

[« Etes-vous armé pour développer la mission : Optimisation de Rémunération ? | Accueil](#)

22
nov.
2007

Développez vos missions d'évaluation...

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



...Leur potentiel dépasse largement le cadre de la transmission

« Nous avons mis en place la mission d'évaluation flash dans notre cabinet. Nous l'avons standardisée. Certes, nous n'appliquons pas des honoraires très élevés mais nous la facturons. Auparavant, nous donnions ce conseil sur un coin de bureau à la fin de la discussion bilan ! » dixit l'un de vos confrères sur notre stand au congrès de Lille.

Au travers de cet anecdote, tout est résumé car la mission d'évaluation flash a un potentiel à très forte valeur ajoutée pour vos cabinets dès lors qu'elle est structurée et packagée au travers d'outils adaptés tant dans la démarche que dans la mise en forme de votre étude.

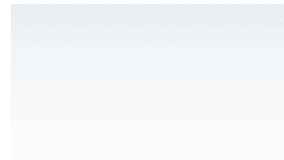
Des missions liées aux demandes de vos clients...

La mission d'évaluation est généralement associée à un événement : transmission de l'entreprise, commissariat aux apports ou bien encore calcul du prix des parts sociales lié à un divorce, un décès ou une séparation entre associés.

Bref, dans tous ces cas, c'est votre client qui est demandeur et pour cause.

L'effet Papy Boom, de plus en plus d'entreprises vont être transmises

La « mission d'évaluation d'entreprise » tend à se développer au sein de vos cabinets pour toutes les raisons structurelles que vous connaissez : plusieurs milliers d'entreprises vont changer de mains dans les 10 ans à venir par l'effet du papy boom et la législation fiscale à évoluer dans ce sens au cours des dernières années. Les services dévolus à la transmission sont donc un



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

COLIN David sur Négociation bancaire et financement : l'expert-comptable a moyen de se mettre en valeur auprès de son client...

Modérateur sur Négociation bancaire et financement : l'expert-comptable a moyen de se mettre en valeur auprès de son client...

paul LOGEAIS sur Négociation bancaire et financement : l'expert-comptable a moyen de se mettre en valeur auprès de son client...

Jean-Christophe Solaisie sur Qui doit réaliser les missions de conseil social au sein du cabinet ?

Chantal sur Qui doit réaliser les missions de conseil social au sein du cabinet ?

Développez vos missions d'évaluation...

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

Laissez-nous vous surprendre !

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

Négociation bancaire et financement : l'expert-comptable a moyen de se mettre en valeur auprès de son client...

novembre 2007

octobre 2007

septembre 2007

août 2007

juillet 2007

élément de croissance pour les prestations de conseils de vos cabinets.

L'évaluation flash, une mission à fort potentiel

Pour autant, on peut affirmer aujourd'hui que nous sommes aux prémices du développement de cette mission. Une étude récente réalisée auprès de nos 1.500 clients experts-comptables a montré, qu'en moyenne, 90% de ces derniers ne réalisent pas plus de 20 évaluations dans une année... et pour 80% de ces répondants, c'est même moins de 10 missions. Ecartons ici, les rares confrères qui ont fait de cette mission, un domaine de spécialisation.

Quand on sait que ces mêmes cabinets avouent réaliser une moyenne de 15 prévisionnels par mois, on perçoit pour l'exemple, le gap qu'il existe « en volume » entre ces deux prestations de conseil en gestion.

Et pourtant, sans qu'il n'y paraisse, le potentiel en missions d'évaluation dépasse largement le périmètre des demandes incontournables exprimées ci-dessus. Combien de fois par exemple, un client vous a lancé, à l'occasion d'un entretien annuel ou d'un rendez-vous, *Combien vaut mon entreprise ?*

L'évaluation, une mission à packager

Par manque de temps, par manque de budget, faute de n'avoir osé poser la question « *Quel budget accordez-vous à cette demande ?* », et parfois par manque de méthodes « rapides » au travers d'outils formalisés, les cabinets ont souvent tendance à botter en touche. On invoque alors un barème fiscal généralement admis, une méthode de calcul appropriée à l'entreprise... certains iront parfois jusqu'à réaliser une mini étude qu'ils finiront par offrir pour ne pas l'avoir mise suffisamment en valeur.

