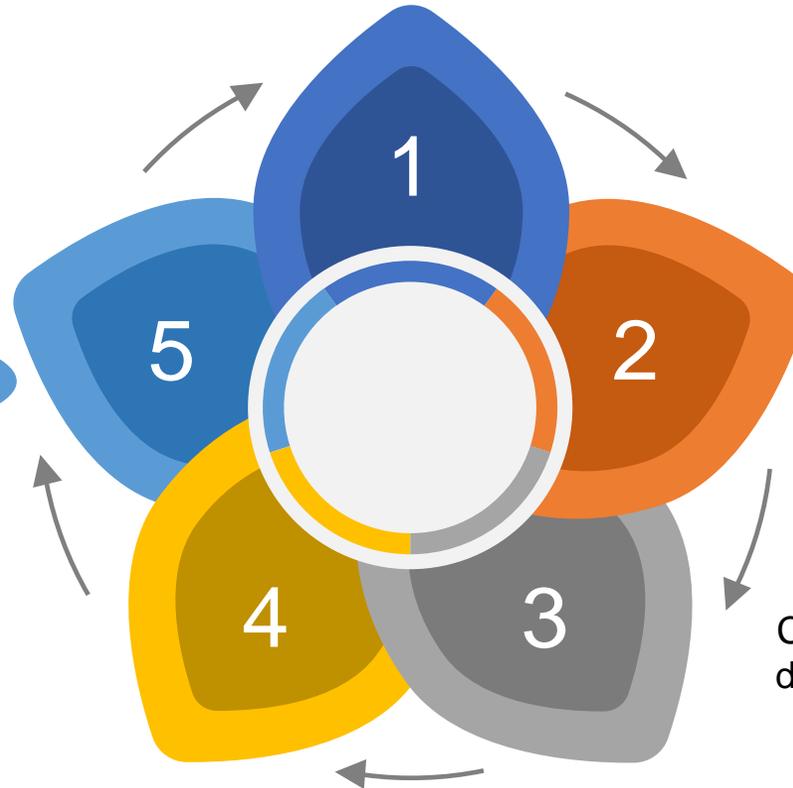
Et mon action va modéliser mon interlocuteur qui n'aura pas forcément envie de me choisir

