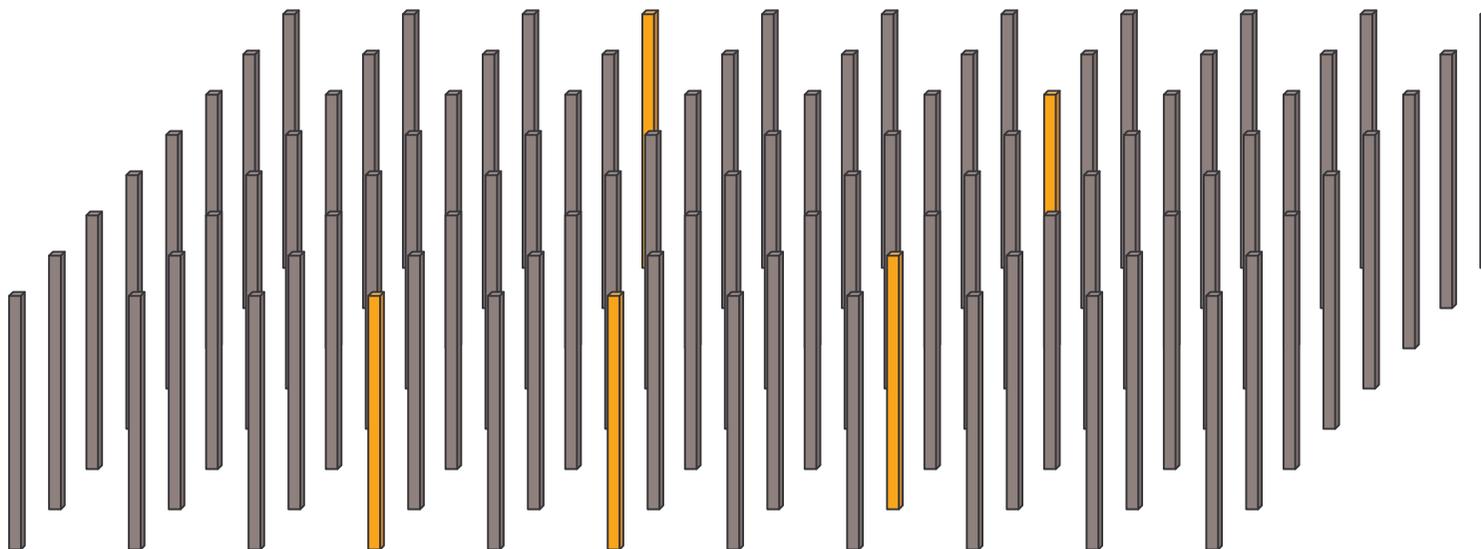


Enquête - *Marketing* au sein des cabinets d'expertise comptable - 2005

Enquête diffusée auprès de 3.558 cabinets d'expertise comptable français du 4 juin au 12 juillet 2005
et réalisée sur la base des 191 questionnaires retournés.



Par Franck LAUMON

Franck.laumon@sommets.biz

Expert Comptable diplômé

Publication Février 2006



Sommaire

- Contexte et objectifs

Résultats → *La démarche marketing et communication*
→ *Se connaître*
→ *Se faire connaître*
→ *Développer son activité*
→ *Pérenniser son activité*

- Perspectives
- Périmètre de l'enquête
- Auteur et contacts
- Prochaine enquête



Contexte et objectifs

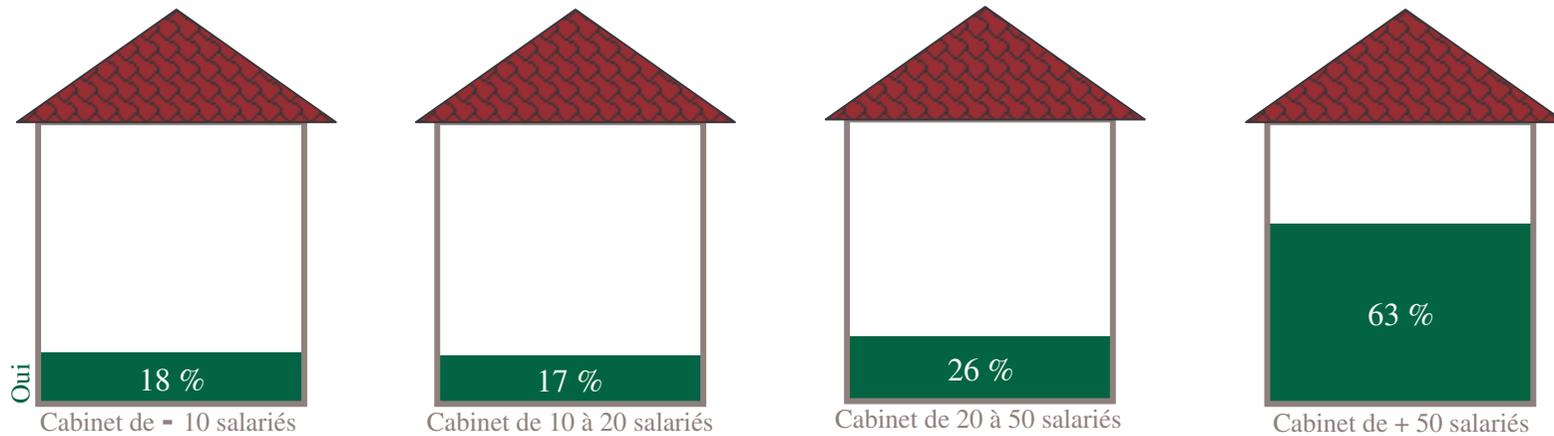
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

- L'enquête marketing au sein des cabinets d'expertise comptable révèle les efforts mis en œuvre en matière de marketing et de communication par les 191 cabinets qui ont répondu.
- Nous avons souhaité apporter un éclairage sur les outils et les méthodologies les plus usités pour développer le chiffre d'affaires.
- De manière générale, il apparaît que plus un cabinet d'expertise comptable est grand, plus il met en œuvre ces outils et méthodologies.
- Cette enquête vous est présentée comme un outil de comparaison et sera reconduite dès juin 2006.

Bonne lecture,
Franck LAUMON.

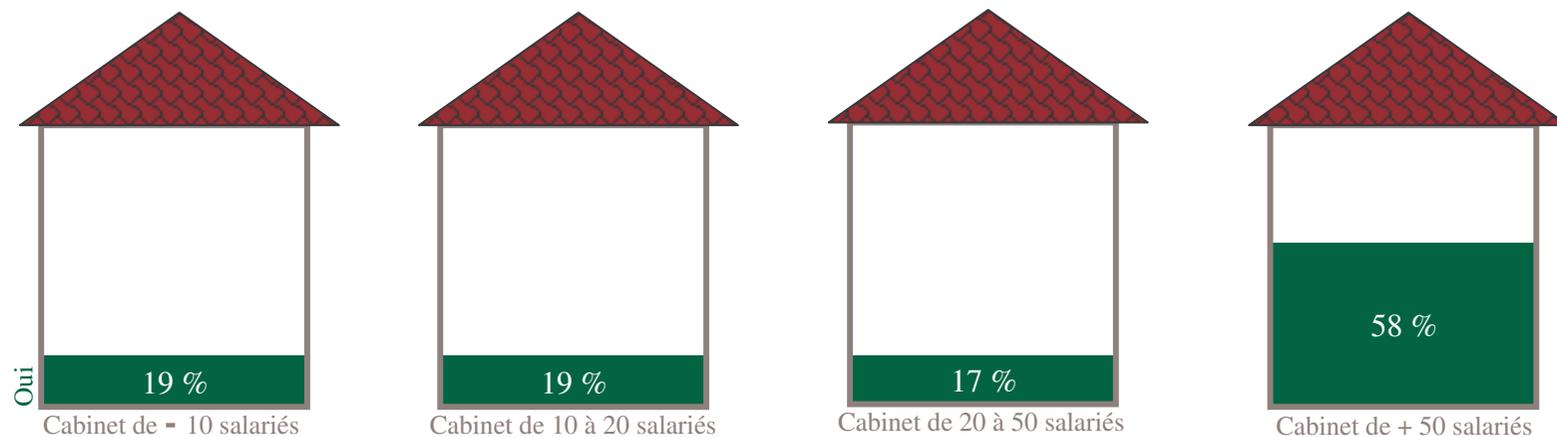


- Avez-vous mis en place une démarche marketing ?



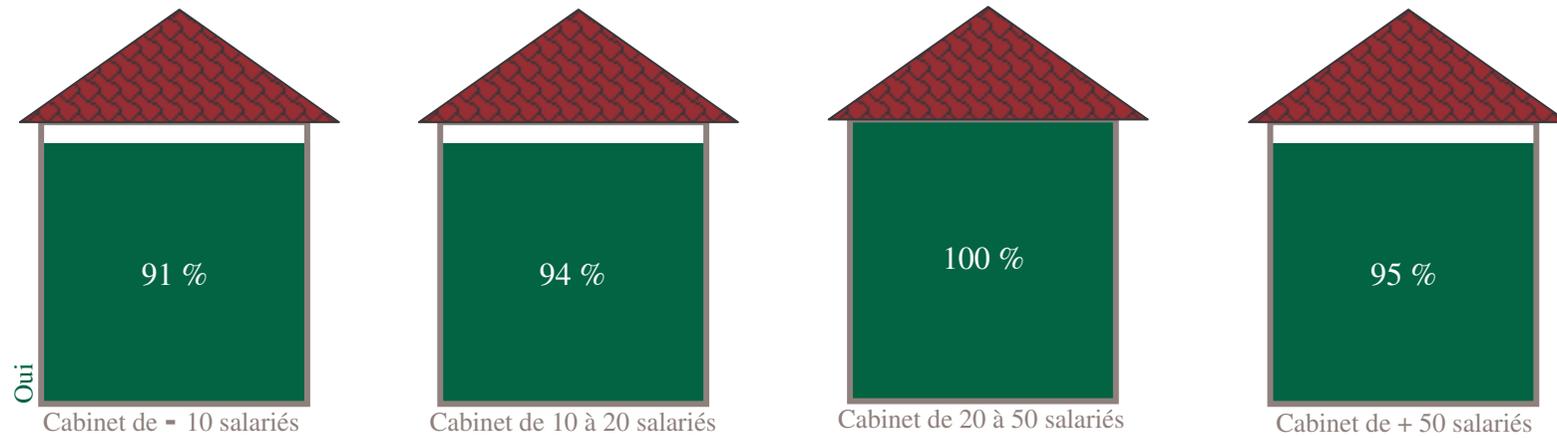


- Avez-vous déployé un plan de communication ?



