

## Intégrer un nouveau client, un fondamental de la relation commerciale (2°)

18/10/2023



La bonne prise en charge du client dès son arrivée dans le cabinet impacte la qualité des échanges, le volume d'affaires et la fidélité de ce dernier. Retours d'expérience de cabinets, avec un second volet : la dimension technique.

Révision ou bien tenue comptable ? Paye sous-traitée ou paye réalisée par le client via un outil informatique déployé et paramétré par son cabinet ? Mission de RH s'appuyant sur un logiciel qui gère les congés payés et autres formations des salariés du client ? Les prestations du cabinet comptables sont multiples et à chacune correspondent un ou plusieurs outils informatiques avec lesquels il est nécessaire de familiariser les nouveaux clients.

Au sein du cabinet Axens, un parcours client a été formalisé, qui aborde, dès le premier rendez-vous, la question technique : "Un référent outils intervient pour former le nouveau client, relate Marie-Hélène Gebhardt, directrice communication et projets chez Axens. Il lui présente notre plateforme collaborative et son fonctionnement, afin que le client sache comment et quand déposer ses documents, évoque les tableaux de bord et les indicateurs possibles à définir conjointement, prévoit les formations pour les différents logiciels pour lesquels le client a opté, par exemple pour la facturation, etc.". Le client se voit expliquer notamment comment scanner une facture et l'envoyer avec son smartphone ou tout autre appareil.

Le cabinet Vista Conseil prévoit quant à lui une étape préalable à la formation des nouveaux clients aux outils digitaux : "Nous les orientons vers les plateformes de formation des éditeurs de logiciels, qui proposent des petites vidéos courtes, notamment RCA ou Dext, de façon à ce que le premier rendez-vous soit plus efficace", indique François Cazée, dirigeant de Vista Conseil.

## **Welcomer**

Les cabinets comptables entretiennent avec leurs clients une relation aussi bien dématérialisée que physique. "Nous mettons donc en place des formations aux outils de visio-conférence, par exemple Teams que nous utilisons pour créer des groupes de discussion avec nos clients", indique Sébastien Courbe, directeur général du cabinet Primexis. Lequel propose des offres full service, avec notamment du conseil en ressources humaines pour lequel des outils spécifiques sont proposés et paramétrés pour chaque client. "Nos consultants effectuent le travail d'intégration et d'adaptation des outils, puis de formation des personnes concernées en interne chez les clients".

Dans certains cabinets, un nouveau poste de «welcomer» se crée afin d'accompagner les nouveaux clients et de leur mettre le pied à l'étrier au plan des outils et des process. Chez Orcom, ils sont appelés «intégrateurs» et le groupe en possède 60 sur tout le territoire. "Nous avons créé cette fonction d'intégrateur pour soutenir l'équipe affectée à un nouveau dossier, explique Valentin Doligé, directeur général d'Orcom. Leur rôle consiste à former les clients, à effectuer les paramétrages et à assurer le suivi de l'utilisation des outils digitaux. Ce sont des collaborateurs qui gardent un portefeuille clients en expertise comptable mais qui ont une culture des outils technologiques, une culture client, une disponibilité et une finesse pour adapter les paramétrages". Les intégrateurs Orcom sont formés en permanence aux nouvelles solutions techniques et organisés en communauté, en lien permanent. L'étape d'intégration client dure une année, chez Orcom, ce qui permet de poser les bases de la relation, d'ajuster les pratiques et de prendre des habitudes de travail efficaces.

## **Ecoute active**

Une fois les outils informatiques installés et expliqués, les cabinets prévoient généralement de faire un point avec leur nouveau client, à deux ou trois mois, puis à six

mois de manière plus formelle avec un associé. "L'expert-comptable qui assure l'entretien du 6e mois va chez le client, vérifie le bon déroulé du travail commun, voire la nécessité de rectifier certains points", précise Marie-Hélène Gebhardt. Cette période donne aussi l'occasion d'évoquer des missions additionnelles qui pourraient être utiles. "En faisant un point sur l'actualité du client, ses recrutements, ses projets, nous pouvons lui proposer de nouveaux accompagnements", confirme Thibault Caillabet, expert-comptable chez Exas Consultant. Chez Primexis, les échanges avec le client sont consignés dans le logiciel de CRM, ce qui permet d'être à jour concernant ses besoins. "Et nos collaborateurs sont formés à l'écoute active et au cross selling, de façon à être force de proposition pour de nouvelles prestations", précise Sébastien Courbe.

Olga Stancevic

---

**Source URL:** <https://www.actuel-expert-comptable.fr/content/integrer-un-nouveau-client-un-fondamental-de-la-relation-commerciale-2deg>