

[« Vous avez développé un logiciel sous Excel ? Unissons nos talents pour en faire un blockbuster ! | Accueil](#)

13
déc.
2007

Trois leviers pour optimiser votre prescription...

[Version imprimable](#) | [Recommander cet article](#)



Un des leviers essentiels de votre développement est la prescription.

Vous en êtes les témoins privilégiés et on vous le répète depuis de nombreuses années : « *Incitez vos clients à vous prescrire, remerciez les...* ».

Mais au-delà des recettes traditionnelles, quoi de neuf d'un point de vue prescription ?

Nous vous proposons, ci après, de partager notre expérience sur trois approches novatrices qui démontrent aujourd'hui leur efficacité.

Un pré-requis de la première approche, pour être prescrit, il convient :

1. D'être connu, tout du moins reconnu,
2. De vous différencier de vos confrères.

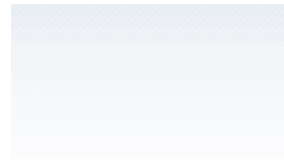
Si le premier point peut vous apparaître évident, nous constatons régulièrement que certaines professions « partenaires » ont une connaissance « limitée » de votre métier.

Nous avons notamment réalisé chez AVENSI Consulting en début d'année une enquête auprès des prescripteurs bancaires. Ses résultats ont été très révélateurs de leurs difficultés à réellement percevoir la réalité de la profession comptable alors que pour certaines missions le champ de vos interventions est très proche (création, développement, transmission, gestion de patrimoine,...).

Une des réponses étant notamment : « *L'image que nous avons des cabinets est avant tout le fait d'experts-comptables qui portent un jugement sévère de notre approche tarifaire, sans prendre le soin de véritablement échanger avec nous !* ».

Fort de ce constat nous avons défini la réponse packagée suivante :

1. Un script de prise de contact avec les banquiers de proximité,
2. Un visuel de présentation de la démarche pour un premier rendez-vous avec le décideur bancaire,
3. Deux modules de 45 minutes permettant au cabinet de présenter à la fois la profession et les facteurs de différenciation du cabinet devant l'intégralité de l'agence,
4. Des conducteurs d'animation et des quizz qui facilitent l'adhésion et la différenciation du cabinet.



S'abonner au flux RSS
S'abonner à la News letter

J.F PIERRE sur L'optimisation de la rémunération : Une mission à fort potentiel pour les cabinets d'expertise comptable

Parrinot sur Développez vos missions d'évaluation...

TEXIER sur Développez vos missions d'évaluation...

Gérard LEMAL sur Etes-vous armé pour développer la mission : Optimisation de Rémunération ?

Yannick POTIER sur Votre cabinet est-il condamné à se battre sur le PRIX ?

Trois leviers pour optimiser votre prescription...

Vous avez développé un logiciel sous Excel ? Unissons nos talents pour en faire un blockbuster !

L'optimisation de la rémunération : Une mission à fort potentiel pour les cabinets d'expertise comptable

Développez vos missions d'évaluation...

Etes-vous armé pour développer la mission : Optimisation de Rémunération ?

décembre 2007

novembre 2007

octobre 2007

septembre 2007

août 2007

juillet 2007

juin 2007

L'approche a été très bien perçue. Nous l'avons mise en place dans une dizaine de cabinets.

Ces derniers sont unanimes et perçoivent rapidement les effets de la prescription. Beaucoup ont été étonnés par la méconnaissance des banques locales à l'égard de leur cabinet, alors qu'ils pouvaient se prévaloir d'une certaine notoriété !

Parmi les facteurs de succès importants figurent notamment le fait d'avoir en face de soi l'intégralité des responsables de clientèle de l'agence : clientèle des particuliers d'une part, mais aussi chargés de dossiers Artisans - TPE et bien sûr « entreprises ».

En effet, ceci permet notamment de sensibiliser des conseillers clients qui sont les premiers informés de projet en permettant ainsi de positionner le cabinet en amont de tous les autres interlocuteurs du futur créateur.

Cette première approche possède un avantage concurrentiel énorme si vous êtes le premier. Il sera en effet difficile pour une banque de recevoir un à un chaque cabinet de la place. Compte tenu du caractère très novateur de la démarche, l'expérience montre que les responsables bancaires la reçoivent avec un enthousiasme certain empreints d'une certaine curiosité : « *un cabinet communiquant avec une telle approche, c'est intéressant...* ».

Ils auront en effet du mal, à organiser ce type de rencontre avec vos autres confrères, mieux vaut être le précurseur local.

Deuxième approche : si l'on vous parle de « widget », de quel levier pouvez-vous disposer pour favoriser votre prescription ?

Il s'agit en fait d'une approche permettant de faire de vos clients une vitrine de votre savoir faire !!!

Le principe : être présent en permanence sur l'écran informatique de votre client, par un petit pictogramme qui, au-delà de votre logo et le nom de votre cabinet, se met à jour systématiquement dès que vous publiez sur votre site ou votre blog.

Nous préconisons notamment des widget temporaires, par exemple pendant la première année d'échange avec un jeune client. Vous avez ainsi la possibilité d'être visible durant la phase de démarrage de son activité, là où il a besoin d'être « rassuré » de votre présence à ses côtés.

Cette deuxième approche plus technologique vous permet encore une fois de vous différencier et de favoriser un bouche-à-oreille positif.

Si vous souhaitez voir un exemple demandez-nous notre widget Avensi, qui vous illustrera concrètement cette nouvelle approche.

Troisième idée concrète que nous vous proposons ; réaliser un concours au sein d'une école de comptabilité ou de commerce qui vous permettra de vous faire identifier comme un cabinet « moteur » et là c'est un double impact que vous obtiendrez :

1. Un renforcement de votre notoriété et donc votre capacité à être prescrit,
2. Un impact sur votre capacité à « attirer » des profils à fort potentiel.

Nous avons souhaité à travers ces 3 exemples opérationnels vous illustrer le fait que la communication pour être efficace se devait d'être concrète et

Communication cabinet

Événement G.I.E.

Management cabinet

Marketing cabinet

Missions de conseil

Parole d'expert

Point de vue

Statistique Profession

Veille Profession



Editeur de logiciels pour les Experts-Comptables



La protection sociale au service des professionnels



Le marketing au service des experts-comptables

inventive. C'est dans cet esprit que nous avons lancé les 1ers Trophées marketing de la profession comptable (<http://www.tropheecom.com>).

N'hésitez pas à nous interroger sur l'une de ces trois approches. Sachez que le pack « prescription bancaire » est disponible « clé en main » avec un minimum d'accompagnement.

Didier PLANE
Gérant d'AVENSI CONSULTING
Membre fondateur du G.I.E Espace Innovation
Mobile : 06 09 84 73 30
didier.plane@avensi-consulting.com

Rédigé par [Administrateur BLOG](#) dans [Communication cabinet](#)

| [Lien permanent](#)

Commentaires

Poster un commentaire

Si vous avez un compte TypeKey ou TypePad, merci de [vous identifier](#)

Nom:

Adresse Email: (Ne sera pas visible avec le commentaire.)

URL:

Conserver mes coordonnées?

Commentaires:

Aperçu

Poster

[Haut de page](#) | [Accueil](#)

©2006 Espace Innovation | [Design par AJcréa](#)