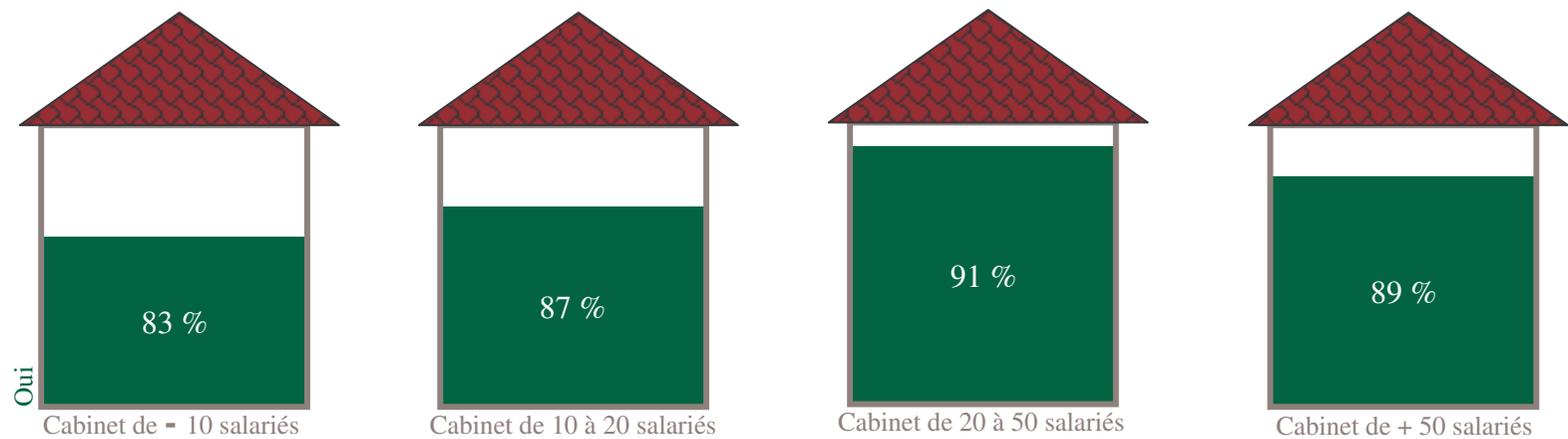


■ Pouvez-vous décrire votre cabinet en 30 secondes ?



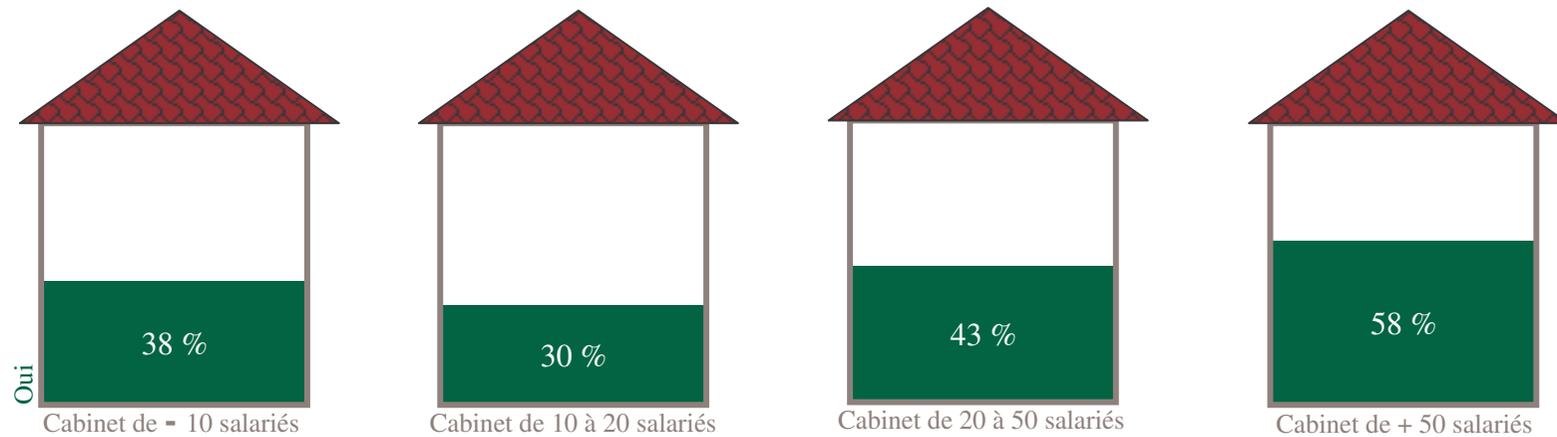


- Pouvez-vous définir chacune de vos offres en 30 secondes ?



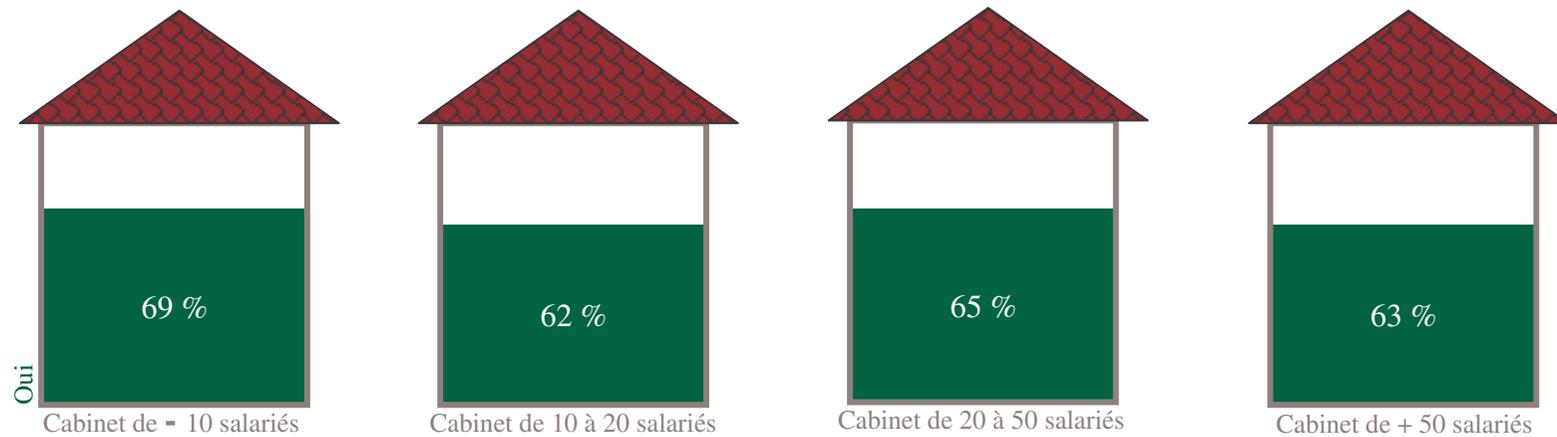


- L'ensemble de vos collaborateurs sont-ils capables de définir chacune de vos offres en 30 secondes ?



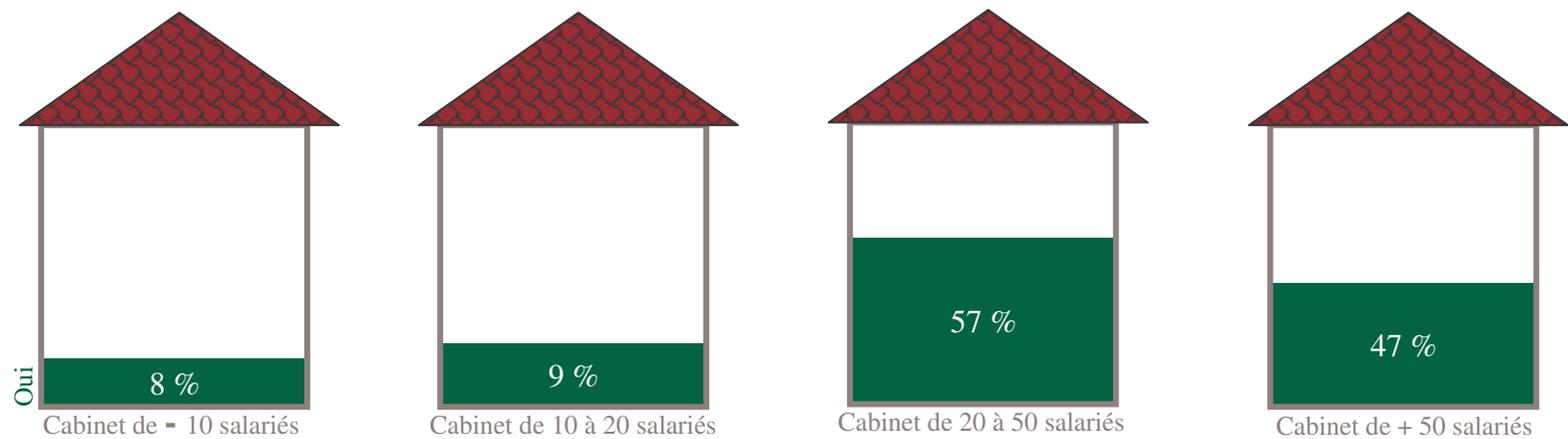


- Avez-vous déjà réfléchi à la formalisation de l'offre ?