Je n'ai pas réussi à défendre la valeur de mon offre

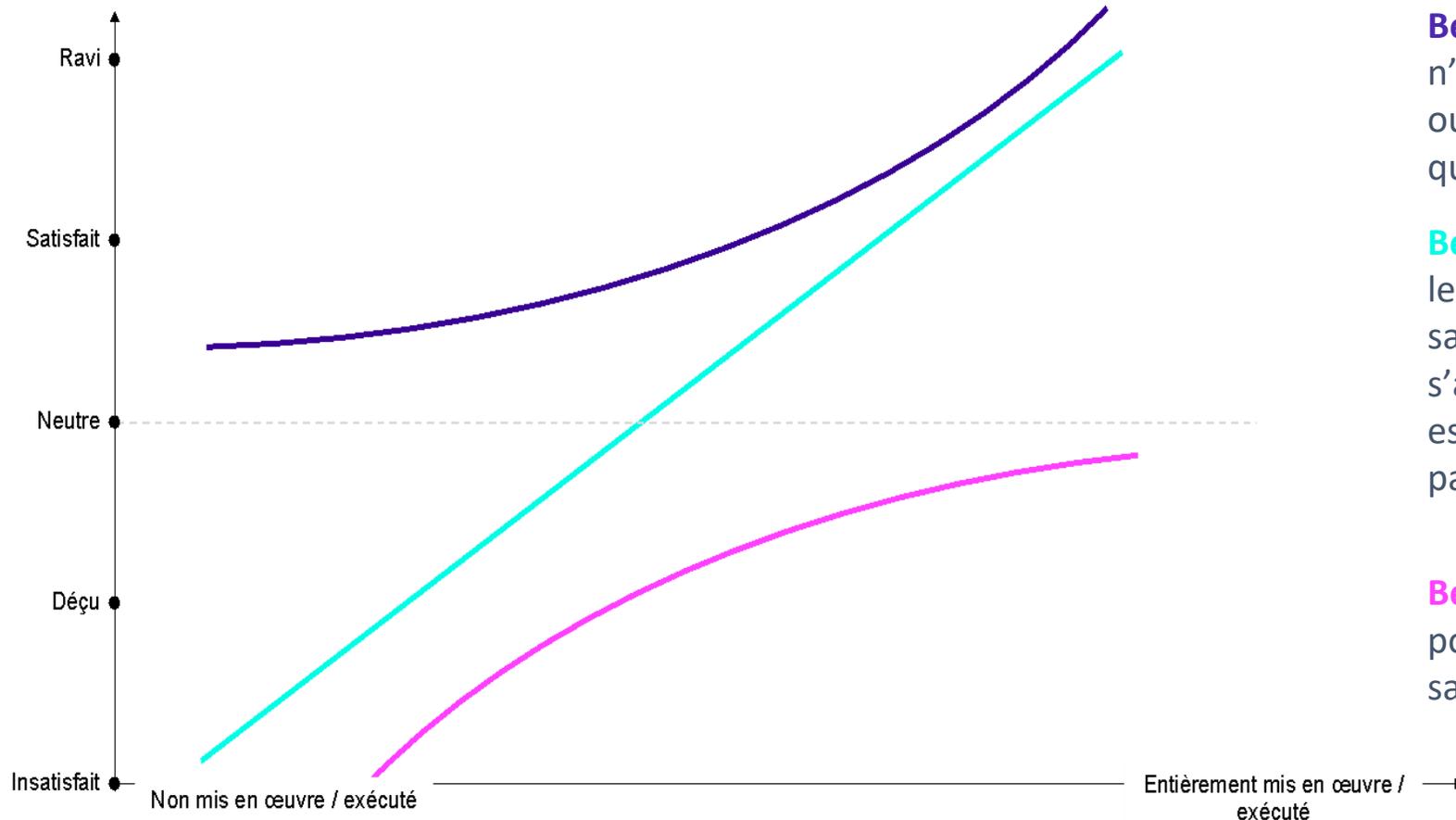
Actions

Et ces émotions façonnent mon comportement : je vais manquer de détermination et d'assurance

Je parle bas, je manque d'assertivité et d'arguments



Avant tout, détecter les besoins latents (problématiques) de vos clients et prospects

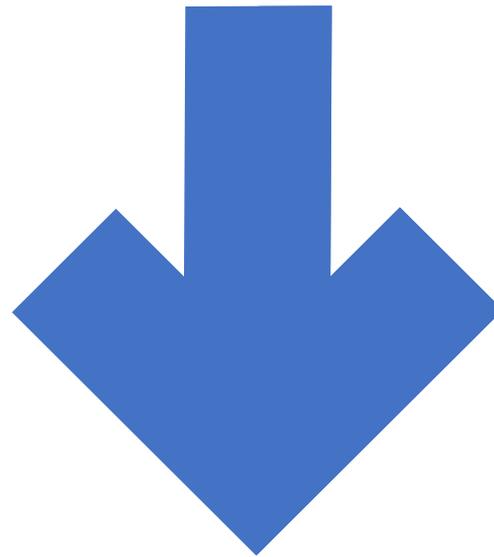
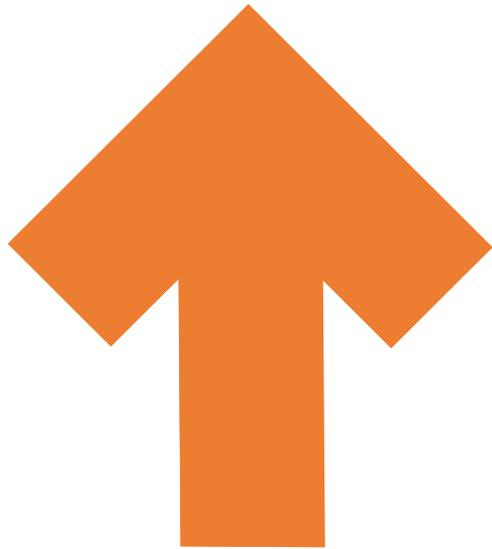


Besoins latents : jamais exprimés car les clients n'en sont pas conscients. Ce sont des problèmes ou des aspirations pour lesquels ils ignorent qu'une solution existe.

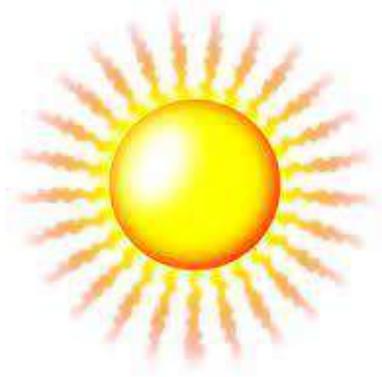
Besoins exprimés : exprimés car ce sont, pour les clients des points essentiels qui ne « vont pas sans dire » ; c'est souvent là dessus que s'appuiera leur grille de sélection. Y répondre est un gage de succès mais ça ne vous protège pas d'âpres négociations sur le prix

Besoins basiques : jamais exprimés car ce sont, pour les clients, des prérequis. Si vous ne les satisfaites pas, vous n'avez pas de raison d'être

