



Restitution des principaux résultats
d'une enquête américaine publiée par
l'association pour le marketing
des Experts Comptables en 2001.
(AAM Association for Accounting Marketing).
Enquête réalisée sur la base des
197 questionnaires retournés.

SOMMETS
Solutions de Management
des Entreprises de Service



Le Marketing des cabinets d'expertise comptable Américains

Par Adélaïde de VILLELE

Adelaide.de.villele@sommets.biz

Consultante senior

Cabinet de services marketing et vente Sommetts

Publication Avril 2006

Sommaire



- Sommaire
- Contexte et objectifs

- Résultats
 - ✓ Leurs marketing
 - ✓ Leurs positionnements
 - ✓ Ils se développent
 - ✓ Ils pérennisent
 - ✓ Leurs visions

- Conclusion
- Le cabinet Sommets

Contexte et objectifs



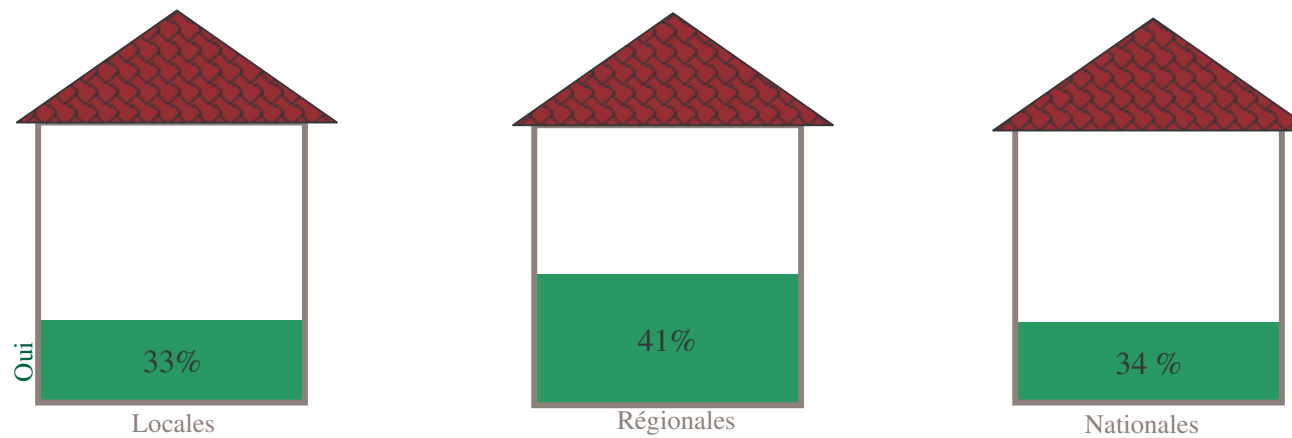
- Ce document restitue les principaux résultats d'un enquête menée aux États-Unis en 2001 par l'Association pour le Marketing des Experts Comptables (AAM : Association for Accounting Marketing). Il présente un « état » global des pratiques et outils marketing existants en 2001.
- Ces statistiques sont calculées sur la base des 197 entreprises qui ont répondu au questionnaire.
Sur ces 197 entreprises,
 - ✓ 86 se situent à l'échelle locale (CA<10M\$)
 - ✓ 96 à l'échelle régionale (10M\$<CA<200M\$)
 - ✓ 15 à l'échelle nationale (200M\$<CA).
- La majorité des réponses ont été fournies par des dirigeants ou managers, impliqués dans des fonctions stratégiques et/ou marketing.
- Cette enquête vous est présentée comme un outil de comparaison.

Bonne lecture,
Adélaïde de VILLELE

Leurs marketing



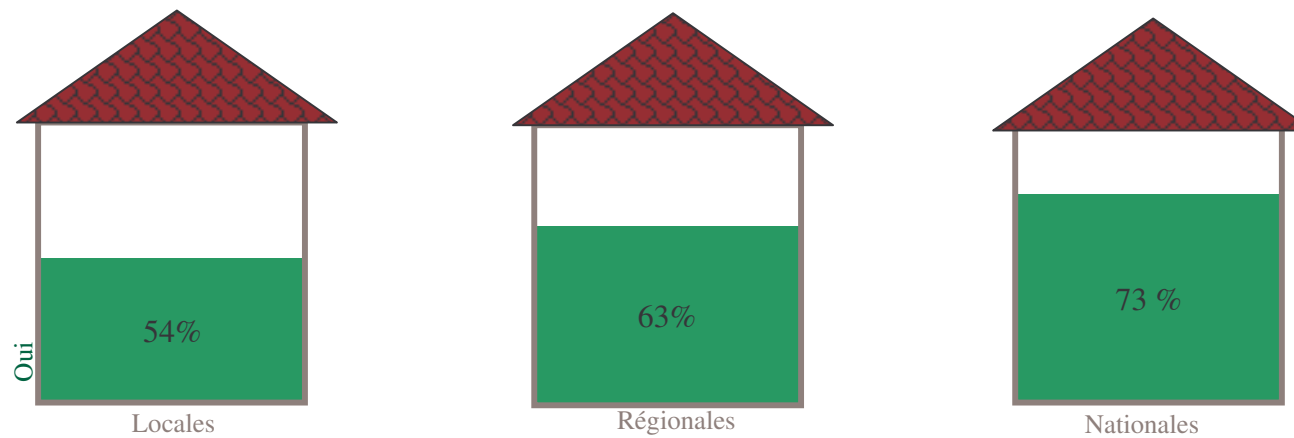
- Avez-vous désigné les personnes en charge du marketing ?