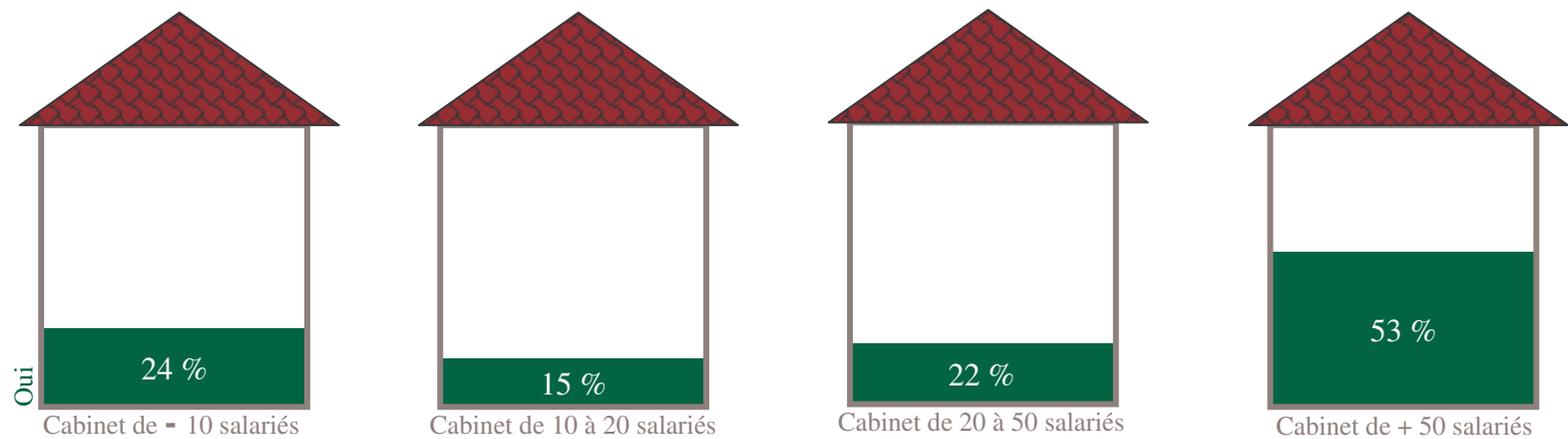


- Les instances professionnelles communiquent-elles suffisamment sur :
- leurs rôles ?



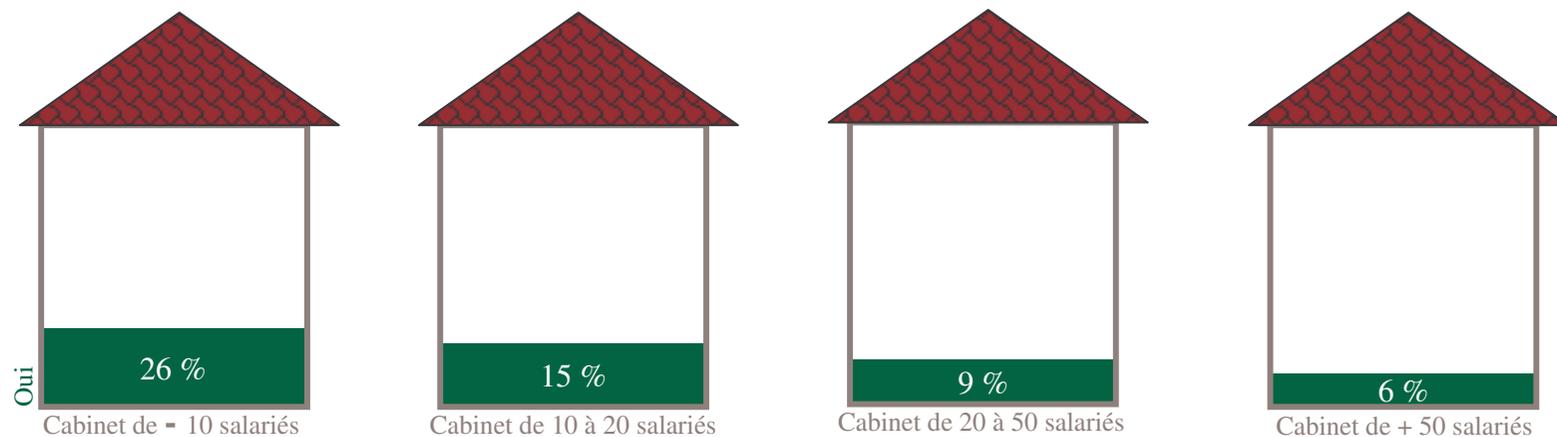


- Les instances professionnelles communiquent-elles suffisamment sur :
- le rôle de l'expert comptable ?



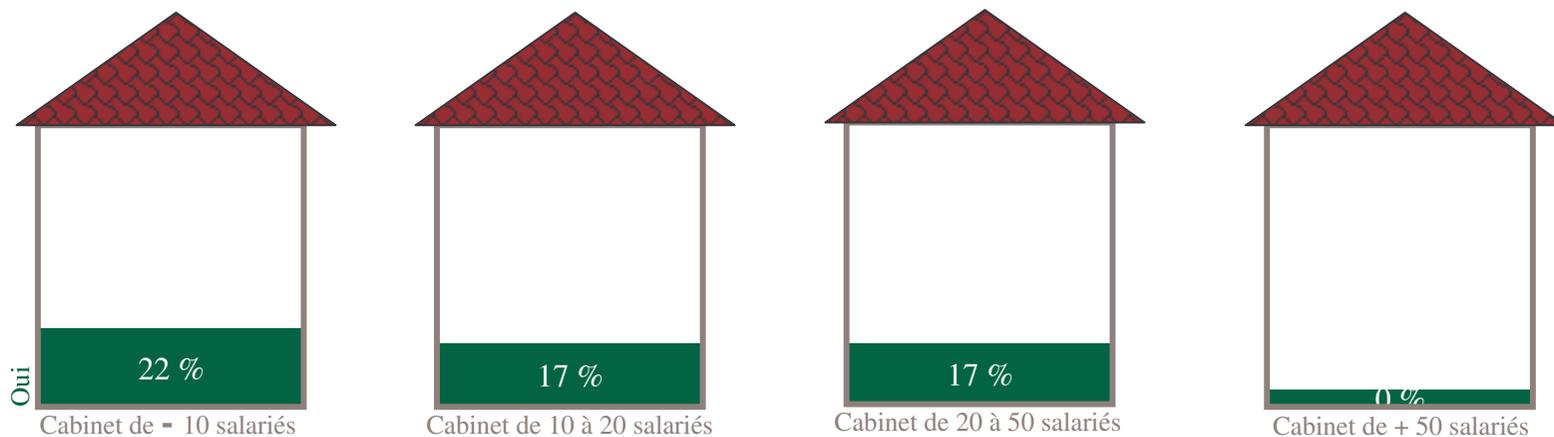


- Les instances professionnelles communiquent-elles suffisamment sur :
 - les missions de l'expert comptable (sur le plan technique)?



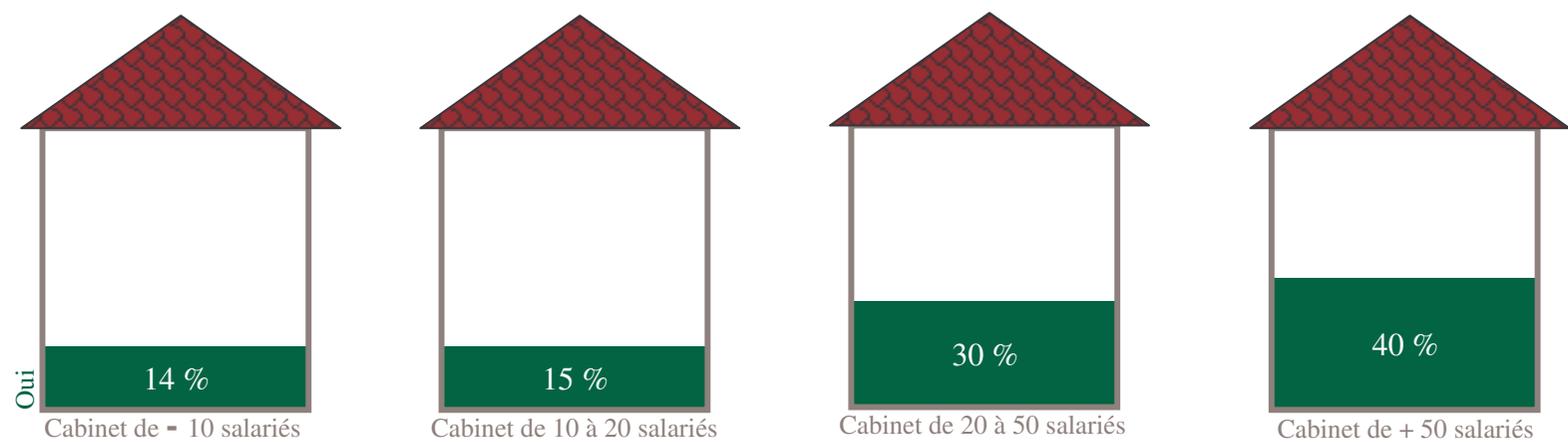


- Les instances professionnelles communiquent-elles suffisamment sur :
 - la déontologie et le contrôle qualité des cabinets d'expertise comptable ?