Clarifier votre proposition de valeur : effet soleil, effet sommeil



Concrètement, pour l'entreprise



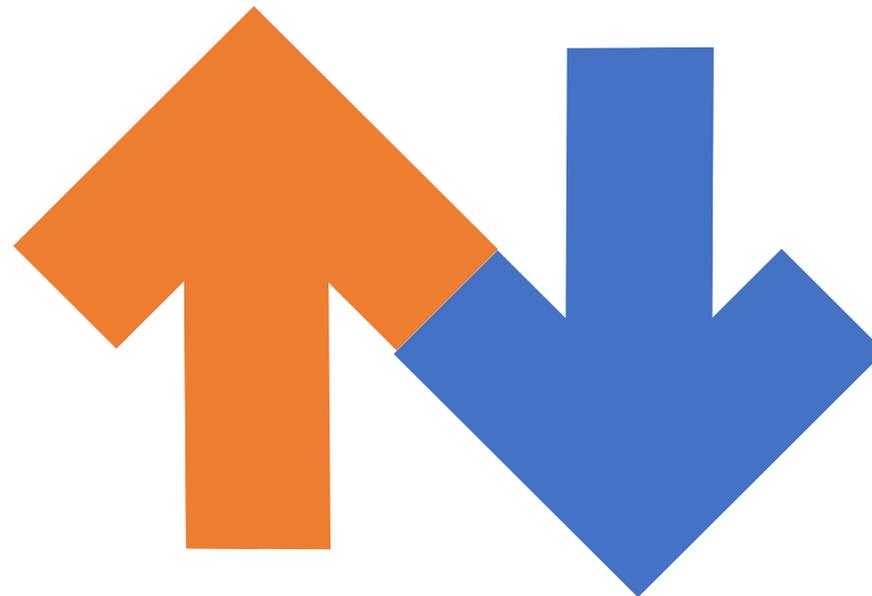
Impact économique

Vos compétences améliorent le résultat économique de vos clients

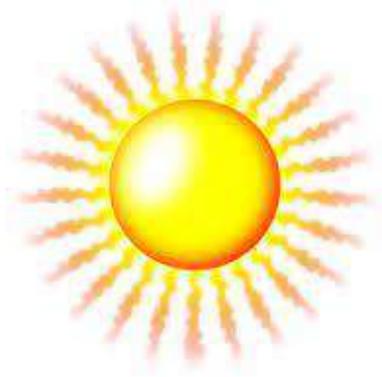
- Vous sécurisez vos clients et leur permettez d'éviter des risques fiscaux ou sociaux.
- Vous les accompagnez dans l'optimisation de leur activité.
- Vous leur faites gagner du temps.

Vous conseillez vos clients et éclairez leurs enjeux stratégiques.

Vous leur permettez de se focaliser sur les sujets de développement.



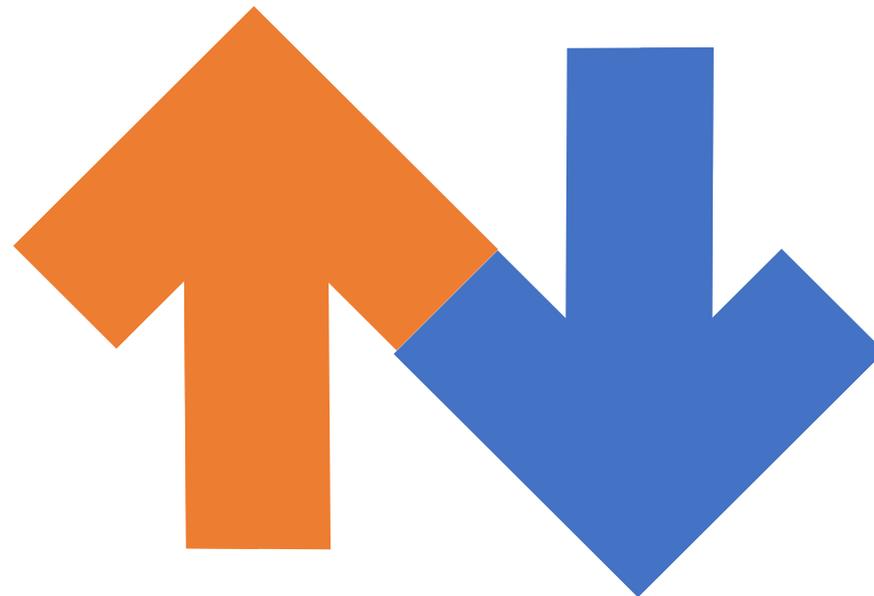
Concrètement, pour le dirigeant



Vous permettez à vos clients d'avoir l'intelligence des situations auxquelles ils sont confrontés.

Impact émotionnel

Vous ajustez vos prestations en sur mesure selon les enjeux et la personnalité du dirigeant



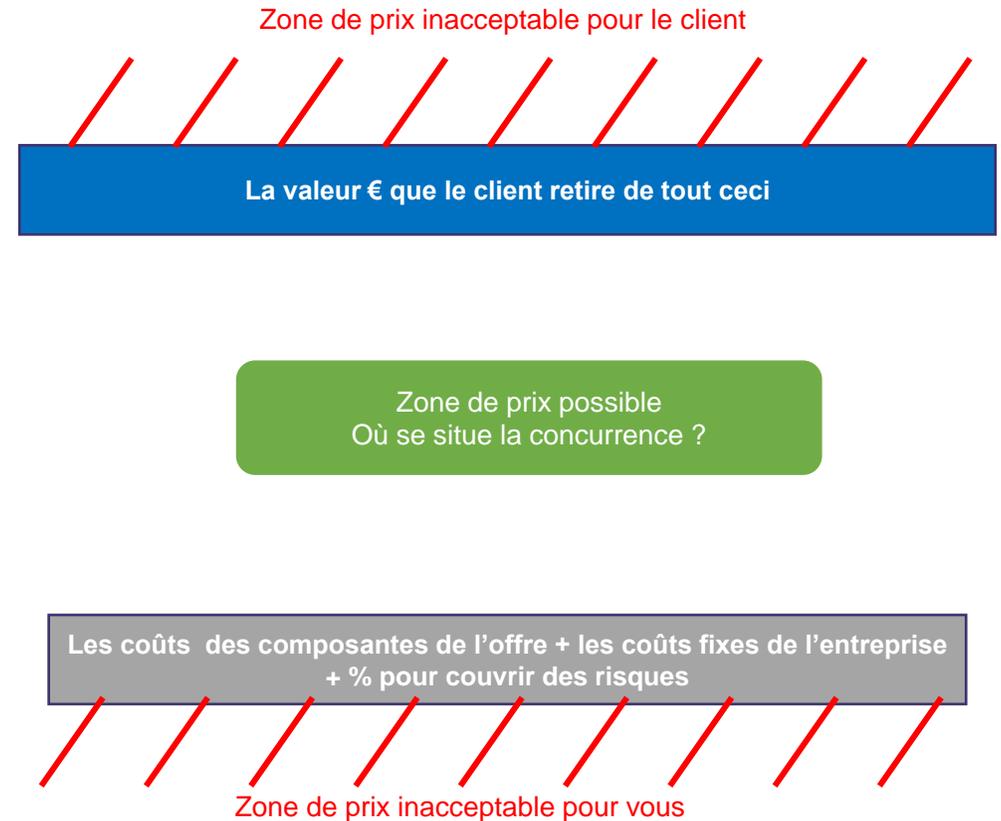
Vous les épauliez là où ils sont plus vulnérables. Vous savez les rassurer et leur donner confiance en eux.



