

STRATÉGIE CABINET

Développez le business de votre cabinet : avec le marketing de l'offre !

La Profession évolue...
Repensez votre offre de services !

L'arrivée de l'automatisation des tâches comptables et de l'intelligence artificielle va amener de profonds changements dans vos cabinets d'expertise comptable : nouvelle organisation, disponibilité pour accompagner vos clients, revalorisation de vos honoraires...

Dans ce contexte de **mutation et de transition numérique**, il sera nécessaire de **repenser votre offre de services** pour adapter votre fonctionnement interne, mais aussi vos accompagnements envers vos clients, pour les fidéliser.





Marketing de la demande VS marketing de l'offre

MARKETING DE LA DEMANDE

Il répond aux **besoins exprimés par vos clients**. En valorisant vos accompagnements traditionnels, vous faites entrer vos prospects et vous les rassurez.



Vos clients viennent naturellement vers votre cabinet pour ses missions, qui sont souvent obligatoires, telles que la comptabilité, la fiscalité, le juridique et le social, les démarches administratives ou encore le conseil sur l'achat d'un véhicule ou le prévisionnel de l'entreprise.



- **Missions traditionnelles** : comptabilité, fiscalité, social, juridique.
- **Commodités** : impôts, URSSAF...
- **Conseils** : prévisionnel, financement de véhicule...

MARKETING DE L'OFFRE

Lui, consiste à proposer **des services complémentaires auxquels vos clients n'auraient pas nécessairement pensé**, qui pour autant, vont l'aider à se structurer, à se développer et à se décharger, créant ainsi une **véritable valeur ajoutée** pour votre cabinet.



Il se peut que ces missions soient déjà réalisées, sans que cela ne soit réellement **structuré et communiqué** auprès des clients, comme par exemple : du conseil patrimonial, du conseil en gestion ou de l'assistance administrative.



- **Spécialités** : santé, immobilier, innovation...
- **Conseils** : gestion, patrimoine, particuliers...
- **Services** : gestion du poste client, suivi de trésorerie, recouvrement, financement court terme, diagnostic retraite...

Zoom marketing de l'offre

La clé du succès ? Le marketing de l'offre !

En prévision des mutations à venir, nous vous conseillons de réfléchir et **travailler votre offre de services de manière à créer le besoin auprès du client en proposant des services complémentaires adaptés**, vous permettant (entre autres) de générer de la **vente additionnelle**.

Le tout, sans oublier de **le faire savoir à vos clients**.

**C'EST CE QU'ON APPELLE LE
MARKETING DE L'OFFRE !**

7 BONNES RAISONS DE L'ADOPTER !



- **Se différencier** de la concurrence
- **Développer le chiffre d'affaires** avec de la vente additionnelle et des missions à haute valeur ajoutée
- **Fidéliser les clients** avec de nouveaux services adaptés à leurs besoins
- **Fidéliser les collaborateurs** en leur proposant de faire évoluer leurs compétences
- **Segmenter et attirer de nouveaux clients**, grâce à une offre spécifique, adaptée aux besoins du marché
- **Valoriser l'expertise et le savoir-faire** du cabinet sur des missions spécifiques
- **Renforcer la réputation et l'image de marque** du cabinet permettant de développer une marque forte et reconnaissable et de se positionner comme expert dans un domaine



Illustration concrète

Ce cabinet a travaillé son marketing de l'offre

EDIFYS CONSEILS



Edifys Conseils
Expertise comptable

Cabinet d'expertise comptable basé à Auray, spécialisé en immobilier, construction et patrimoine.

- **Segmentation de la clientèle :** accompagnement de promoteurs, aménageurs, entreprises du BTP, agences immobiliers, investisseurs et marchands de biens : **le cabinet se positionne sur le marché comme "expert" de ce domaine**

- **Création d'une offre de service spécifique et sélection d'outils pertinents pour cette cible :** attrait de clients ciblés correspondant à l'offre et développement du cabinet
- **Cadrage de l'équipe :** mise en place de processus spécifiques et pleine maîtrise des logiciels : **fidélisation des équipes et efficacité**
- **Élaboration de supports destinés à promouvoir sa spécialisation,** tels que des fiches missions adaptées par type de client, distribuées lors des rendez-vous : **légitimité du cabinet sur la spécialisation et taux de conversion plus efficient**

Pour conclure

Travaillez votre offre de services, communiquez, décollez !

Tous les cabinets font du marketing de la demande, en revanche, le marketing de l'offre n'est généralement pas identifié, formalisé, ni structuré et encore moins communiqué auprès des clients. Pour autant, **chaque cabinet dispose de spécialités, de compétences, qui les différencient sur le marché.**

Le plus grand défi consiste à identifier ces atouts, les communiquer aux clients et prospects, afin de stimuler leur intérêt et, par conséquent, générer du contact entrant.

Classe 7 propose différents accompagnements et solutions pour développer votre marketing !

Envie de recruter des profils spécifiques dans le cadre de cette réorganisation ? Besoin d'être accompagné pour formaliser votre offre ?

Découvrez nos différentes expertises :

→ ACCOMPAGNEMENT STRATÉGIQUE

→ SITE INTERNET & AUTRES SUPPORTS DE COM'

→ RÉSEAUX SOCIAUX

RESSOURCES

→ [ARTICLE](#)

→ [PODCAST](#)



QUEL MARKETING
APPLIQUER EN CABINET
D'EXPERTISE COMPTABLE ?