Leurs marketing



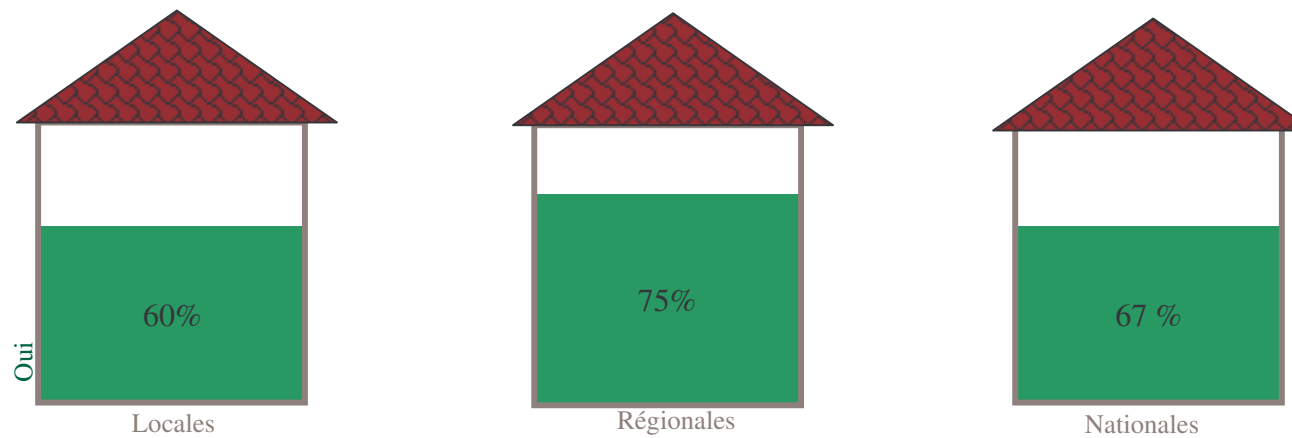
- Avez-vous défini un plan marketing ?



Leurs marketing



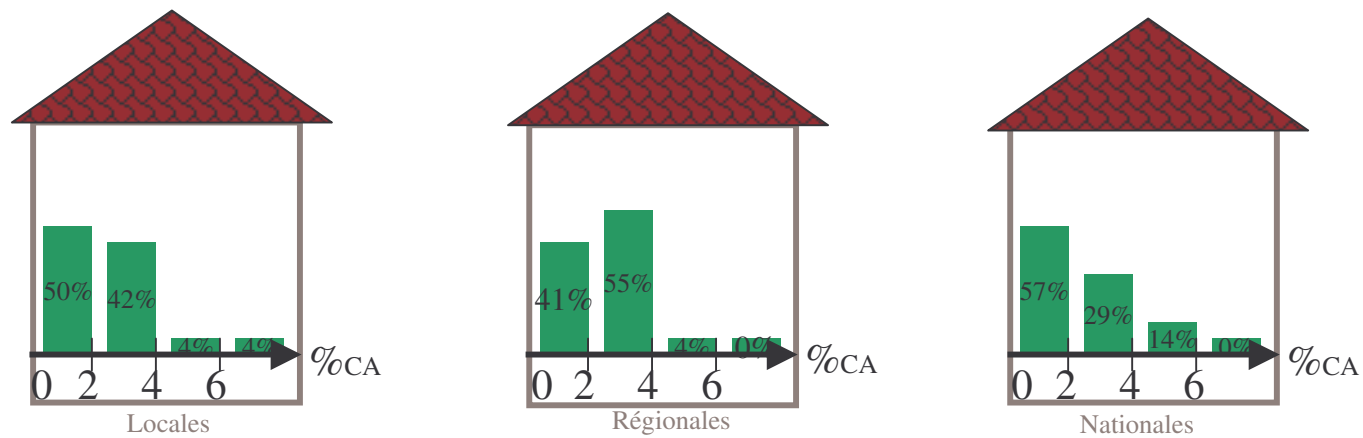
- Avez-vous fixé un budget marketing ?



Leurs marketing



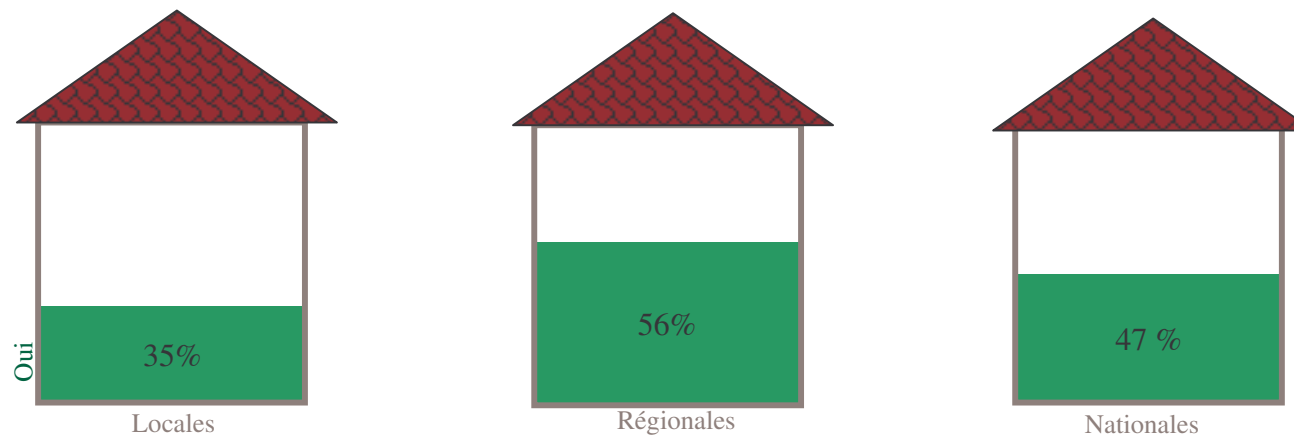
- Poids du budget marketing en pourcentage du CA ?