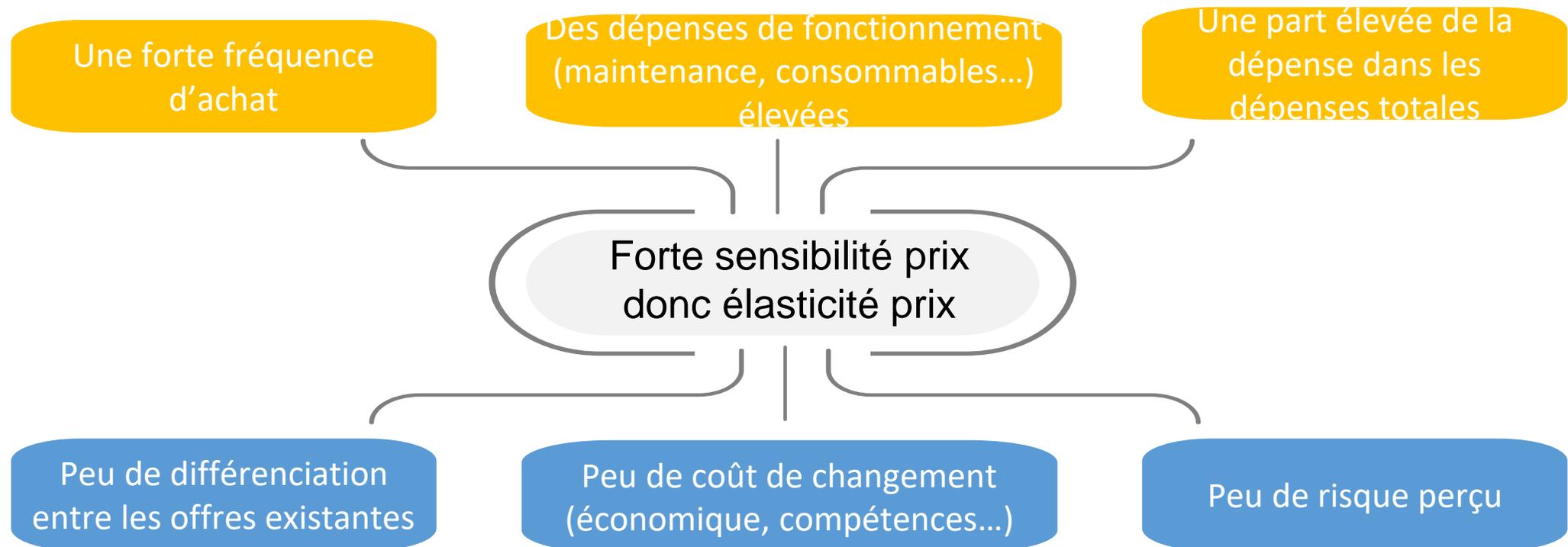
Comment fixer son prix ?

Déterminer le prix revient à valoriser l'offre au regard de :

- La valeur qu'elle représente pour le client
- La différenciation qu'elle apporte par rapport à la concurrence
- La rentabilité objectivée en interne.



Quelques éléments de sensibilité au prix



Missions traditionnelles & prix

Inventaire des pratiques

Choisir le mode de facturation

- Il existe plusieurs modes de facturation :
 - au forfait
 - au temps passé
 - à la tâche
 - au succès
 - mix de plusieurs solutions
- Toutes les prestations ne se facturent pas de la même façon

Le forfait

- Les avantages
 - Budget maîtrisé pour le client.
 - Des rentrées régulières (et connues à l'avance) pour le cabinet.
- Les inconvénients
 - Prestations mal (voire pas) valorisées.
 - Ajustements mal vécus par les clients.
 - Risque de dérapage si le client ne respecte pas ses obligations : fourniture des pièces dans les délais, classement...
 - Le client considère que tout est compris. Il appelle pour un oui ou un non.
 - Il est souvent difficile de lui vendre des prestations supplémentaires.
- Les conditions / précautions
 - Nécessite une lettre de mission bien délimitée et une communication régulière avec le client
 - Peut-on « ajuster » le forfait dans l'année ?
 - Comment fixer le forfait ? Sur quel critère ? Notamment pour les « petits dossiers »

Le temps passé

○ Les avantages

- Maîtrise de la rentabilité de la mission pour le cabinet.

○ Les inconvénients

- Met l'accent sur les coûts du cabinet plutôt que sur les résultats et la satisfaction des besoins des clients.
- Possible perception négative du client de la « facturation au compteur ».
- Dépend de l'efficacité du collaborateur affecté au dossier / des outils de production
- Quid de l'impact de l'automatisation des missions sur le budget ?