D'autres s'aventureront enfin à proposer une mission complète pas toujours en phase avec le besoin et la capacité contributive du client... N'oublions pas, par ailleurs, que vos clientèles sont essentiellement composées de TPE.

Vous devez donc être en mesure d'apporter une réponse simple, pragmatique et pédagogique sous la forme d'une étude où la mise en forme et la qualité de restitution seront au moins aussi importantes que le fond. N'oubliez pas que ce qui est compris est utile... et que ce qui est utile est plus facile à facturer !

A ce stade et pour l'avoir rencontré dans de nombreux cabinets, on peut affirmer qu'il existe un « champ » relativement important de missions d'évaluation que l'on pourrait qualifier de « flash » et dont le prix se situerait logiquement dans une fourchette de 400 à 1000 €

L'évaluation flash reste un outil de mesure de performance. Elle doit aider votre client à accroître la valeur de son entreprise...

Les puristes, spécialistes en évaluation, émettent souvent des réserves par rapport à ce type d'approche. La réalité montre très souvent qu'ils interviennent sur des typologies de clientèle plus « haut de gamme », induisant un certain degré de complexité et de risque, ce qui explique leurs réticences. L'évaluation flash a pour unique ambition de fournir une estimation de la valeur de l'entreprise et de mettre en exergue les principaux « points faibles » susceptibles de diminuer le prix de vente de cette dernière... Elle aide le dirigeant dans sa réflexion bien en amont de la phase de transmission proprement dite.

Nous ne pouvons donc pas la comparer à la mission de transmission dont le cadre juridique mais aussi subjectif lié à la négociation dépasse sans

juin 2007

Communication cabinet

Evénement 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

commune mesure les prérogatives de cette mission « d'évaluation light ».

On peut raisonnablement estimer que le nombre de vos clients concernés par cette prestation de conseil, varie entre 10 et 20% de votre portefeuille clients, chiffre qui est fonction de la pyramide des âges de votre clientèle.

Par ailleurs, il est souvent étonnant de constater à quel point les dirigeants sont plus sensibilisés à la gestion de leur patrimoine personnel (placements, optimisation fiscale, statut,...) qu'à l'optimisation de leur patrimoine professionnel. Beaucoup attendent l'étape de la transmission pour faire évaluer ce dernier. Si le juste prix n'existe pas en matière d'évaluation d'entreprise, il est important pour réaliser une bonne opération financière d'avoir plusieurs atouts dans son jeu. Il est donc nécessaire d'anticiper et d'éliminer les points négatifs qui rendent une transaction difficile : cela se prépare longtemps à l'avance.

Dans l'absolu, et pour la frange de clientèle concernée, l'entreprise devrait être considérée comme un patrimoine qu'il convient d'évaluer régulièrement. Une mise à jour annuelle constituerait un critère de performance tout aussi important que le rapport de gestion établi par le cabinet. L'expert-comptable et son client devraient pouvoir travailler sur la valeur de l'entreprise sans laisser penser obligatoirement que cette dernière est à vendre immédiatement.

Une évaluation, même flash, une mission de conseil à la portée de tous les cabinets

Il est certain que le cabinet joue ici un véritable rôle de conseil dans cette approche, et qu'il participe de ce fait à une mission d'avenir valorisante.

Les cabinets essaient parfois de développer des prestations de conseils bien au delà du périmètre de leurs savoirs faire (ex : gestion de patrimoine), sans mesurer le gisement très important de missions d'évaluation «flash» pour lesquelles ils ont toutes les compétences ! Car disons-le clairement, l'expert-comptable est le mieux placé pour réaliser cette mission.