Leurs marketing



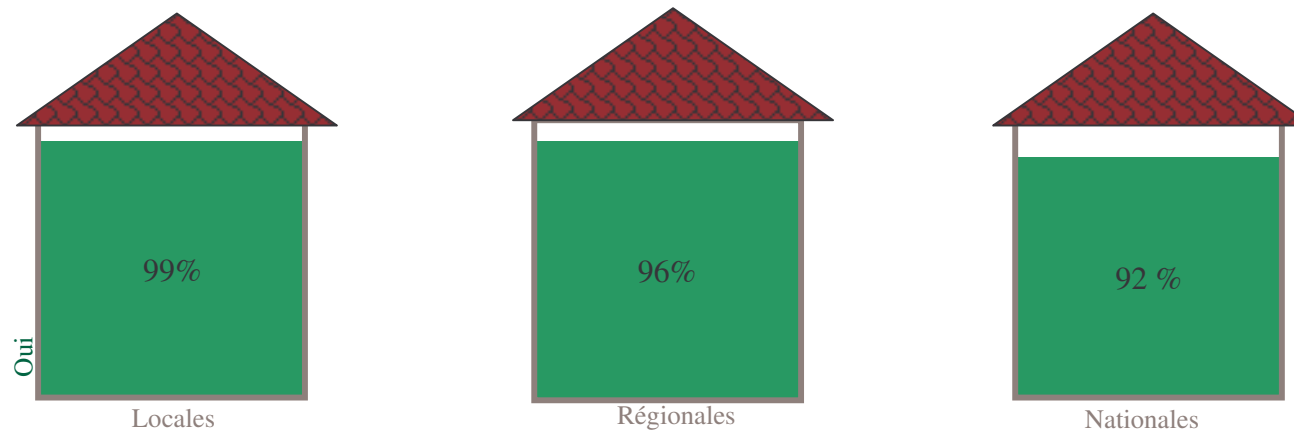
- Les salaires sont-ils inclus dans ce budget marketing ?



Leurs positionnements



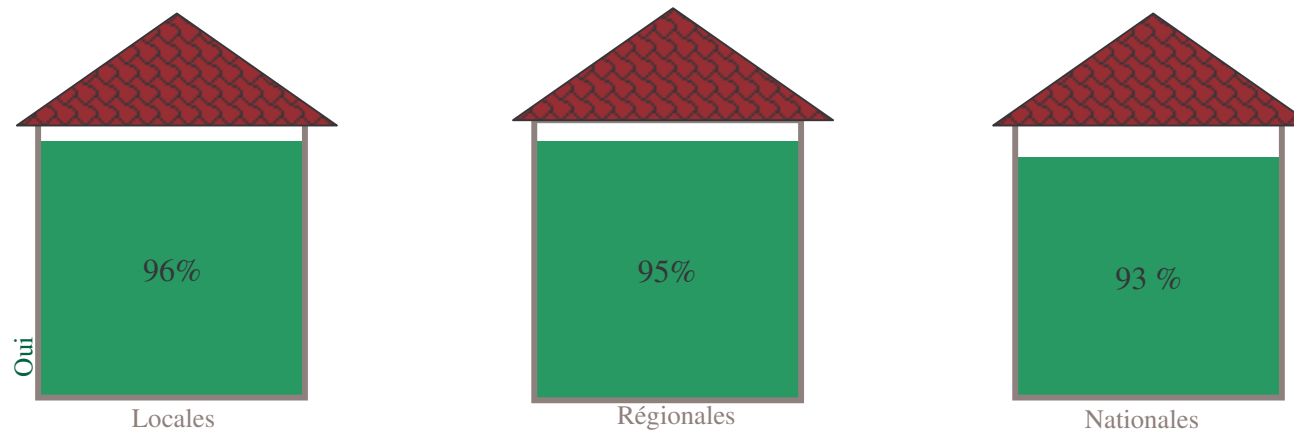
- Avez-vous une plaquette de présentation?



Leurs positionnements



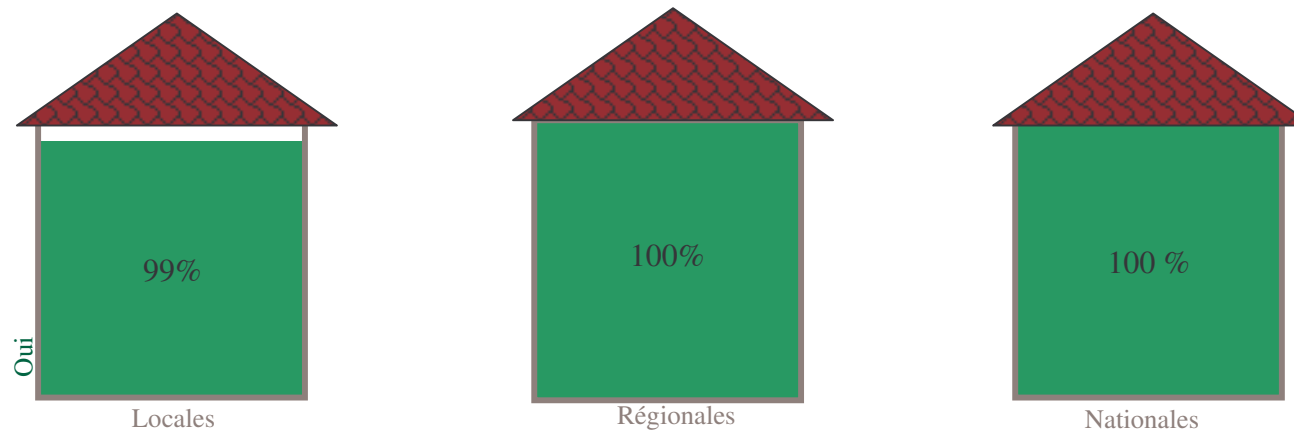
- Faites-vous de la publicité ?