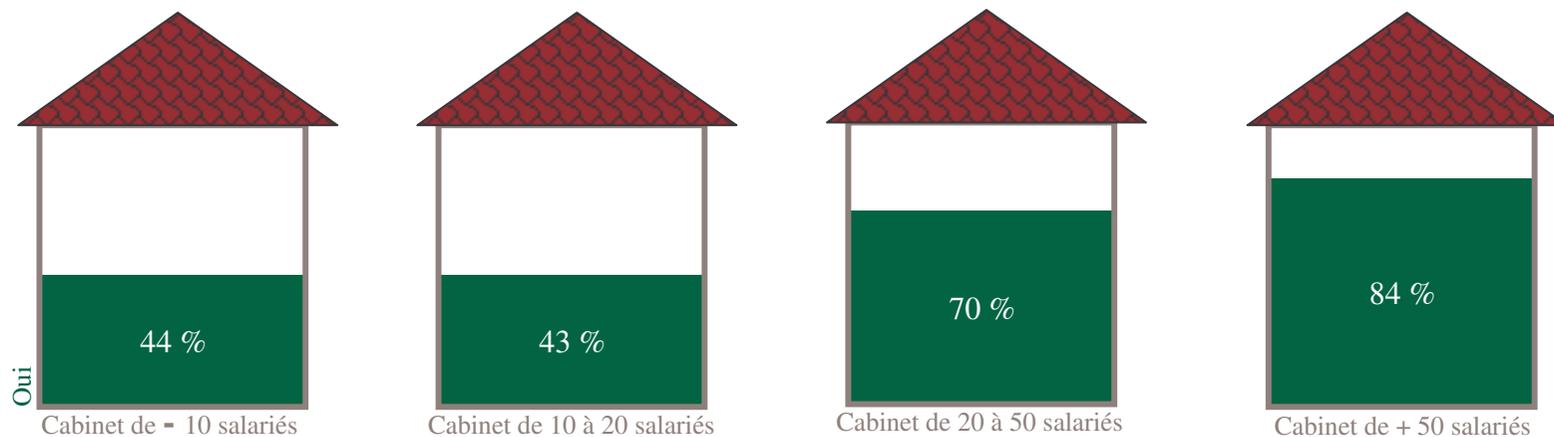


- Connaissez-vous l'Instance Nationale de la Communication (INC) ?



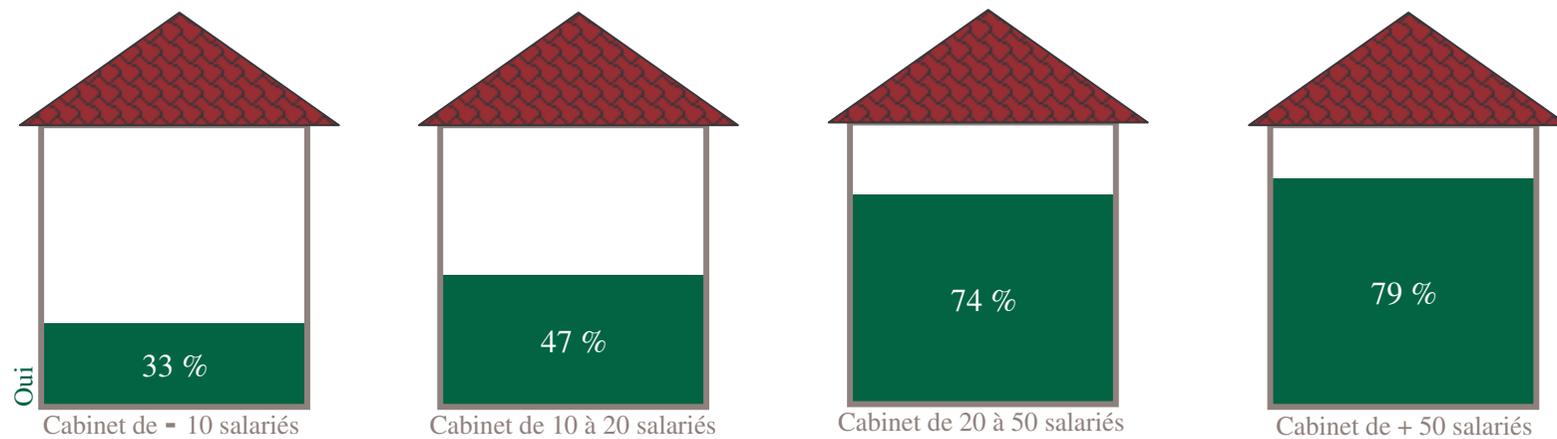


- Avez-vous des préconisations pour la communication sur la profession comptable libérale ?



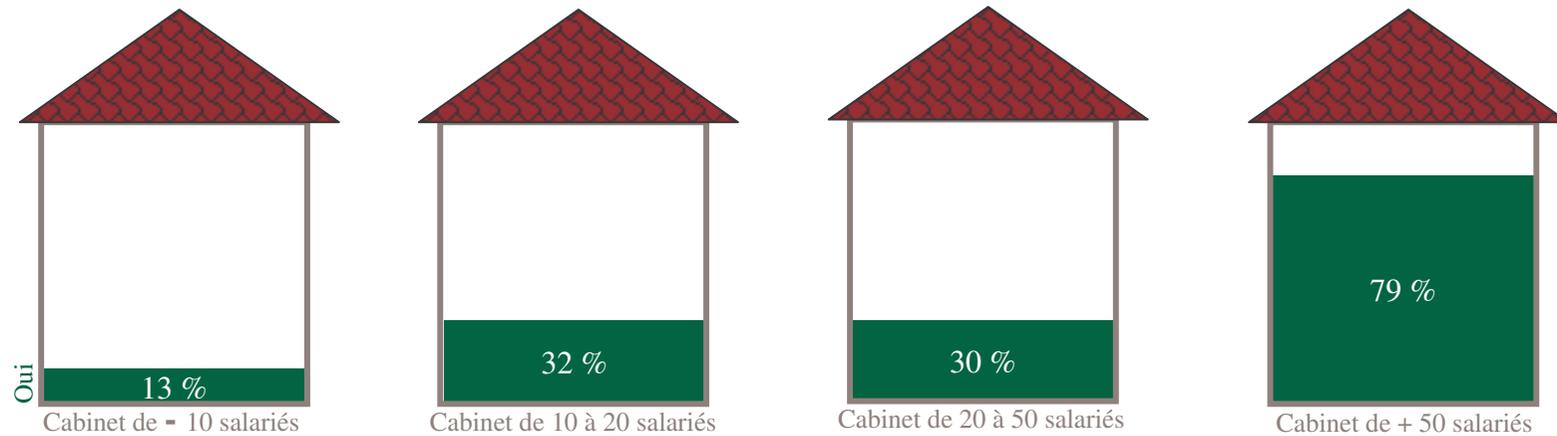


▪ Avez-vous une charte graphique ?



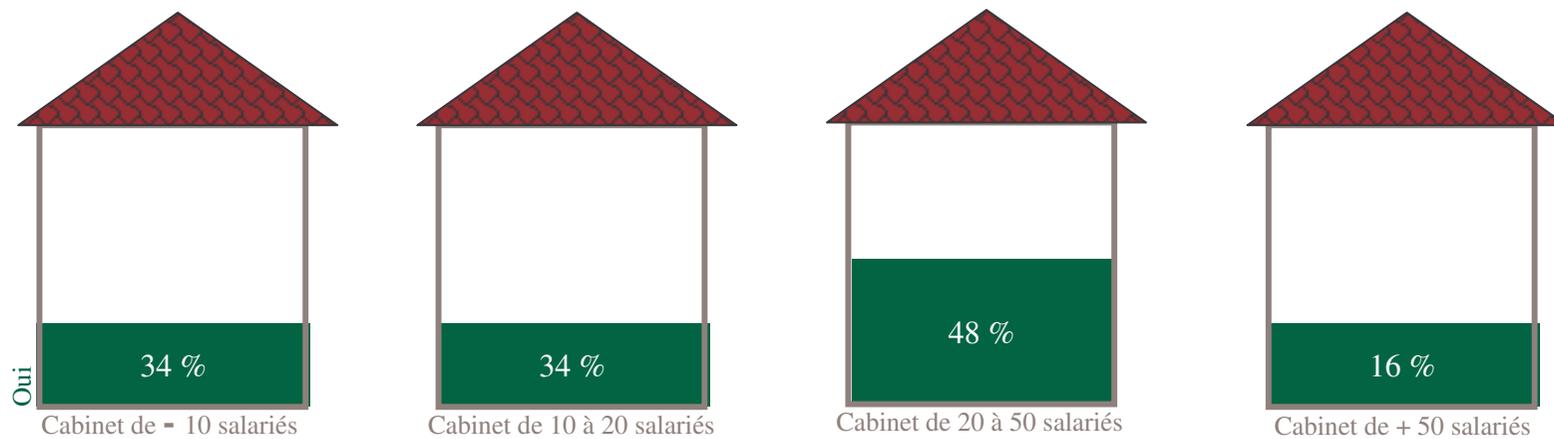


- Avez-vous une plaquette commerciale (ou livret de présentation) ?