Votre parfaite connaissance de l'entreprise cliente facilite largement la mise en évidence des points forts et des points faibles du diagnostic flash.

Les points négatifs les plus connus et qui se répètent dans de nombreuses entreprises sont souvent, sans que la liste soit exhaustive :

- Très forte implication du dirigeant dans la réalisation du chiffre d'affaires et absence d'adjoint de direction,
- Chiffre d'affaires concentré sur quelques principaux clients,
- Peu d'investissements sur les derniers exercices et nécessité de renouvellement des immobilisations à très court terme,
- Faible rentabilité dégagée ou irrégularité des résultats sur plusieurs exercices,
- Effectif vieillissant, fort turn-over,
- ...

Nous mettons ici à votre disposition gratuitement une check-list adaptée à votre clientèle TPE-PE qui vous sera fort utile pour vos diagnostics : [Télécharger la check-list](#)

Le rapport "Intérêt pour le client / Coût de la mission" est tel que le cabinet n'a absolument aucune difficulté à la proposer, ni à la facturer.

Malheureusement, le besoin du client associé à la volonté du cabinet ne

suffisent pas. Il faut packager la mission pour correctement l'argumenter, la vendre, la produire, la restituer puis la réactualiser.

Evaluation flash, une mission à organiser autour d'un produit simple et proposant des états de restitutions valorisant votre savoir faire...

Car il faut être honnête, à ce niveau de prix, l'expert-comptable ne peut pas se permettre d'y passer de nombreuses heures... qui plus est dans la mise en page et la mise en valeur de l'étude.

Si le « logiciel » d'évaluation peut être décrié à cause de ses automatismes et son côté « presse-bouton », il n'en demeure pas moins indispensable pour ce type de missions.

La qualité de ses états de restitution (rapport, diaporama, échanges mails) seront autant d'atouts pour gagner en productivité et mettre en valeur la prestation du cabinet. Charge à l'expert de retraiter les éléments financiers si nécessaire et d'appliquer les bonnes méthodes d'évaluation, mais n'est-ce pas là sa valeur ajoutée ?

Pour conclure, et pour élargir un peu le débat aux prestations de conseil, il est désormais acquis que ce type de missions (évaluation flash, bilan retraite, tableau de bord flash,...) constitueront dans les années à venir un élément stratégique de l'offre de SERVICES des cabinets.

La différenciation des cabinets : Le « conseil » au service du « Service Client »...

On a coutume de dire que si les grandes enseignes commerciales tirent leur rentabilité des ventes traditionnelles et banalisées, elles attirent leurs clients avec les services, l'accueil et l'ambiance associés.

Ne prenez pas ombrage de cette comparaison car loin d'assimiler les cabinets à ces « enseignes », la dimension service sera de plus en plus nécessaire pour fidéliser le client et préserver de surcroît les honoraires traditionnels... qui ne sont pas « paradoxalement » amenés à s'effondrer comme certains le laissent entendre... mais leur marge devra être justifiée par des services associés clairement identifiés.

En développant la mission d'évaluation flash, vous concourez à ce service tout en restant complètement dans votre cœur de métier : la gestion de l'entreprise.

Jean-François OILLIC
Responsable Métier de RC&A
jf.oillic@rca.fr

Evaluation Flash a obtenu le trophée Disquette d'Or en 2006 qui élit le meilleur logiciel de conseil pour la Profession Comptable Libérale. RC&A travaille actuellement sur le développement d'une version 2.0 qui englobera des fonctionnalités « poussées » sans altérer sa grande simplicité d'utilisation. **Sortie de la V2, Janvier 2008.**

Télécharger gratuitement Evaluation Flash
<http://www.rca.fr/evaluation.html>

Rédigé par Administrateur BLOG dans [Missions de conseil](#)

| [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:

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

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