Leurs positionnements



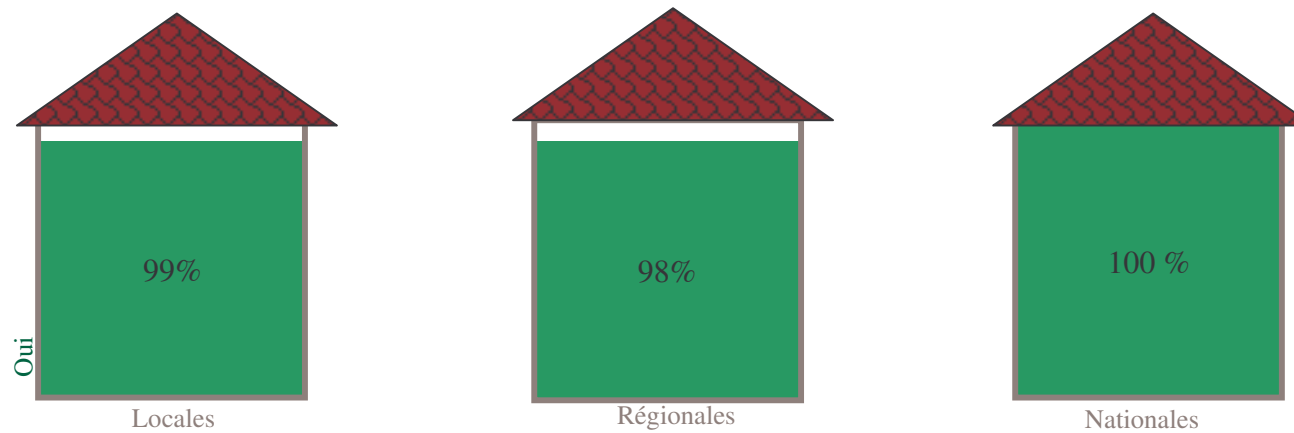
- Avez-vous un site internet ?



Leurs positionnements



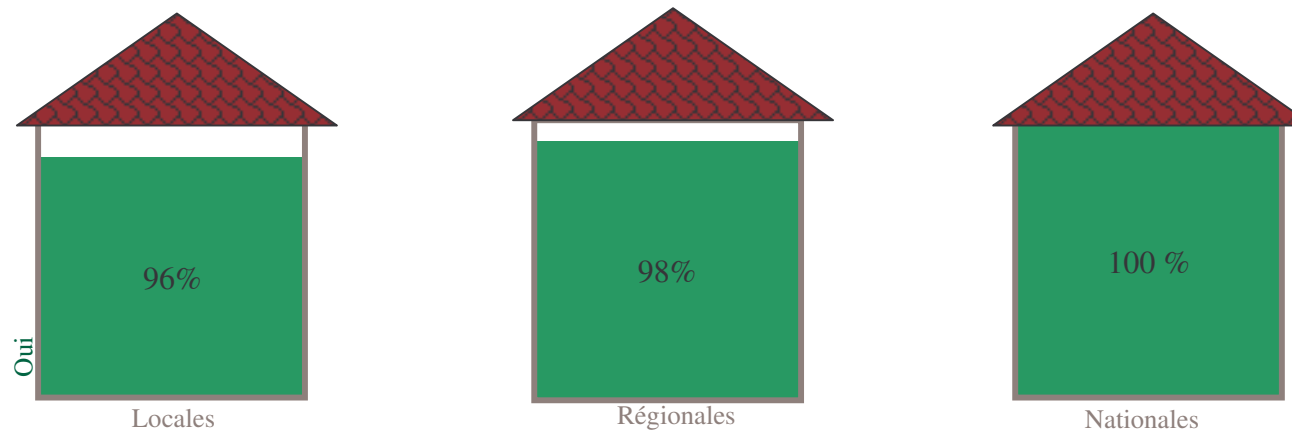
- Avez-vous écrit des articles ?



Leurs positionnements



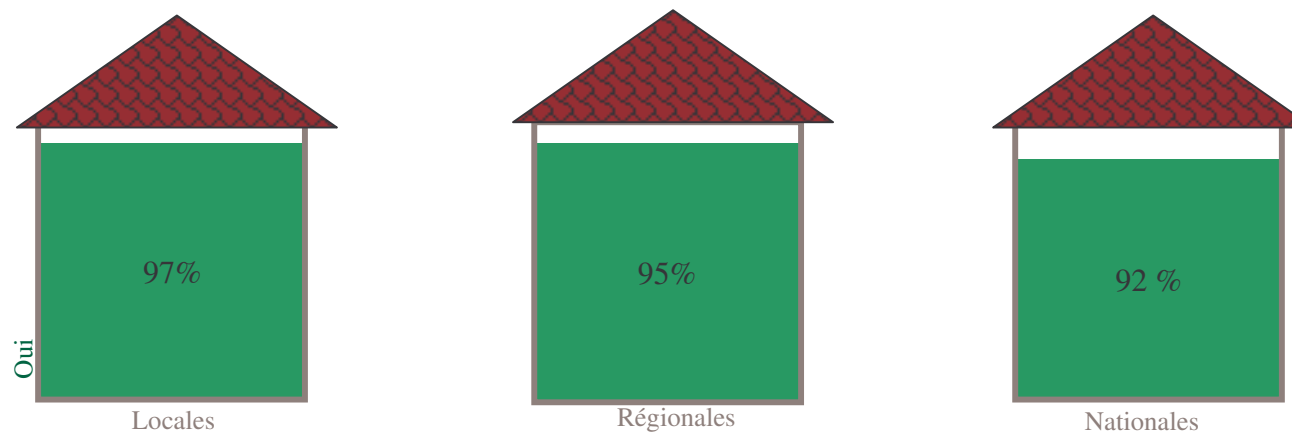
- Organisez-vous des séminaires ?



Ils se développent



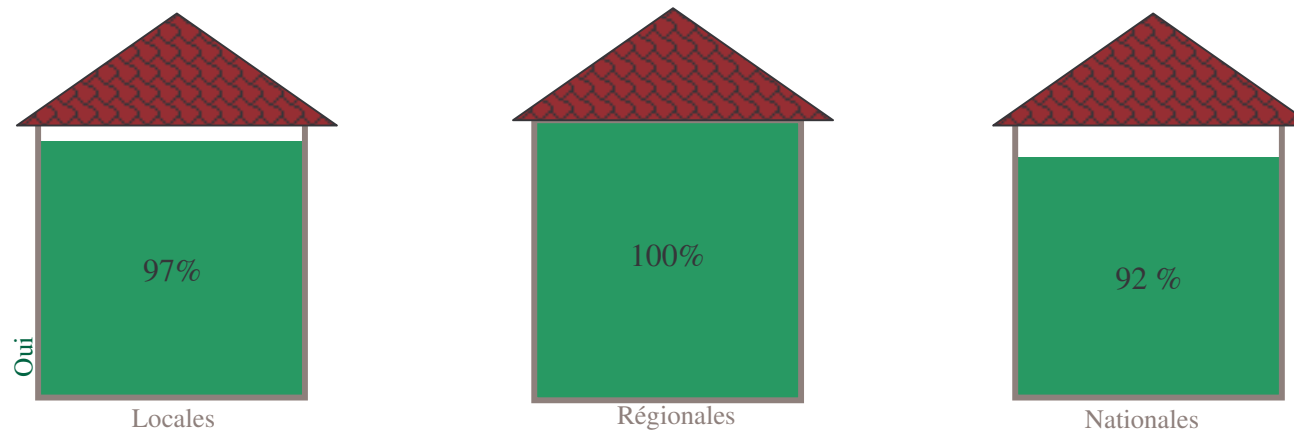
- Êtes-vous impliqués dans la recherche de prospects ?



