



## **Vendre : c'est du temps... (2<sup>ème</sup> Partie)**

*Par Jérôme CLARYSSE, Président SAS Espace Innovation*

Dans la première partie de cet article, nous nous sommes attachés à démontrer que « vendre » demande du temps.

Dans toutes les entreprises, la vente nécessite du personnel, des moyens et du temps. Si les cabinets se considèrent comme des entreprises, ils ne peuvent donc pas échapper à cette règle.

### **En revanche, ce n'est pas parce que vendre c'est du temps qu'il faut perdre son temps !**

Il y a donc une nécessité de rationaliser l'entretien de vente de façon à obtenir le maximum d'efficacité dans une durée limitée... tout en satisfaisant son client et sans tomber dans le travers de la vente forcée.

Un groupe de projet parmi les membres du Club d'Espace Innovation s'est donc penché sur cette problématique durant près de 6 mois ; accompagnés des membres fondateurs, les sociétés RCA, Avensi Consulting et Factorielles et de la société EXPERTON. Les résultats de leurs travaux sont éloquentes. Ils ont été présentés à l'occasion du rassemblement annuel du Club il y a quelques jours à OPIO.

### **Mais avant de vous présenter ces derniers sur la base de résultats chiffrés, essayons de comprendre comment des professionnels du chiffre « non formés à la vente » ont pu obtenir de tels résultats et avec quelle méthode ?**

La méthode DETECT'Mission développée dans le cadre du Club Espace Innovation s'apparente aux techniques de Neil Rackham, « *spécialiste commercial* » reconnu mondialement pour ses nombreux travaux qui portent son nom (*ou technique du SPIN Selling*).

Pendant longtemps, les méthodes commerciales se sont focalisées sur l'art de conclure une vente : les plus grands gourous disaient que cette étape était la plus cruciale, et que plus on

tentait de techniques de conclusion lors d'une vente, plus la vente était susceptible de se faire ; les recherches de Neil Rackham ont démontré l'inverse. Les techniques de conclusion ne sont efficaces que pour des ventes de faible montant faites principalement à des particuliers ou dans le cadre d'une vente « forcée » (avoir raison du client).

En s'appuyant sur des études statistiques établies sur 35.000 entretiens de vente, Neil Rackham a prouvé au contraire que les entretiens de vente les plus concluants s'appuient sur une méthode de questionnement intelligent et hyper ciblé. **Ce questionnement implique en permanence le client dans la recherche de ses « besoins » et consiste à cerner ses manques, ses insuffisances et ses insatisfactions.**

Cette discussion guidée, structurée et participative implique clairement le client ; en prenant part à la réflexion, le client offre une moins grande résistance au changement car c'est lui qui va conduire naturellement « le vendeur » (ici l'expert-comptable) vers l'expression de ses besoins.

**C'est en utilisant des questions sur les besoins à combler que l'on peut construire une perception positive des solutions à proposer ce qui empêche une perception défavorable de la vente. C'est une démarche collaborative où client et vendeur sont sur un pied d'égalité dans un objectif unique : satisfaire les besoins du client en comblant « ses manques ».**

Cette technique noble et efficace bat en brèche de nombreuses idées reçues, parmi lesquelles « *pour être un bon commercial, il faut avant tout :* »

- Etre un grand « conclusionniste »,
- Posséder une capacité d'argumentation supérieure à la moyenne,
- Se présenter comme le spécialiste du traitement des objections !

La méthode de Neil Rackham sera plus largement présentée à l'ensemble des membres du Club Espace Innovation, à l'occasion de notre journée du jeudi 14 janvier prochain. Cette réunion sera animée par **Jean-Marc Lacôte, Directeur associé IDEUM, société spécialisée dans le Marketing et la Stratégie de Distribution en Assurances Collectives.** IDEUM est associée à FACTORIELLES dans le cadre du GIE Factum.

*Les techniques de Neil Rackham au service des Experts-Comptables...*

**La méthode DETECT'Mission présentée à OPIO s'appuie sur un logiciel qui comporte un questionnaire de 130 questions développé sur la base du moteur de « gestion des savoirs » de la société EXPERTON, déjà primée par la Profession (Disquette d'Or 1998).**

Ce logiciel guide l'entretien et analyse en temps réel les réponses. Il détermine le profil comportemental de votre client, identifie et hiérarchise ses besoins, puis vous propose la sélection pertinente des missions à proposer, et enfin construit le diaporama Powerpoint et le dossier de restitution des « constats/actions ». Votre client est partie prenante dans la démarche à tous ses niveaux.