○ Les conditions / précautions

- Nécessite un suivi très régulier des temps, ce qui peut s'avérer « lourd »
- Renégociation / justification permanente des honoraires dans l'année ou (pire) à la fin de l'année

La tâche / la prestation

- Les avantages
 - Offre plus transparente pour le client.
 - Assez rentable si bien organisé
 - Adapté aux prestations répétitives
 - Peut faciliter le développement des missions de conseil.
- Les inconvénients
 - Risque de dérapage (violent) en cas de mauvais chiffrage des prestations.
- Les conditions / précautions
 - Nécessite de bien maîtriser les prestations en question pour déterminer le temps à passer et déterminer le coût de production

Le succès (success fees)

- Les avantages
 - Rassure le client qui ne paye qu'en cas de succès.
 - Assure une rémunération optimale de la prestation du cabinet.
 - Est censé « motiver » le cabinet .
- Les inconvénients
 - Rémunération par définition aléatoire. Mieux vaut être bon...
- Les conditions / précautions
 - Quelques conditions à respecter
 - Nécessite une très bonne connaissance des missions
 - Peut-être « déguisé » en forfait

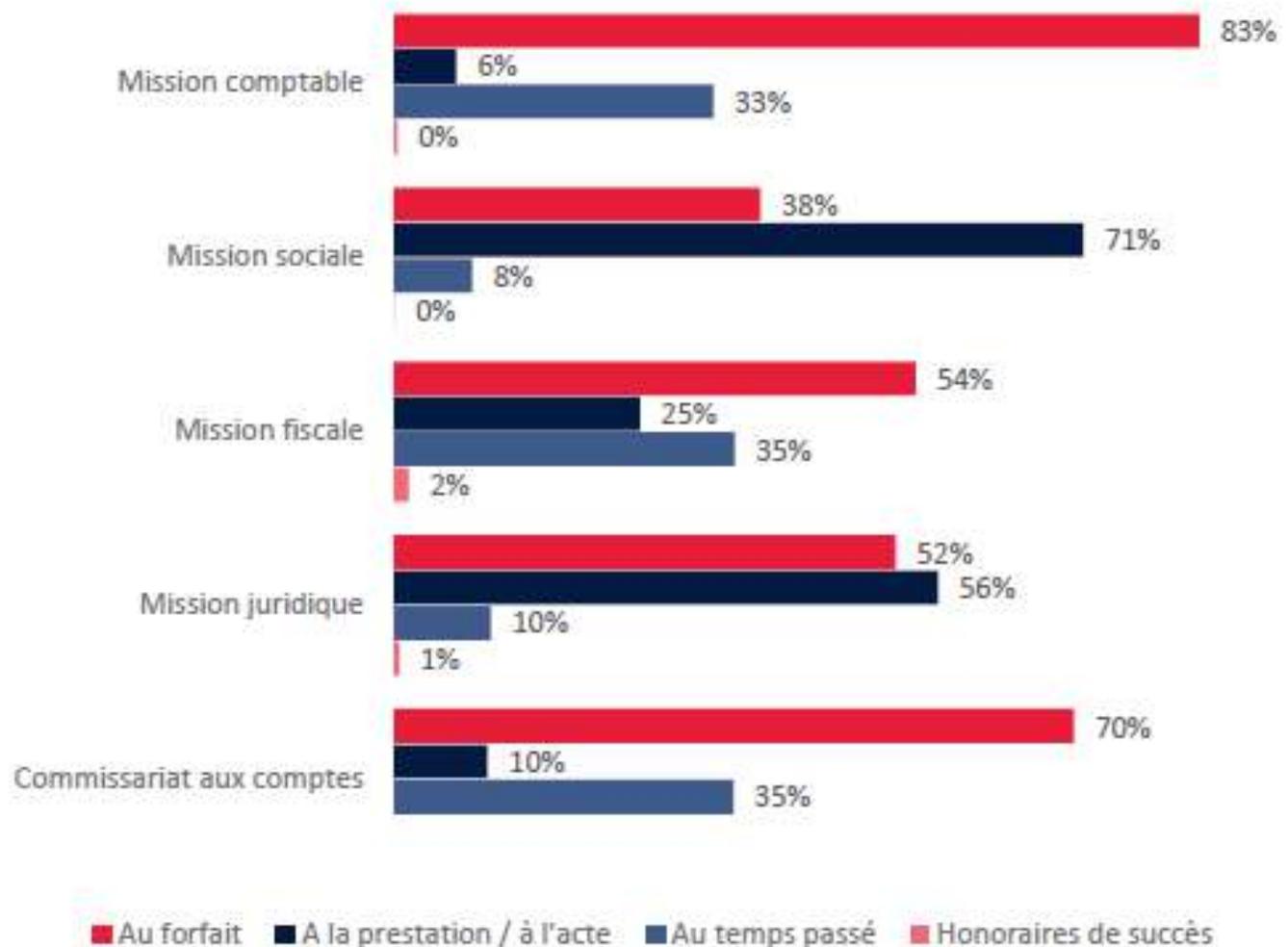
La facturation dans les cabinets

- Données issues de la dernière étude de l'Observatoire sur l'activité et la gestion des cabinets d'expertise comptable (2020)