Ils se développent



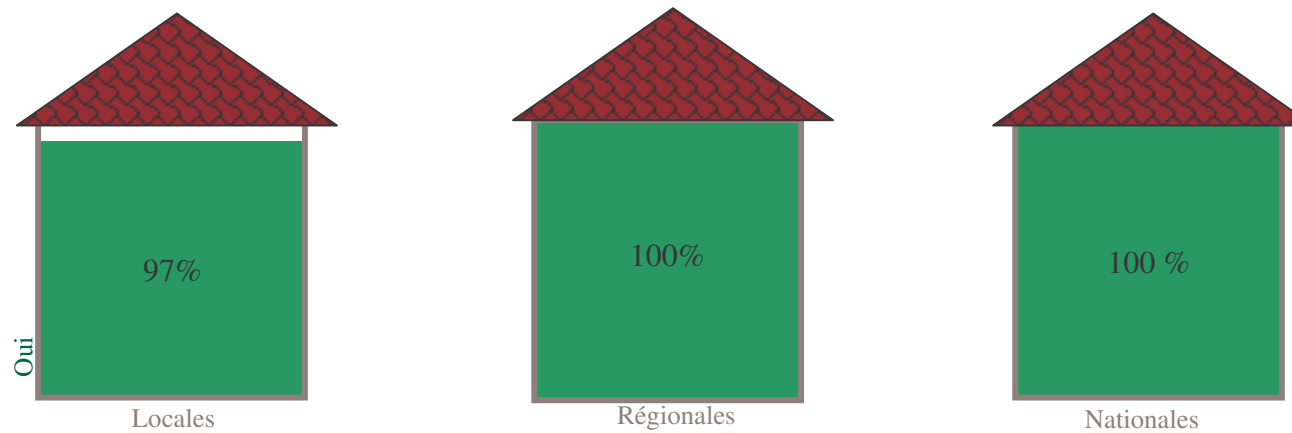
- Avez-vous mis en place un plan de prospection ?



Ils se développent



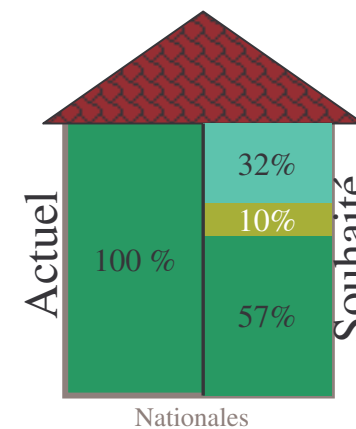
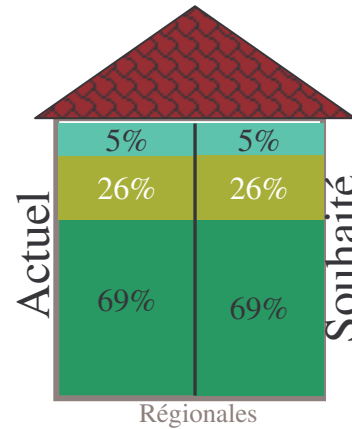
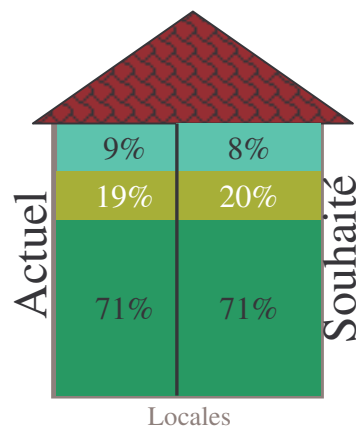
- Avez-vous mis en place un plan de développement (réseaux, groupements, partenariats?)



Ils se développent



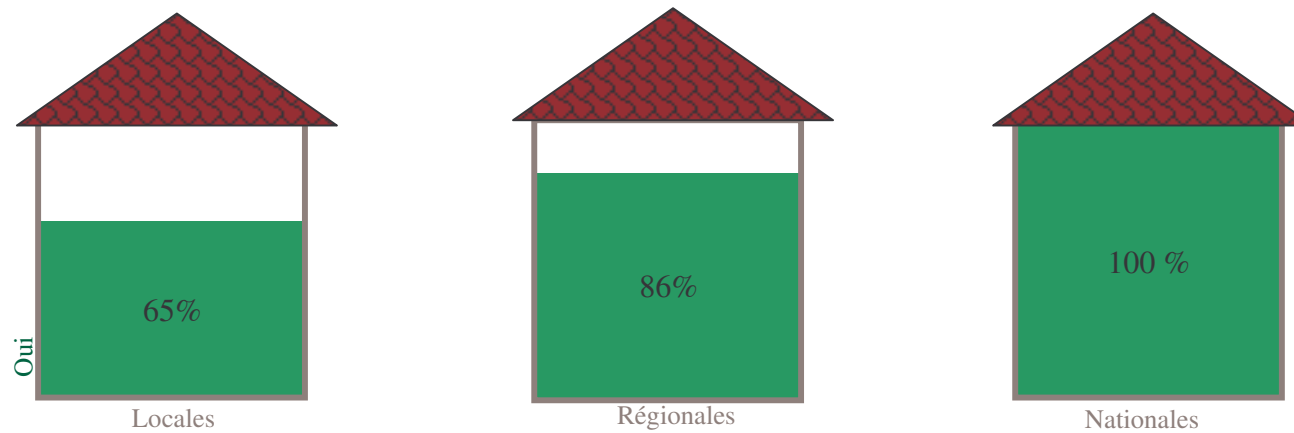
- A quoi dédiez-vous votre temps non-facturable ?