**La méthode a été testée et éprouvée par les 5 Experts-Comptables du groupe de projet DETECT'Mission auprès de Chefs d'entreprise dont les attentes et l'intérêt étaient forts comme l'atteste la vidéo accessible en ligne sur notre Blog.**

Lors de la table ronde du rassemblement du Club Espace Innovation à OPIO (4, 5 et 6 Novembre), les experts-comptables du groupe de projet ont pu témoigner et lever tous les freins émis par leurs confrères sur la base de résultats concrets et chiffrés. **Ces membres ayant tous réalisé au moins un entretien de vente à l'aide de la méthode sont parvenus au consensus suivant :**

Questions	Réponses
<b>Préparation de l'entretien</b>	15 minutes maximum
<b>Durée de l'entretien</b>	1 heure en moyenne Entretien le plus rapide : 45 minutes Entretien le plus long : 1h15
<b>Perception du client</b>	Excellente Aucune réaction négative
<b>Missions sélectionnées par le logiciel</b>	3 à 5, jamais plus
<b>Missions vendues concrètement</b>	1 à 2 pour chaque entretien
<b>Montant des missions vendues</b>	<b>1.000 à 2.000 €</b> Un expert a vendu en plus un abonnement conseil à 350€/mois

Par ailleurs, les principaux témoignages de la table ronde montrent que :

- Pour certains, la réalisation de l'entretien peut tout à fait être confiée à un chef de mission « chevronné » ou à un EC stagiaire, qui peut devenir la personne dédiée à la vente au sein du cabinet,
- Pour d'autres, l'expert-comptable en qualité de chef d'entreprise est donc le mieux placé,
- Dans tous les cas, cela dépend de la taille du cabinet,
- La démarche est tout à fait adaptée à la TPE mais qu'il conviendra d'envisager un questionnaire allégé (plus light),
- Le questionnaire dans l'état concerne environ 25% des clients du cabinet (PME et TPE avec un dirigeant de type « gestionnaire » ou « développeur »).
- La présence de l'expert est obligatoire pour la restitution (si l'entretien est mené par un chef de mission),
- Dans tous les cas, la démarche constitue une vraie mission de diagnostic bien avant d'être une démarche commerciale (méthode de Neil Rackham) : **c'est donc un réel service pour le client.**

Cet atelier d'OPIO s'est achevé par la diffusion du logiciel DECTECT'Mission et de la méthode à l'ensemble des 52 membres du Club qui seront formés par session de 15 experts d'ici à la période fiscale.

**Chaque membre s'est engagé à organiser au moins 5 diagnostics dans les 6 mois à venir, ce qui constitue la plus « grande démarche commerciale groupée » jamais réalisée au sein de la Profession.** La mise en place d'un partage d'expérience (forum permanent en push mail) permettra enfin d'améliorer la méthode au-delà du logiciel : *accueil du client, meilleur moment pour mener l'entretien, au sein du cabinet ou chez le client, etc.*

**Pour finir sur cette expérience, nous avons demandé aux membres participants de témoigner ; voici l'ensemble du VERBATIM recueilli :**

*« Je suis convaincu que DECTECT'Mission constitue le chaînon manquant entre la volonté de réorienter le cabinet vers le conseil et le passage à l'acte. Investir une heure pour s'intéresser à son client ne peut-être que bénéfique surtout s'il s'agit d'instaurer une relation « gagnant-gagnant » sur le long terme. J'ai d'ores et déjà pris la décision*

*de tester DETECT'Mission sur au moins 5 clients pour confirmer mon enthousiasme. »*  
**Frédéric VELOZZO Expert-Comptable, Cabinet DFP ET ASSOCIES à Lyon**

*« Nos clients ont des besoins. Nous les devinons souvent, nous y répondons périodiquement, mais nous valorisons et développons insuffisamment nos réponses. DETECT'Mission nous offre la possibilité de structurer notre démarche de conseils envers les dirigeants des sociétés clientes du cabinet. Le questionnaire est simple et efficace. La restitution est intéressante et séduisante pour un chef d'entreprise. Enfin, DETECT'Mission offre à l'Expert les outils opérationnels pour convertir les besoins identifiés en missions. »*  
**Yann MAUGEAIS Expert-Comptable, Cabinet AVEC à Nantes**

*« Comme je l'ai déjà dit à plusieurs reprises, je CROIS à 100% au logiciel DETECT'Mission pour plusieurs raisons : 1. C'est un moment unique et privilégié pour notre client et nous-mêmes : prendre le temps de s'occuper de notre client en faisant un tour complet de son environnement tant professionnel que personnel - 2. Même si une interview ne devait déboucher sur aucune mission à réaliser (ce qui me paraît inconcevable) notre image s'en trouvera grandie - 3. Les 130 questions sont rédigées dans une sémantique accessible à tous - 4. Les entretiens peuvent être menés soit par l'expert, soit par des chefs de mission chevronnés, car comme c'est écrit "VENDRE, C'EST DU TEMPS" - 5. Enfin, l'outil étant formalisé, il ne nous reste plus qu'à nous en servir. »*  
**Philippe JAUNIN Expert-Comptable, Cabinet JAUNIN à Nantes**