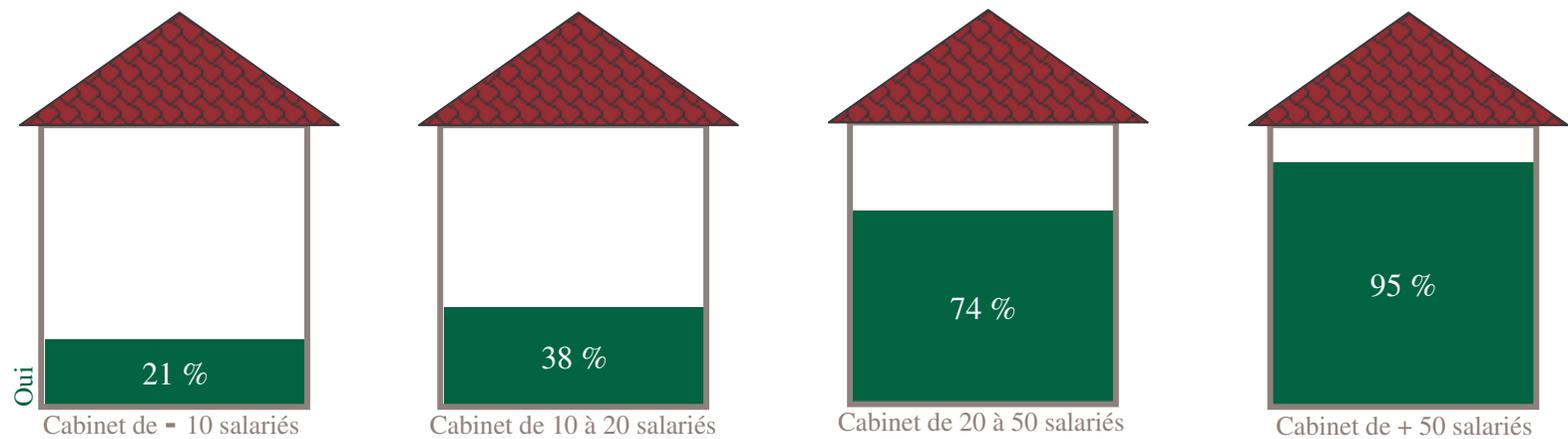


- Si vous n'avez pas de plaquette commerciale, l'envisagez-vous ?



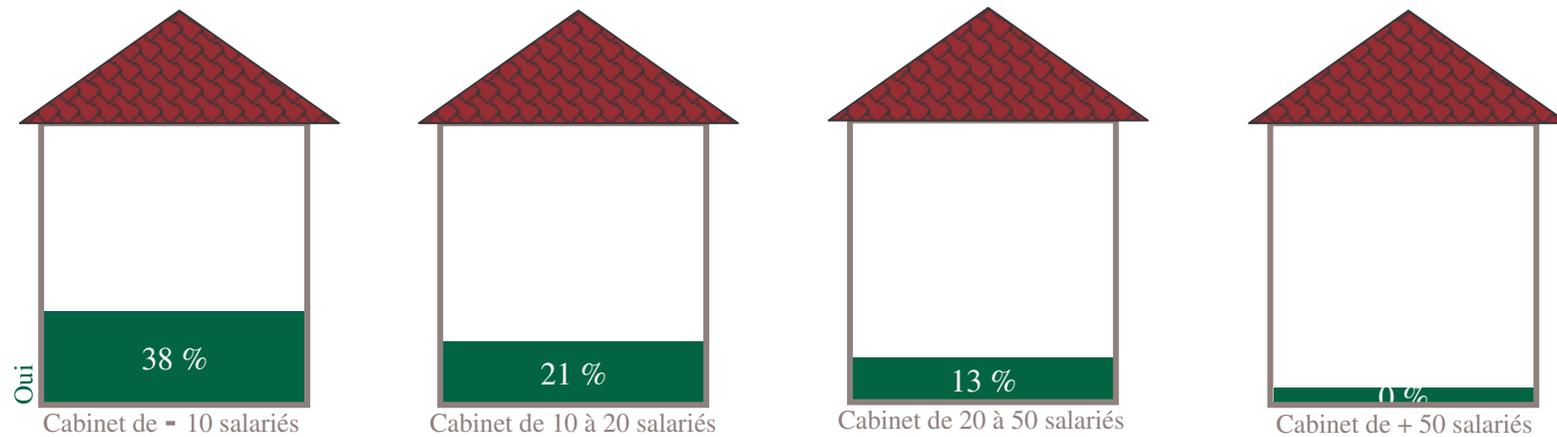


▪ Avez-vous un site internet ?



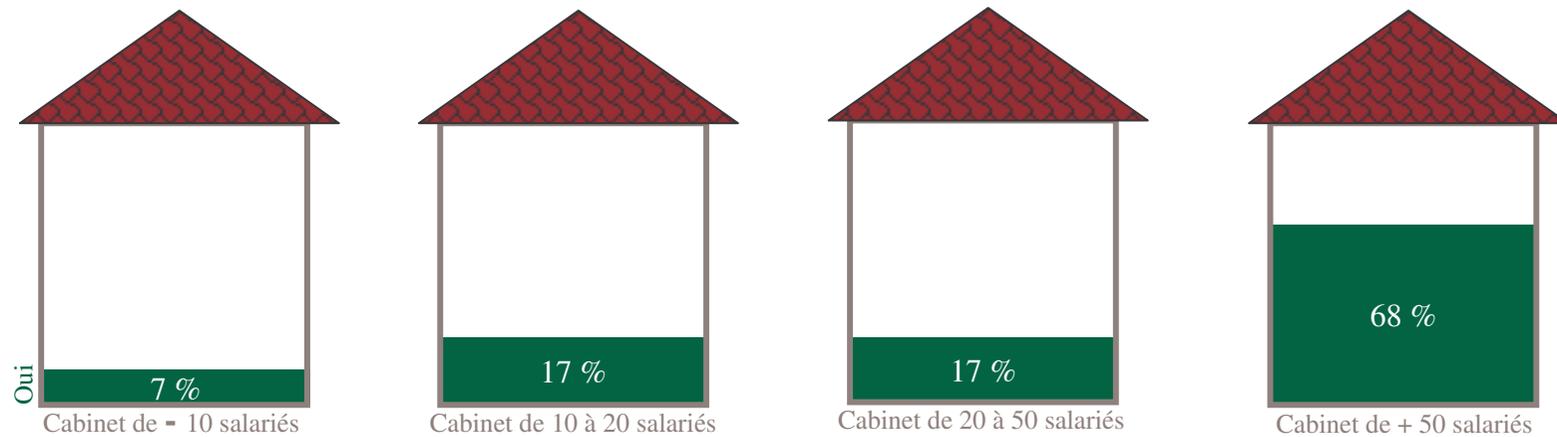


- Est-ce le temps qui vous manque pour construire votre site internet ?



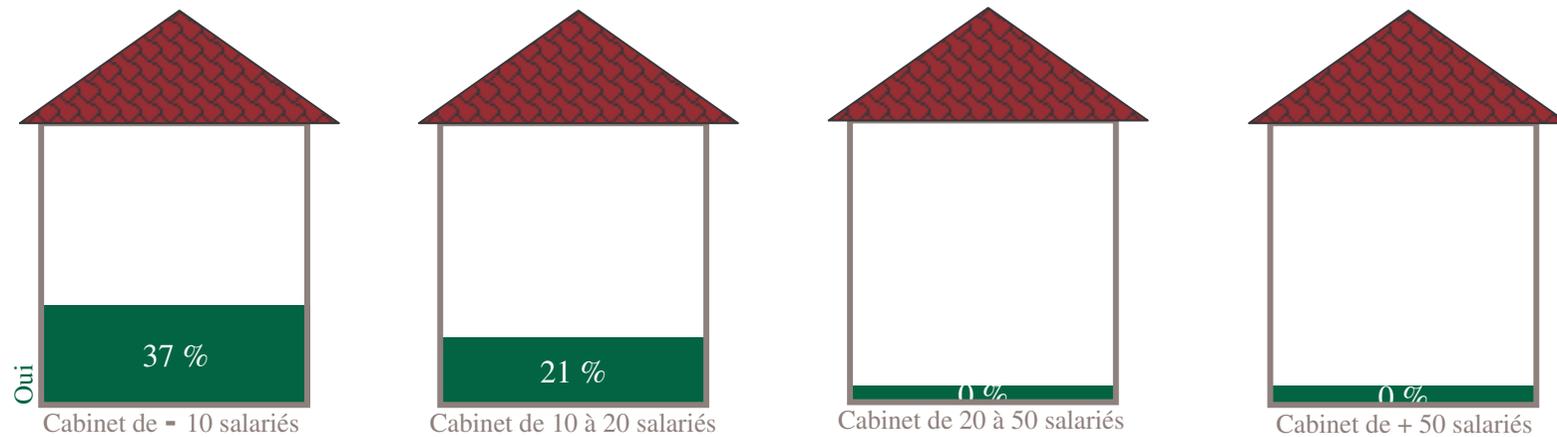


- Avez-vous un responsable marketing et communication interne ?



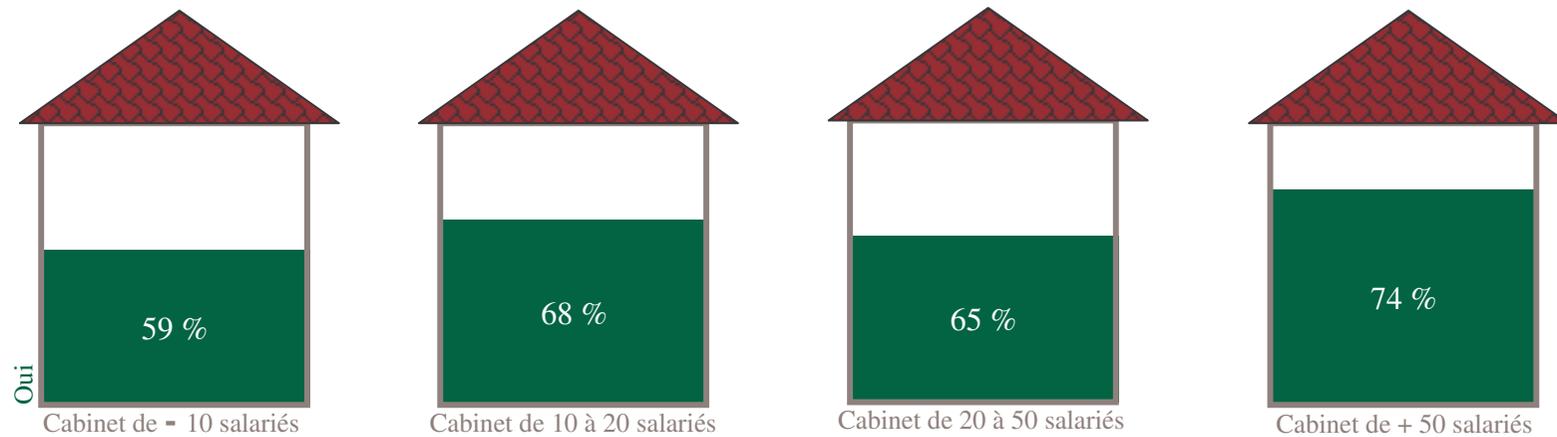


- Intégreriez-vous un réseau pour mutualiser les coûts marketing opérationnel et communication ?