Ils se développent



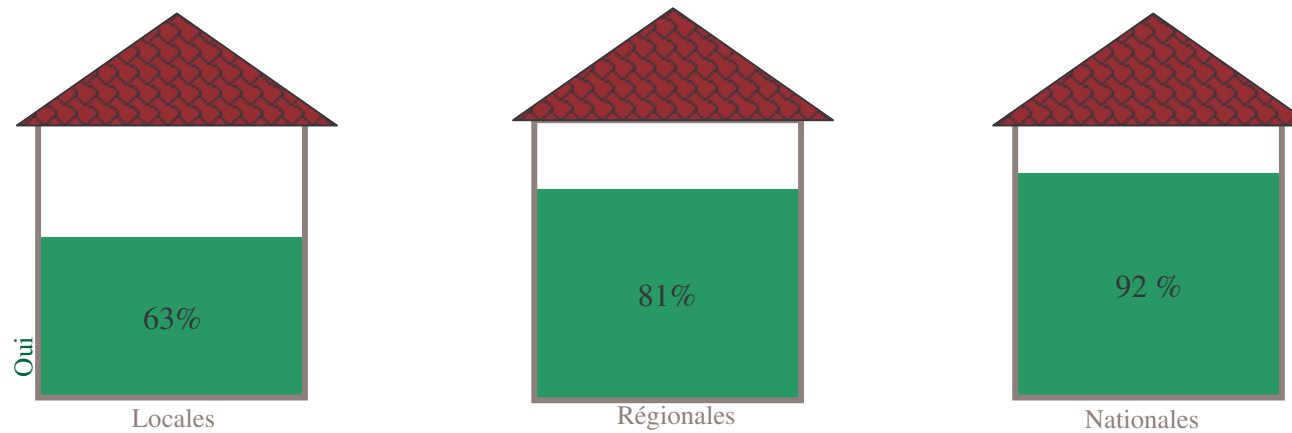
- Êtes-vous accompagné / coaché lors du processus de vente?



Ils se développent



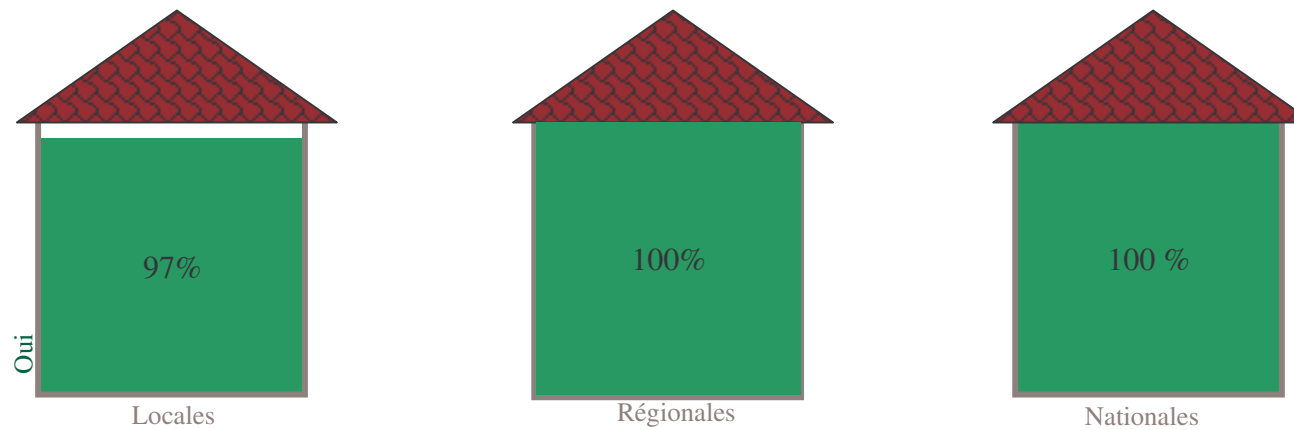
- Organisez-vous des formations d'aide à la vente?



Ils pérennisent



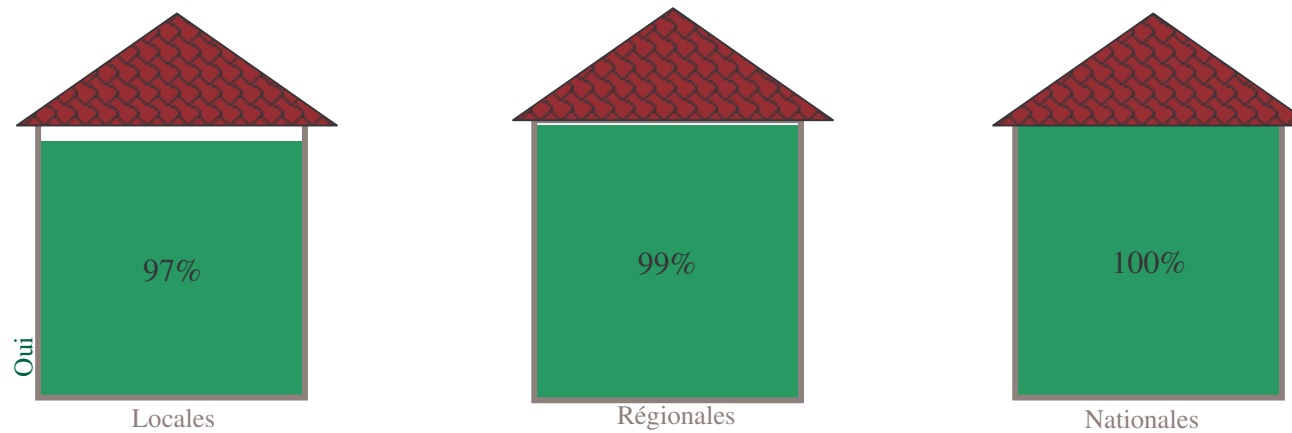
- Organisez-vous des évènements pour rencontrer vos prospects et vos clients ?