Les modes de facturation des cabinets pour les activités traditionnelles

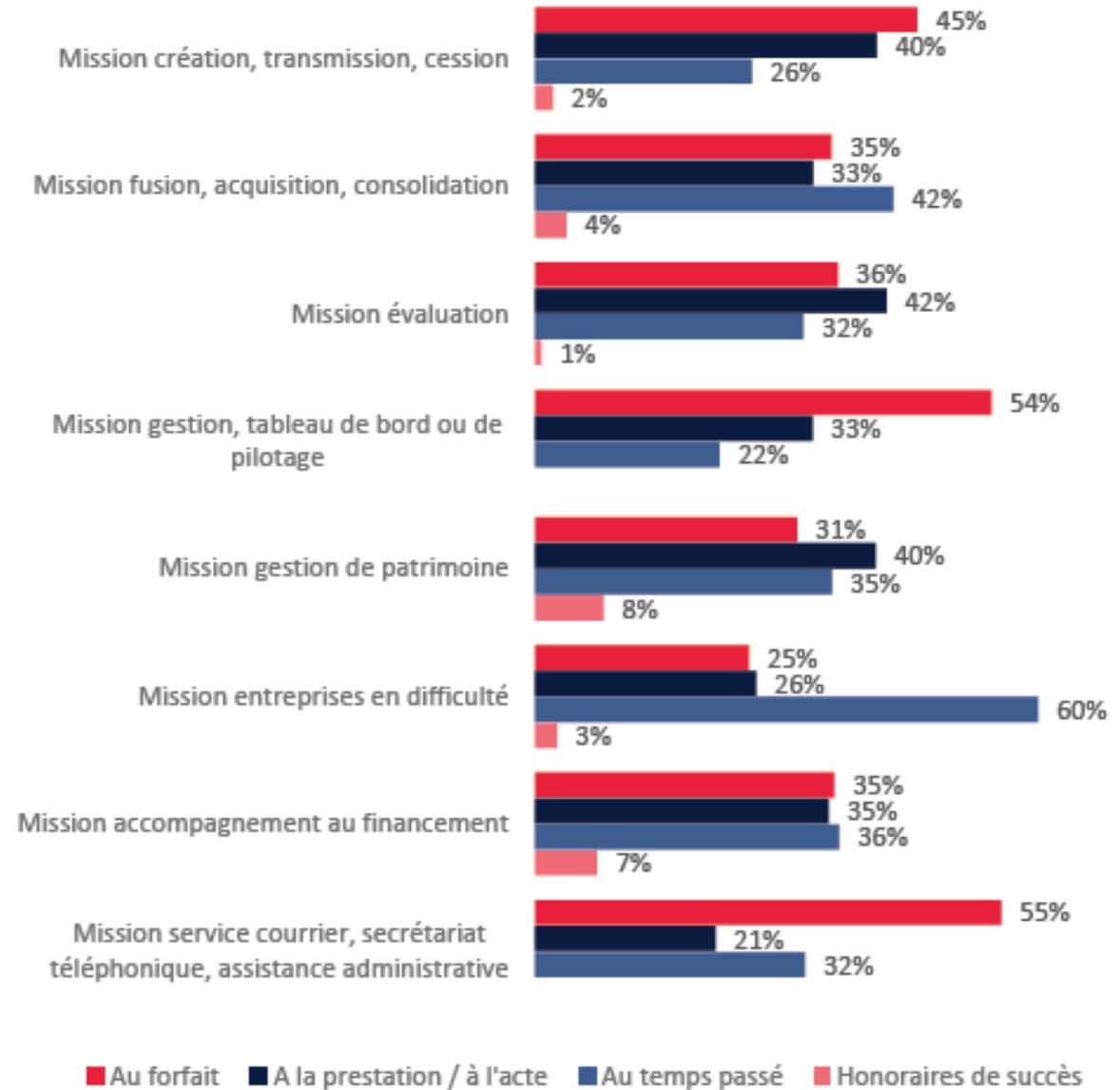
Les modes de facturation majoritaires par activités traditionnelles