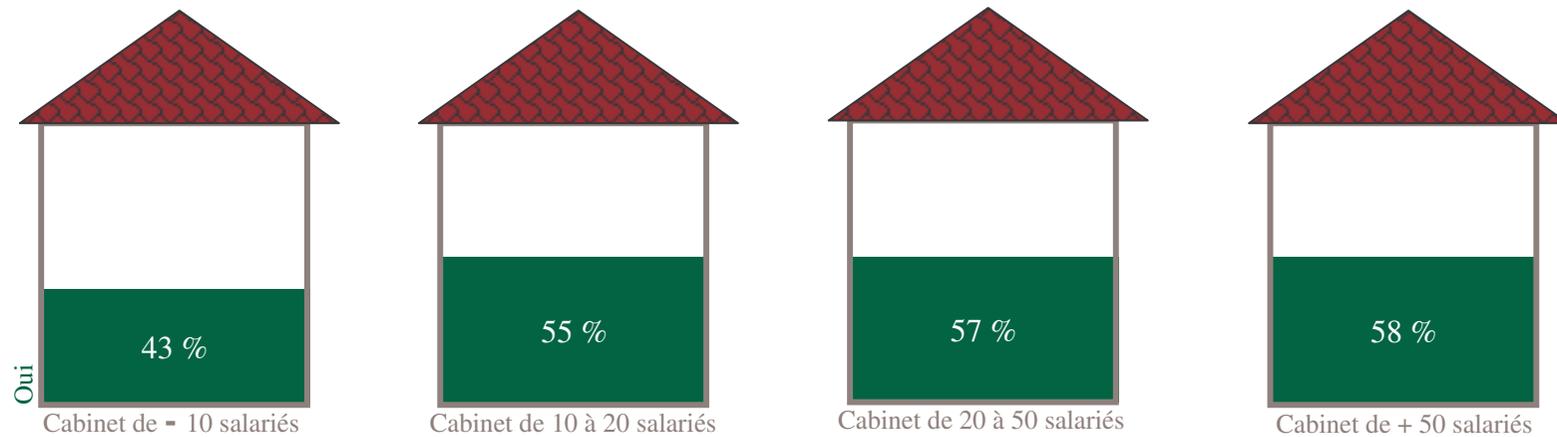


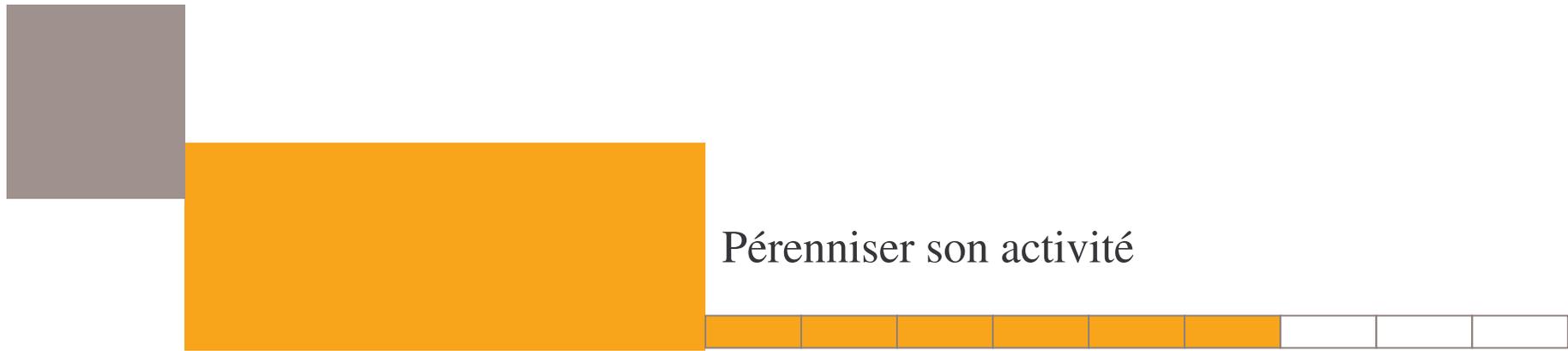
- Souhaiteriez-vous une formation marketing pour vous-même (Associé, Expert-Comptable) ?



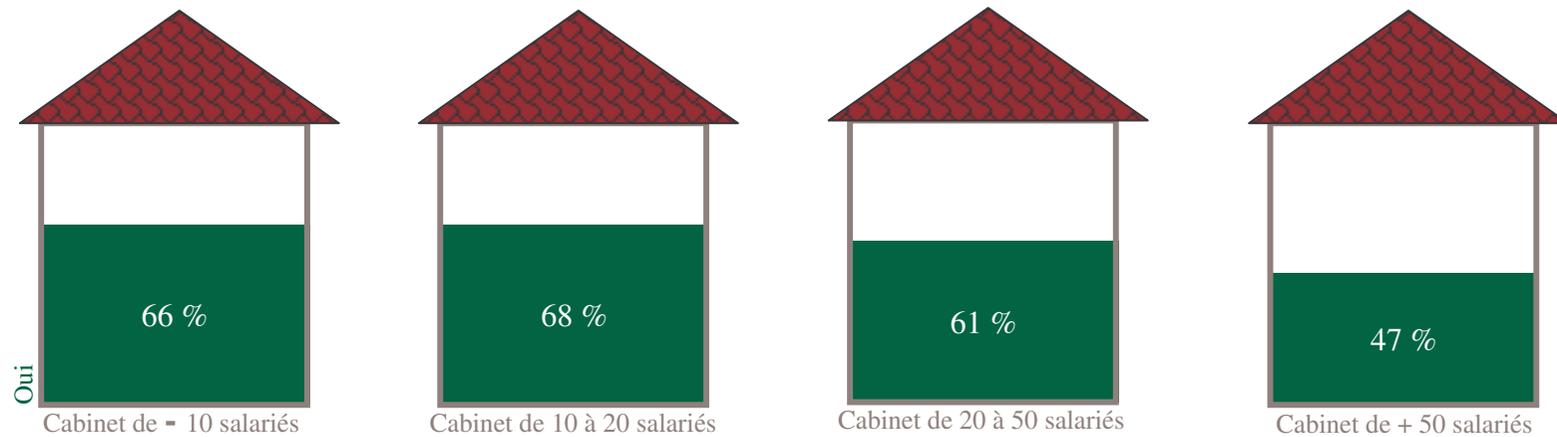


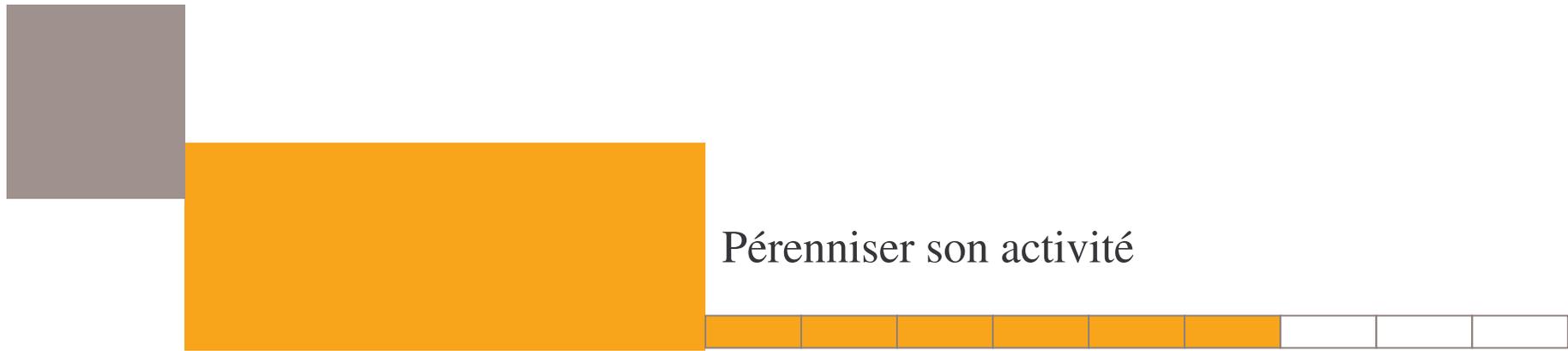
- Souhaiteriez-vous une formation marketing pour vos collaborateurs ?



