

STRATÉGIE CABINET

Onboarding client: Les 6 étapes clés pour une relation durable !

Dans un environnement concurrentiel, **la qualité de l'expérience client est devenue un enjeu majeur** pour les cabinets d'expertise comptable.

L'onboarding client, c'est-à-dire l'ensemble du parcours vécu par un client depuis le premier contact jusqu'à la relation de long terme, conditionne la satisfaction, la fidélité et la capacité du cabinet à développer de nouvelles missions et aussi à se faire recommander.

Un onboarding bien structuré permet de poser les bases d'une relation saine, fluide et durable.



On vous explique !



Pour commencer, c'est quoi **un onboarding** ?

Le terme **onboarding** est souvent associé au recrutement et à l'intégration de nouveaux collaborateurs. Pourtant, le principe est exactement le même lorsqu'il s'agit d'un **nouveau client**.

L'onboarding client désigne l'ensemble des actions mises en place par le cabinet dès le premier contact et durant les premières semaines de collaboration, **afin d'intégrer le client dans les meilleures conditions possibles**.

Il ne s'agit pas uniquement de formalités administratives ou de collecte de documents, l'onboarding est avant tout une expérience structurée, qui vise à :

- **Clarifier** le cadre de la mission et les tarifs,
- **Expliquer** le fonctionnement du cabinet,
- **Définir** les rôles et responsabilités de chacun,
- **Rassurer** le client,
- **Poser les bases** d'une relation durable et sereine.

Pourquoi **l'onboarding client est crucial** pour un cabinet d'Expertise Comptable ?

Comme pour un collaborateur, **les premiers moments de la relation client sont déterminants**.

Un onboarding réussi permet :

- **D'éviter** les incompréhensions et les frustrations futures,
- **De limiter** les échanges chronophages et les erreurs,
- **D'améliorer** la qualité des informations transmises,
- **De renforcer** la confiance dès le départ,
- **De professionnaliser** l'image du cabinet.

À l'inverse, **un onboarding négligé peut rapidement générer des tensions** : attentes floues, documents manquants, retards, sentiment d'abandon ou d'incompréhension côté client. Vous risquez donc ... de perdre votre client. Un client onboardé est un client engagé !

On vous dit tout !

Les **6 moments clés** de l'onboarding client

1° La première **prise de contact**



2° La découverte **des besoins**



3° La proposition **de mission**

4° L'**entrée en relation** et l'onboarding opérationnel



5° Les **premiers mois d'accompagnement**



6° La **fidélisation** et la relation dans la durée

01.

LA PREMIÈRE PRISE DE CONTACT



" ON N'A JAMAIS DEUX FOIS L'OCCASION DE FAIRE UNE PREMIÈRE BONNE IMPRESSION ".

LE PREMIER CONTACT EST SOUVENT LE POINT DE DÉPART D'UNE RELATION DURABLE. IL DOIT DONNER UNE IMPRESSION DE **PROFESSIONNALISME**, DE **CLARTÉ** ET DE **PROXIMITÉ**.

Les objectifs :

- Être facile à identifier (site, réseaux, recommandation),
- Inspirer confiance (références, témoignages, expertise),
- Délivrer un message clair sur le positionnement du cabinet.

À ce stade, le client ne juge pas seulement vos compétences : **il évalue aussi la qualité de votre communication, votre capacité à comprendre son métier et votre manière de l'accompagner.**



02.

LA DÉCOUVERTE DES BESOINS

LORS DU PREMIER ÉCHANGE, IL S'AGIT DE COMPRENDRE LE CLIENT, SES ENJEUX, SES PRIORITÉS ET SES FREINS. C'EST UNE ÉTAPE DÉTERMINANTE POUR ÉTABLIR UNE **RELATION DE CONFIANCE**.

Les objectifs :

- Identifier l'activité, le contexte et les objectifs,
- Comprendre les attentes explicites et implicites,
- Détecter les points de douleur (organisation, délais, reporting, etc.),
- Commencer à construire une relation de confiance.

Ce moment pose les bases de votre rôle de conseil, bien au-delà de la simple production comptable.



03.

LA PROPOSITION DE MISSION

LA PROPOSITION DOIT ÊTRE CLAIRE, STRUCTURÉE ET COMPRÉHENSIBLE.

C'est pourquoi, **il ne faut pas minimiser les informations suivantes :**

- Expliciter vos missions et périmètre d'intervention,
- Présenter votre méthode de travail,
- Expliquer les bénéfices concrets pour le client,
- Détailler les tarifs de manière transparente et accessible,
- Rassurer sur les délais, responsabilités et outils utilisés.

C'est ici que le cabinet transforme une intention en engagement.

BONNE PRATIQUE
Remettre un **livret d'accueil**

(voir point 4)





C'EST LA PHASE LA PLUS "ADMINISTRATIVE", MAIS AUSSI LA PLUS STRATÉGIQUE. ELLE CONDITIONNE LA FLUIDITÉ DES ÉCHANGES FUTURS.