Ils pérennisent



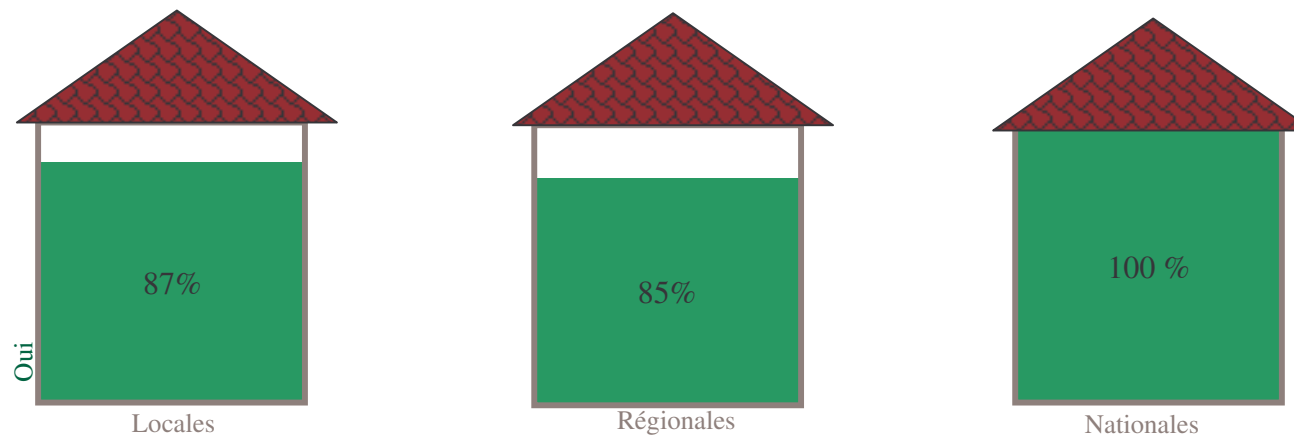
- Avez-vous mis en place une politique de Relations Publiques?



Ils pérennisent



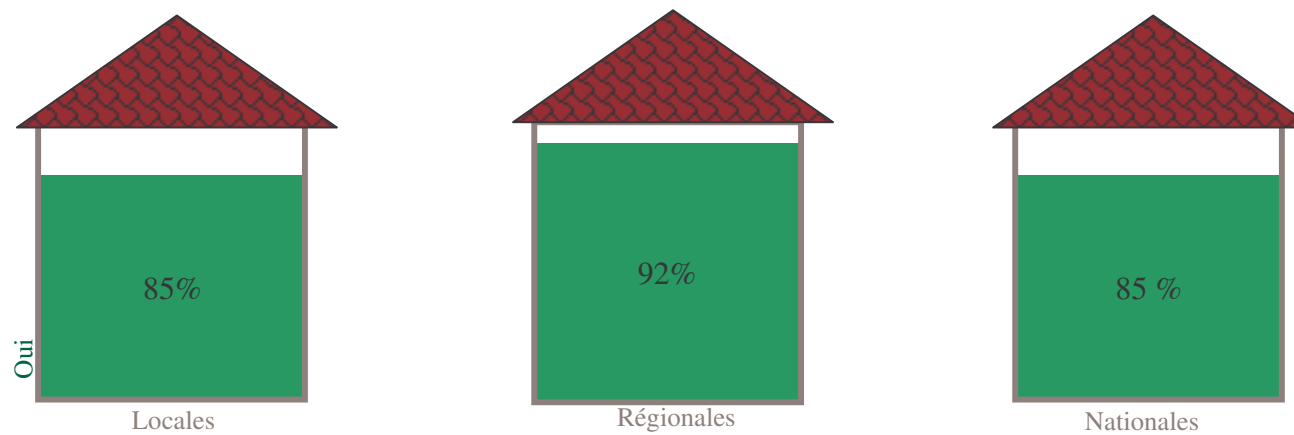
- Réalisez-vous des études marketing ?



Ils pérennisent



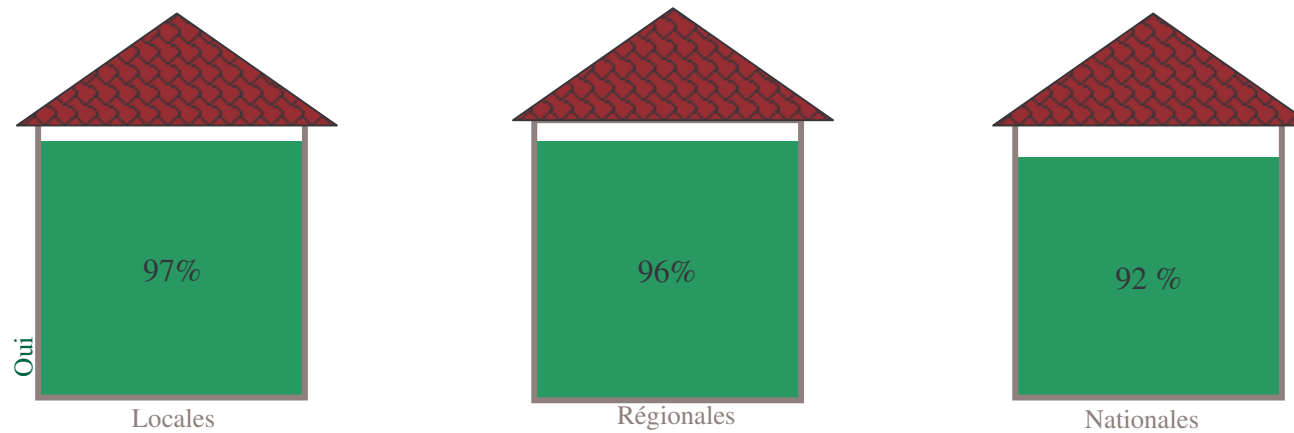
- Réalisez-vous des campagnes par emails (publicitaires, prospectives, commerciales)?