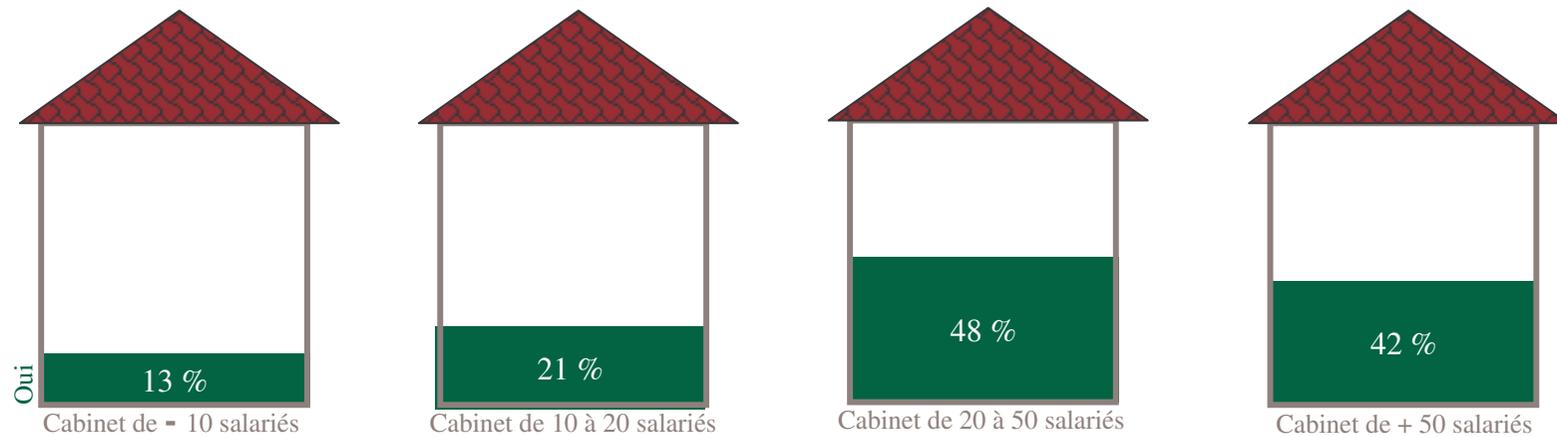


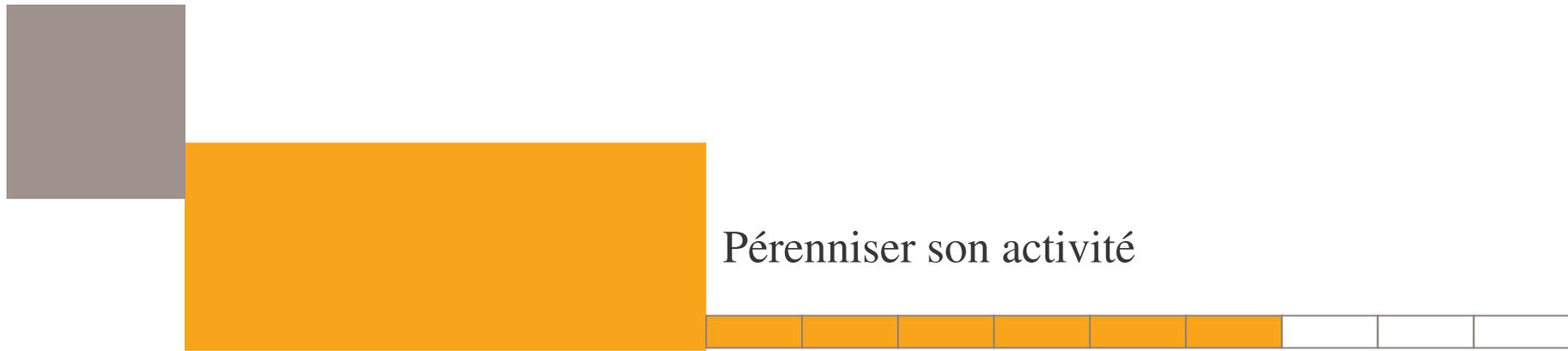
- Établissez-vous des rapports écrits de missions exceptionnelles ?



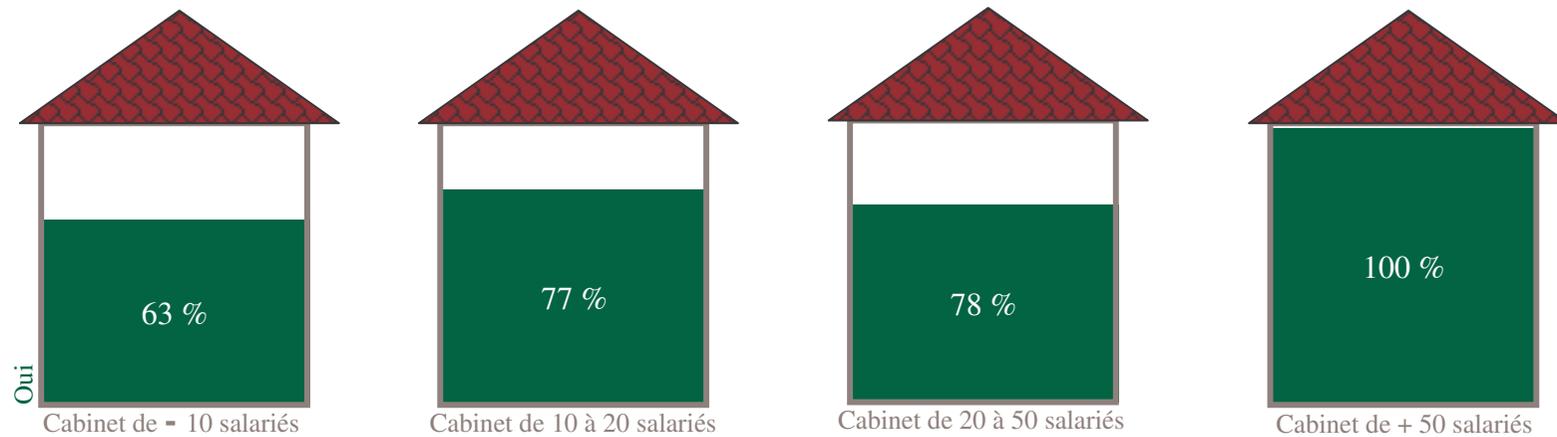


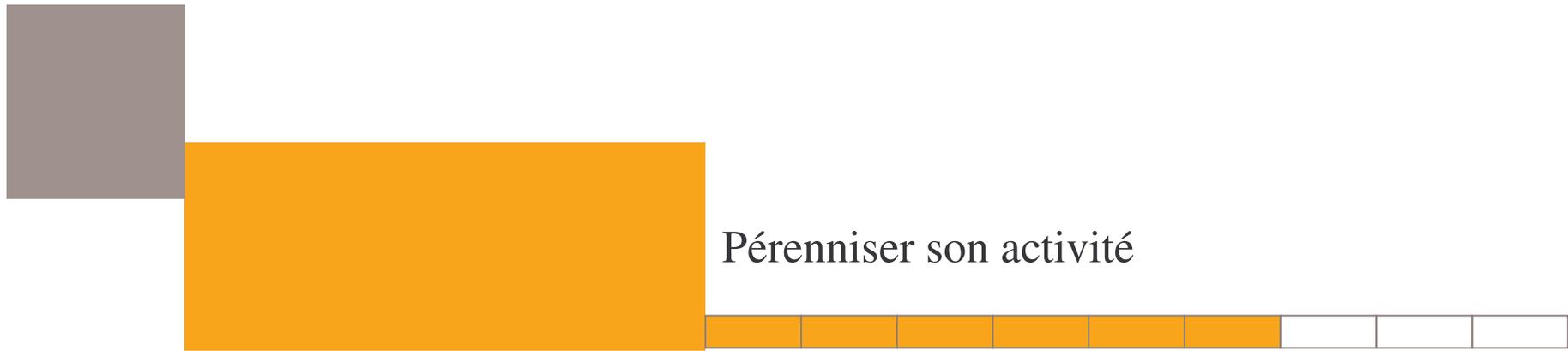
- Faites vous une enquête annuelle de satisfaction client ?



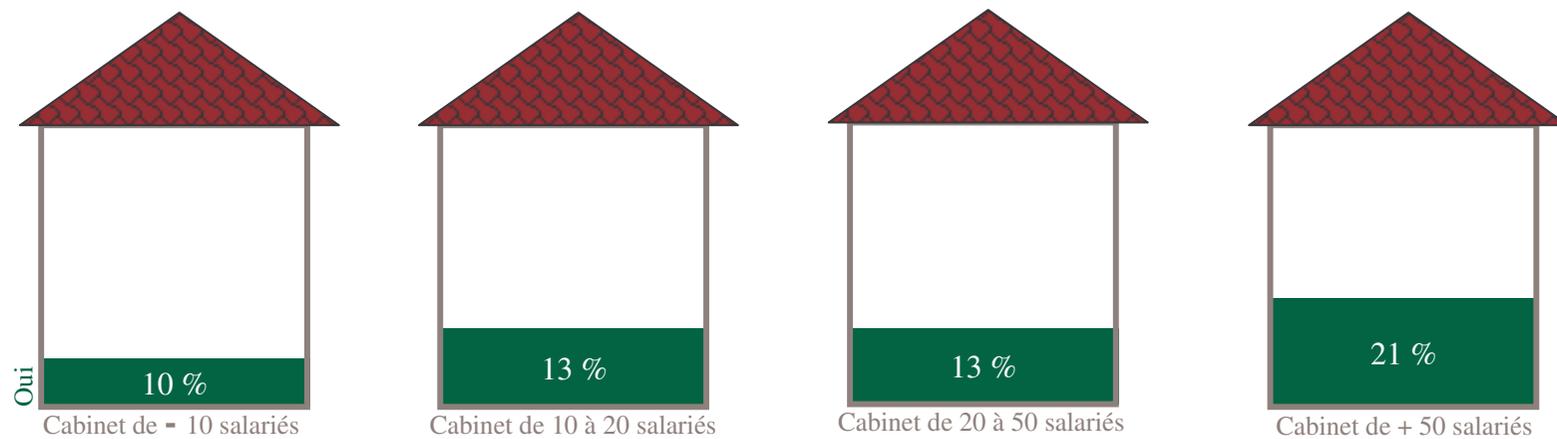


- Pensez-vous que la comptabilité en ligne soit amenée à se développer ?





■ Proposez-vous l'accès à la comptabilité en ligne (ASP) ?