*« Bonjour, J'ai trouvé la démarche intéressante. L'idée est de consacrer 2 fois 1 heure à un client en lui posant 130 questions la première fois : saisie des données. Puis, la deuxième fois, lui faire un retour. Il y a un côté qualitatif : prendre du temps avec un client, et aussi : dérouler beaucoup de questions, que l'on a peut-être ou non déjà évoquées. On peut être amené à penser que la check-list est assez exhaustive. Il y a à la fois un côté formalisation, et aussi un tour d'horizon le plus complet possible, sans être trop "rébarbatif" non plus. Je trouve que l'on a une approche qui ressemble à de la gestion de patrimoine, car on ne traite pas que de l'entreprise mais aussi de son dirigeant. »*  
**Hugues SERPINET, Expert-Comptable, Cabinet EURO BOURG à Bourg-en-Bresse**

*« A la première analyse, le logiciel DETECT'Mission qui nous a été présenté à Opio dans le cadre du rassemblement annuel du club Espace Innovation, correspond à un « savoir faire », que nous cabinet d'expertise comptable, nous ne savons pas nécessairement exprimer totalement dans notre quotidien par manque de méthodes... Ce nouvel outil va nous permettre de mettre en place une véritable politique commerciale dans le*

*domaine du conseil auprès de nos clients et ainsi former des collaborateurs plus orientés dans l'accompagnement et l'anticipation de la vie de l'entreprise, ce qui correspond à un changement dans notre métier ; ceci nous apporte une image moderne de notre profession auprès des différents acteurs économiques. En conclusion nous attendons avec impatience de mettre en place ce nouveau challenge. »* **Jean-François LEBOUGUENEC, Associé Cabinet HELEOS à Rennes**

*« Lors des préparations de ce nouvel outil logiciel, il faut bien reconnaître que nous étions pour la plupart dubitatifs voire réservés sur la capacité d'un assistant logiciel à raisonner qualitativement à notre place ! Comment un logiciel peut-il pressentir, s'adapter, écouter un client sur ses besoins et lui proposer des solutions et actions à entreprendre ? Je crois à l'intelligence artificielle et j'étais personnellement curieux et pressé de voir ce que cela allait donner. Au stade de la présentation qui nous en a été faite, et sans l'avoir utilisé, l'apport me semble indéniable sur plusieurs points : 1- on remplace la sensibilité de l'expert-comptable, par une objectivité logicielle, ce qui nous amène à poser toutes les questions. Sans check-list, j'aurais été le premier à supprimer telle ou telle question, c'est le début de la subjectivité, et sans parler de l'interprétation des réponses... 2- La forme de l'entretien professionnalise notre image par son côté cartésien, et remplace donc le bloc papier et le stylo, attention cependant à en faire un moment privilégié d'écoute. 3- L'apport permet un vrai enrichissement de notre « dossier permanent », mieux que des échéanciers d'emprunts, des lettres de missions ou des baux commerciaux (...qui ont peu leur place dans un dossier permanent), la CONNAISSANCE du client et de ses besoins est essentielle, gage de qualité, de sécurité conseil, de facilité de délégation, d'adéquation des services proposés aux aspirations du client. 4- Le gain de temps lors de la « prise de connaissance » me semble important. Ensuite, l'Assistant, le chef de mission, l'expert-comptable disposent d'une image cohérente et uniforme de leur client, de ses besoins. Il faudra peut-être réfléchir à une version adaptée TPE, mais DETECT'Mission peut déjà être qualifié de CONNAISSANCE QUALITATIVE CLIENT, ensuite chacun vendra ce qu'il peut ou ce qu'il veut... Pour notre cabinet en croissance interne de plus de 30% par an, je pense que l'outil devrait constituer un facteur de différenciation moderne, et facilitera la délégation. Bravo pour cette innovation ! »* **Hervé MABILEAU, Expert-Comptable, Cabinet ABAQ CONSEIL à Pont-Saint-Martin (44)**

*« Vous dire que vous avez su susciter mon intérêt puisque je suis en attente de pouvoir l'expérimenter avec les équipes ! DETECT'Mission est assurément un des chaînons manquants dans la chaîne de la valeur ajoutée que nous mettons en œuvre afin de satisfaire nos clients. Ce sera un outil essentiel pour mettre en rapport intelligemment*

*l'offre de chacune de nos entreprises et les attentes et besoins du client. C'est en outre une approche structurante qui s'inscrit parfaitement dans les processus de servuction et prossommation. Le client devient acteur et construit, avec notre aide, son plan d'actions, où nous devrions être les premiers acteurs ! A nous de jouer ... avec l'offre ...labellisée Espace Innovation ! » **Marc DESJARDINS, Expert-Comptable et Directeur Marketing, Cabinet SOREGOR Grand Ouest***

### **Qui a dit que les experts-comptables n'étaient pas sensibles au commercial ?**

Nous sommes personnellement persuadés du contraire ; à condition d'y consacrer un minimum de temps et d'adopter la bonne méthode.

Rendez-vous dans 6 mois pour vous rendre compte des résultats de cette expérience à grande échelle.

Jérôme CLARYSSE  
Président d'Espace Innovation

***Si vous souhaitez participer à la phase expérimentale DETECT'Mission, n'hésitez pas à prendre contact avec Gauthier ROUSSEL, Directeur associé d'Espace Innovation (06 89 06 03 84 - [gauthier.rousseau@espace-innovation.fr](mailto:gauthier.rousseau@espace-innovation.fr))***