Deux réponses possibles

Source : Enquête Observatoire 2020

Les modes de facturation majoritaires pour les autres missions



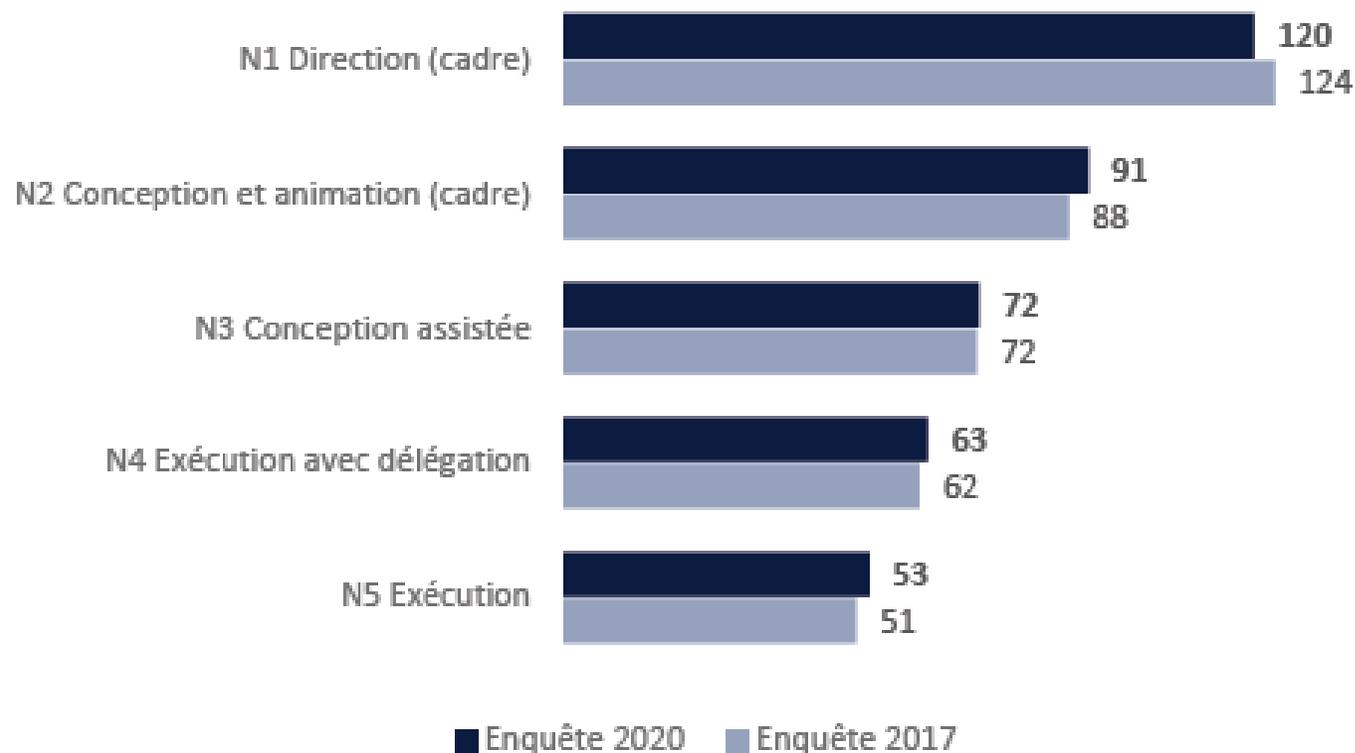
Les modes de facturation des cabinets pour les autres activités



Deux réponses possibles
 Source : Enquête Observatoire 2020

Taux moyens de facturation

Taux moyen de facturation par catégorie de collaborateurs dans les cabinets de 1 à 49 salariés (en euros/heure)



Source : Enquête de l'Observatoire 2020

BMW Service

TAUX HORAIRE DE MAIN-D'OEUVRE⁽¹⁾

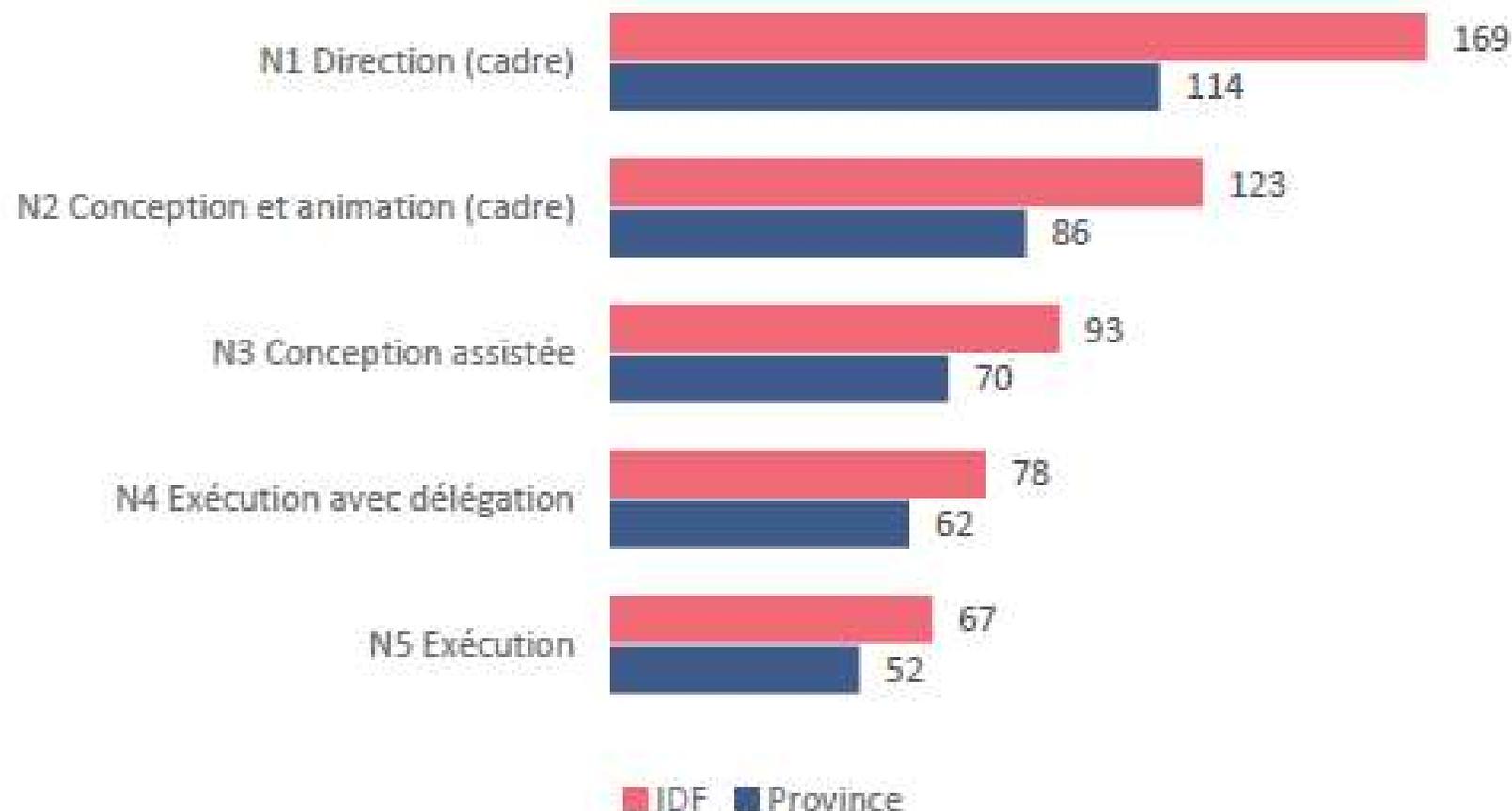
MÉCANIQUE		€ HT	€ TTC
Taux* 1	1H	164,50 €	197,40 €
Taux* 2	1H	169,50 €	203,40 €
Taux* 3	1H	179,50 €	215,40 €
CARROSSERIE ET PEINTURE		€ HT	€ TTC
Taux* 1	1H	164,50 €	197,40 €
Taux* 2	1H	164,50 €	197,40 €
Taux* 3	1H	164,50 €	197,40 €
TÔLERIE, PEINTURE, INGRÉDIENTS PEINTURE		€ HT	€ TTC
Taux : Tôlerie	1H	164,50 €	197,40 €
Taux : Peinture	1H	164,50 €	197,40 €
Taux : Ingrédients Peinture	1H	70,83 €	85,00 €