Perspectives

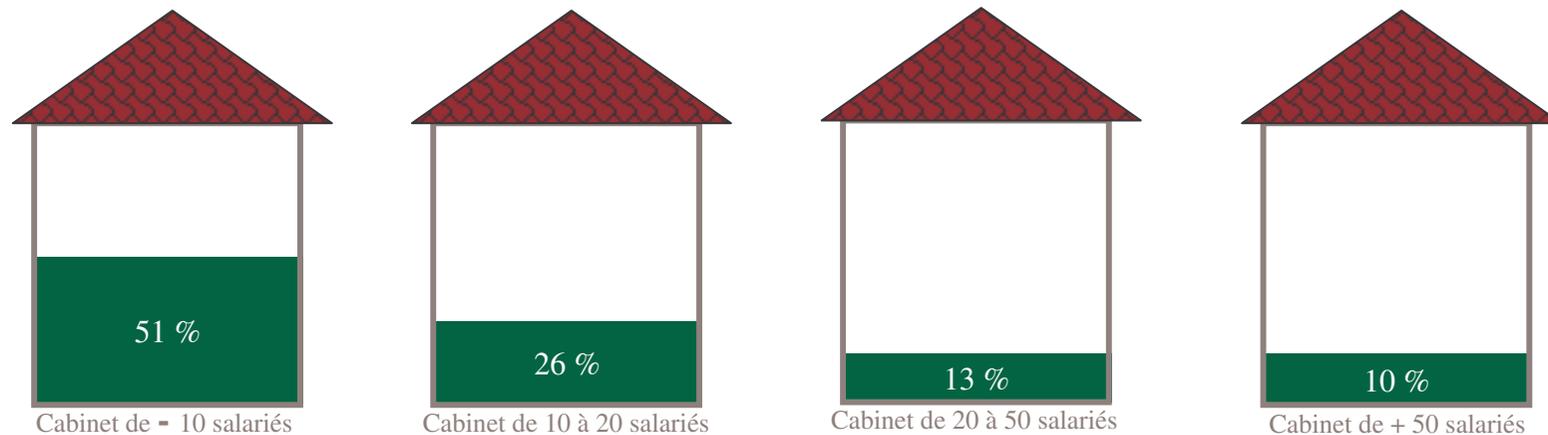


- Une concurrence interne à la profession plus forte (structuration et regroupements des cabinets de tailles moyennes, CGA, AGA).
- Une concurrence externe à la profession variée et parfois inattendue (conseil en gestion , SSII, comptables multi-salariés)
- Une internationalisation de la concurrence (facilité par les outils de communication).
- Des mentalités qui évoluent (plus grande volatilité des clients, recherche de cabinet sur internet, mise en concurrence plus fréquente, etc....)

- + Des problématiques de plus en plus complexes (IFRS, réglementations internationales, actifs par composants) nécessitant l'intervention de professionnels du chiffre.
- + Le nouveau code de déontologie des commissaires aux comptes autorise, dans son article 37, la publicité personnelle des commissaires aux comptes (publié au J.O. du 17 novembre 2005) et bientôt accessibles pour les Experts-comptables.
- + Un marketing relationnel très peu utilisé malgré des retours d'expérience positifs et des outils opérationnels existants.
- + Des outils de marketing et de vente respectant la déontologie.
- + La possibilité d'externaliser le marketing et la communication.

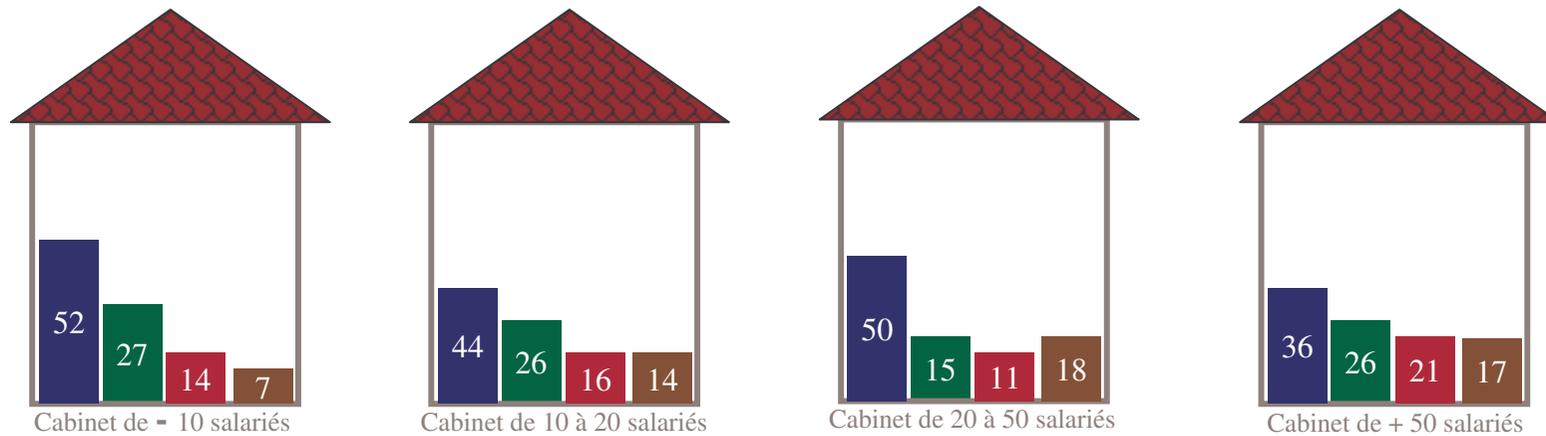


- 3.558 cabinets contactés entre le 4 juin et le 12 juillet 2005.
- 191 réponses qualifiées soit un taux de retour de 5,37 %.
- Répartition des réponses :



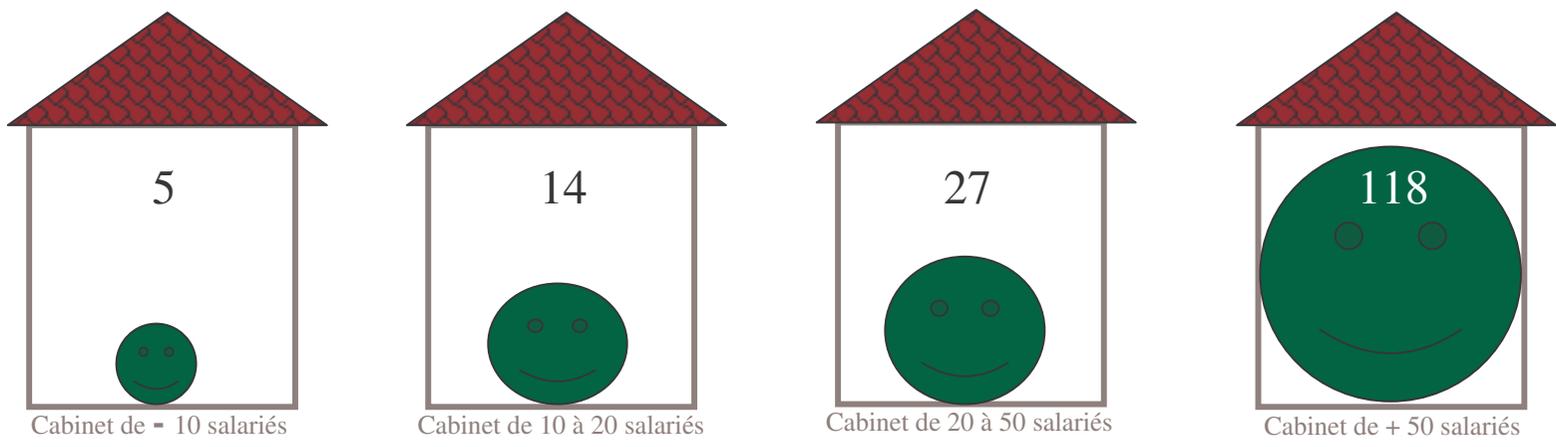
Périmètre de l'enquête

■ Répartition de l'activité (base 100%)





■ Nombre moyen de salariés





Auteur et contacts

Franck LAUMON

Franck a une approche opérationnelle et complète (commissariat aux comptes et expertise) au sein de structures de tailles variées (PME, cabinets d'audit et cabinets d'expertise).

Expert comptable diplômé en 2005, il était depuis 2003 directeur de mission au sein du cabinet d'expertise comptable Prospective et Finance *Paris* (www.prospective-finance.com/). En 2006, il crée et dirige l'entité Prospective et Finance *Hauts de Seine*.

Parallèlement il rejoint le cabinet de services marketing et vente Sommets (www.sommets.biz/) pour continuer ses travaux en matière de marketing et de développement commercial initiés à l'occasion de son mémoire d'expertise comptable.

Il participe par ailleurs au pôle "Stratégies et Communication" pour le congrès de l'ordre des experts-comptables 2006.

Franck.laumon@sommets.biz



Prochaine enquête



Envoi des questionnaires en juin 2006

Les résultats de cette première enquête ayant rencontré un vif intérêt, nous souhaitons la reconduire dès cette année.

Les informations collectées seront plus nombreuses et nous espérons par ailleurs améliorer notre taux de retour. En outre, nous pourrions établir des comparaisons entre 2005 et 2006.

Nous souhaitons ainsi inscrire cette démarche dans la durée et proposer un outil de comparaison et de mesure de l'activité marketing et vente des cabinets d'expertise comptable fiable et utile.

Dans le but d'améliorer cette enquête et de vous apporter les informations qui vous sont les plus utiles pour votre développement, nous sommes à l'écoute de vos suggestions.

Franck.laumon@sommets.biz

ERROR: syntaxerror
OFFENDING COMMAND: --nostringval--

STACK:

(PDF- EnquEte Marketing des cabinets d'expertise comptable 2005)
/Title
(
/Subject
(D:20060304153503)
/ModDate
(
/Keywords
(PDFCreator Version 0.8.0)
/Creator
(D:20060304153503)
/CreationDate
(CHRISTINE)
/Author
-mark-