Les objectifs :

- Signer la lettre de mission,
- Collecter les documents nécessaires,
- Définir les rôles et responsabilités,
- Présenter les différents interlocuteurs (le cas échéant),
- Installer les outils collaboratifs (plateforme de gestion, portail client, GED, agenda partagé, etc.)
- Cadrer les règles de fonctionnement (délai de réponse, modalités de transmission des pièces, etc.)

Un onboarding fluide permet d'éviter les frustrations futures, d'optimiser les délais et de professionnaliser la relation.

À intégrer à cette étape : la remise de deux éléments importants !

1 · LE LIVRET D'ACCUEIL

Facilitez l'arrivée de votre "nouvelle recrue" en lui mettant à disposition un support (**print ou numérique**) qui recense **toutes les informations importantes** dont elle va avoir besoin. Plus le client aura d'informations, plus il sera à l'aise

Voici quelques idées de sujets à aborder :

- Présentation du cabinet (histoire, ambition...),
- Présentation de l'équipe, des services et des interlocuteurs pour lui permettre de mieux comprendre l'organisation,
- Détail des informations pratiques et logistiques (téléphone, mail),
- Mise à disposition des outils, paramétrage, SAV...
- Les missions prises en charge,
- Les attentes et engagements du client,
- La grille tarifaire,
- Le calendrier des obligations en lien avec son activité et sa forme juridique
- Les valeurs et les engagements du cabinet.

NOTRE TIPS

Digitalisez votre guide d'onboarding pour le rendre **interactif et facilement accessible** !

2 · LE WELCOME PACK

Souhaitez la bienvenue à votre nouveau client et marquez son esprit positivement avec le fameux "pack de bienvenue" ! Ce cadeau d'accueil vous permet de **créer un lien immédiat et de renforcer l'image de votre cabinet**.

NOTRE TIPS

Personnalisez des goodies aux couleurs du cabinet pour renforcer le sentiment d'appartenance ! Loin des yeux mais pas loin du cœur. Grâce à ces goodies **utiles** (cahier, stylo, gourde, mug...) votre client aura un rappel de votre cabinet à tout moment de la journée et ne manquera pas de vous contacter en cas de besoin.



05.

LES PREMIERS MOIS D'ACCOMPAGNEMENT

LES PREMIÈRES INTERACTIONS CONFIRMENT LA PROMESSE FAITE AU DÉPART. C'EST LÀ QUE LE CLIENT JUGE LA QUALITÉ RÉELLE DE VOTRE ACCOMPAGNEMENT.

Les objectifs :

- Maintenir un contact régulier
- Valider avec le client le process de transmission et de traitement des pièces comptables (factures, relevés bancaires, justificatifs)
- Expliquer vos actions et votre calendrier
- Répondre rapidement et de manière pédagogique
- Anticiper les besoins (déclarations, clôtures, etc.)

La pédagogie est un facteur clé de satisfaction : **un client qui comprend ce qui se passe est un client rassuré.**

06.

LA FIDÉLISATION ET LA RELATION DANS LA DURÉE

À CE STADE, LA RELATION SE CONSOLIDE ET DEVIENT DURABLE. L'OBJECTIF EST DE PASSER D'UNE LOGIQUE TRANSACTIONNELLE À UN PARTENARIAT.

- Points réguliers (mensuels / trimestriels)
- Communication proactive (veille, alertes, conseils)
- Anticipation des enjeux (croissance, transformation, digitalisation)
- Évolution des missions en fonction des besoins

Lorsque la confiance est installée, le client devient naturellement réceptif à vos recommandations. C'est alors le bon moment pour **proposer des missions complémentaires**, suggérer des optimisations pertinentes et accompagner la croissance de son entreprise de manière proactive.

Dans ce contexte, la suggestion n'est plus perçue comme une démarche commerciale, mais comme un véritable **service à valeur ajoutée**, fondé sur la relation, la crédibilité et l'expertise.

Pour conclure

Ne négligez pas l'onboarding client !

Dans un contexte où les cabinets doivent à la fois fidéliser leurs clients, développer la vente additionnelle, optimiser leur organisation interne et se différencier, **l'onboarding client devient un véritable levier stratégique.**

Ce parcours structuré permet de rassurer, clarifier, professionnaliser et construire une relation durable.

Autrement dit, si l'onboarding est indispensable pour intégrer un nouveau collaborateur, il est tout aussi essentiel pour bien intégrer un nouveau client. Et c'est souvent ce qui fait la différence entre un client "satisfait" et un client fidèle.

Classe 7 propose différents accompagnements et solutions pour développer et booster la communication de votre cabinet !

Découvrez nos différentes expertises :

→ **ACCOMPAGNEMENT STRATÉGIQUE**

→ **SITE INTERNET & AUTRES SUPPORTS DE COM'**

→ **RÉSEAUX SOCIAUX**