Ils pérennisent



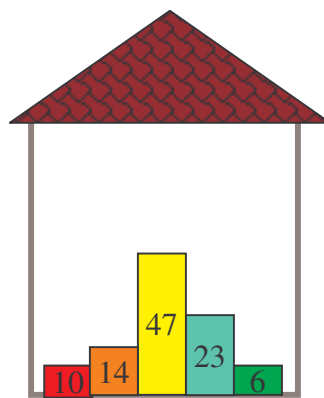
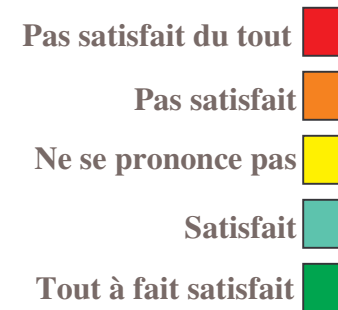
- Avez-vous une newsletter?



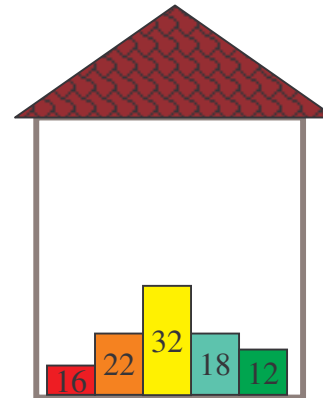
Leurs visions



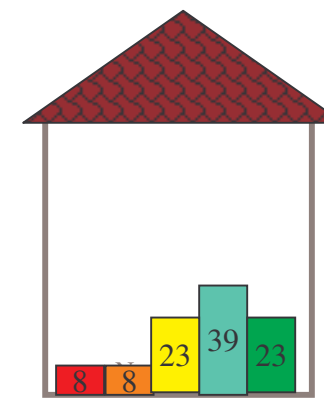
- Concernant le marketing vous êtes :



Locales



Régionales

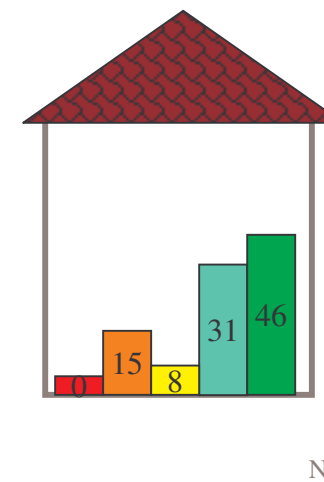
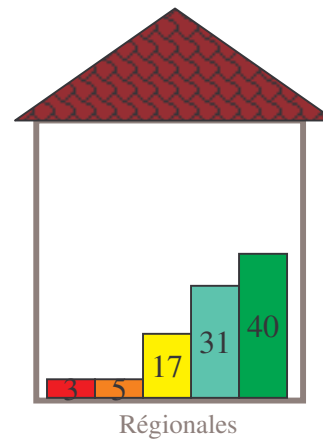
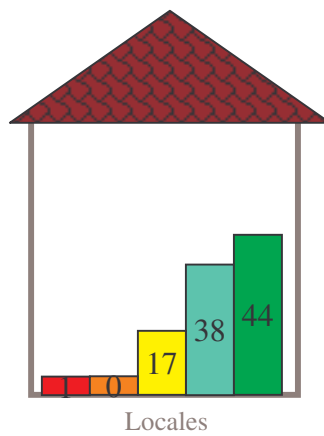
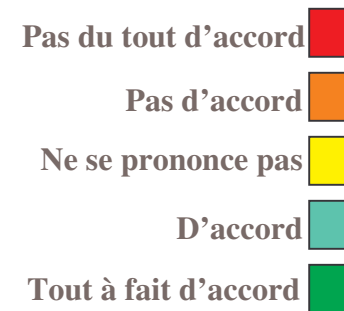


Nationales

Leurs visions








- L'importance du marketing va croissant :



Conclusion



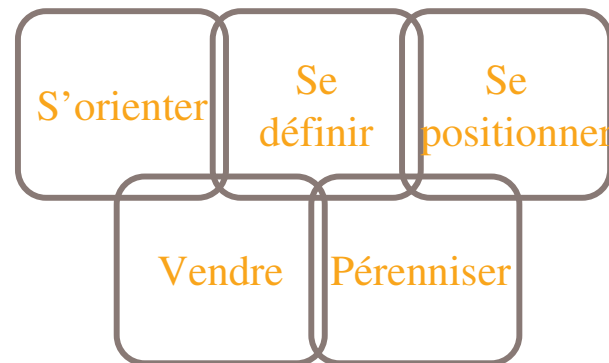
- 
✓ Plus d'un cabinet d'expertise comptable sur deux a défini une approche marketing (plan marketing, budget, responsables).
- 
✓ 90% des cabinets d'expertise comptable possèdent des outils de positionnements (plaquette, site, séminaires, etc.).
- 
✓ 80% des cabinets d'expertise comptable ont mis en place des outils d'aide à la vente (plan de développement, de prospection, coaching).
- 
✓ 100% des cabinets d'expertise comptable ont une politique de relations publiques
- 
✓ 70% des dirigeants/managers s'accordent à dire que le marketing prend de plus en plus d'importance.

A propos du cabinet Sommetts

Dédié aux **entreprises de services**, le cabinet Sommetts propose des services (conseil ou externalisation) de **marketing et développement des ventes**.

Nos clients sont principalement des cabinets d'expertise comptable, des cabinets d'avocats, des cabinets de conseil, des cabinets médicaux, des cabinets d'architectes, des SSII ou encore des études notariales.

Notre approche s'appuie sur des outils et des méthodologies réparties en 5 étapes :



Le cabinet Sommetts a été créé en octobre 2005. Il est composé de quatre personnes.
Contact pour cette enquête : Adélaïde de VILLELE – adelaide.de.villele@sommets.biz