Taux* 1 = régime général (Oil Service, Inspection...)
 Taux* 2 = régime optionnel (Electricité, remplacement organe moteur...)
 Taux* 3 = haute technicité (Passage au banc électronique, diagnostic...)

TVA:20%

Taux moyens de facturation : IDF & province

Taux moyen de facturation par catégorie de collaborateurs dans les cabinets de 1 à 49 salariés en Ile-de-France et en province (en euros/heure)



Source : Enquête de l'Observatoire 2020

Les litiges relatifs aux honoraires - OEC Paris Ile de France

Sur 259 dossiers
ouverts en conciliation
et arbitrage :

- 169 relatifs aux honoraires
- 62 relatifs aux honoraires + droit de rétention



Nouvelles missions & prix

Résultats du sondage LinkedIn

Vous êtes plutôt :

- 1) Salade en sachet ?
- 2) Salade du maraîcher ?
- 3) Ou salade de votre jardin ?

Vous êtes plutôt...

L'auteur peut voir votre vote. [En savoir plus](#)

Réponse 1

40 %

Réponse 2

45 %

Réponse 3

15 %

107 votes • Il reste 2 j • [Annuler](#)

La vraie question : les clients sont-ils prêts à payer pour les nouvelles missions ?



Poids : 300 g
Prix : 1,20 €
Prix au kg : 4 €



Poids : 175 g
Prix : 2,65 €
Prix au kg : 15,14 €

Agenda - mars



05/03 | 09h30 - Webinaire -Le parcours du DAF dans la RSE : se labelliser, se former pour accompagner ses clients



06/03 | 09h00 - Episode 5 – Comment facturer



06/03 | 09h30 - Power BI



06/03 | 14h00 - Le stage vous répond



07/03 | 08h30 - Webinaire - Les risques d'une association avec un non-membre de l'ordre



08/03 | 09h00 - Conférence Journée internationale des droits de la femme



12/03 | 09h00 - Webinaire - Accréditation COFRAC des cabinets - Conseils pratiques



12/03 | 09h00 - Matinale - L'accompagnement de l'EC sur le partage de la valeur



14/03 | 09h00 - Webinaire CAC120 La performance comptable : Mesure, points de vigilance et d'efficience

Agenda - mars



**Commission stage
et prestation
de serment**

ORDRE DES EXPERTS COMPTABLES
PARIS ÎLE-DE-FRANCE

14 et 15/03 | Business Game



**Commission stage
et prestation
de serment**

ORDRE DES EXPERTS COMPTABLES
PARIS ÎLE-DE-FRANCE

16/03 | 09h30 - Opération memento



**Commission stage
et prestation
de serment**

ORDRE DES EXPERTS COMPTABLES
PARIS ÎLE-DE-FRANCE

20/03 | 08h30 - Opération memento



21/03 | 19h00 - Trophées des entrepreneurs – Cérémonie de remise des prix



**Commission stage
et prestation
de serment**

ORDRE DES EXPERTS COMPTABLES
PARIS ÎLE-DE-FRANCE

23/03 | 09h30 - Opération memento



26/03 | 09h00 - Webinaire - Partage de la valeur : une mission sur laquelle vos clients vous attendent



27/03 | 09h00 - Commission des impôts



28/03 | 18h30 - Session en ligne du Club VizNow



**Commission stage
et prestation
de serment**

ORDRE DES EXPERTS COMPTABLES
PARIS ÎLE-DE-FRANCE

30/03 | 10h00 - Atelier Coaching

Agenda - avril



02/04 | 18h00 - Conférence - Faites passer le chiffre d'affaires de votre cabinet à la vitesse DAF



03/04 | 14h00 - Le stage vous répond



04/04 | 17h00 - Conférence Arbitrage des rémunérations des associées de SEL : opportunités dans le régime BNC



05/04 | 09h00 - Webinaire - Introduction annuelle & E-reporting Prestation de services



23/04 | 09h00 - Webinaire - L'emploi des salariés étrangers ou européens



24/04 | 18h00 - Atelier jeunes experts-comptables 2