

28
juin
2007

Les missions de conseil social : Métier de l'expert-comptable ou de l'assureur ?

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



Les relations entre les experts-comptables et les assureurs ne sont pas des plus simples.

Cependant, le sujet vous passionne !

Le succès du [sondage d'Espace Innovation](#) - plus de 220 réponses en moins de 3 jours - est là pour le confirmer.

Les enseignements de vos réponses s'avèrent très instructifs. Je vais donc tenter de vous livrer mon analyse.

Qu'est-ce que l'on peut observer dans un premier regard :

Une approche commerciale différente entre les professionnels du chiffre qui adoptent une logique « d'élevage » des clients alors que les assureurs tendent plutôt à les « chasser ».

Une exigence technique :

- fondamentale dans les cabinets qui sont avant tout composés d'experts voulant aller au fond des choses avant de conseiller leurs clients,
- variable chez les assureurs : certains ont développé une vraie spécialité, tant pour les contrats collectifs qu'individuels. Toutefois, trop délaissent l'approche métier pour se focaliser sur la seule démarche commerciale.

La nécessité d'une collaboration pour répondre à la demande des clients qui s'interrogent sur le choix du meilleur contrat pour compléter les vides de prestations laissés par les régimes obligatoires.

Cette situation aboutit à ce que l'on joue souvent à front renversé :

- assureurs mettant en avant la démarche conseil alors que leur objectif premier est de vendre des contrats facultatifs,
- experts-comptables limitant leur intervention à la seule prescription, renonçant ainsi à toute approche conseil à l'égard de leurs propres clients.

Cette situation n'est pas satisfaisante et peut même se révéler dangereuse à terme.

Tentons d'en comprendre les raisons et les enjeux.

Ensuite, nous définirons le contour et les exigences d'une collaboration permettant aux cabinets d'être au cœur de la relation client.

1 - Le paradoxe des missions de conseil social

1 - 1 De quelles missions s'agit-il ?

Définissons d'abord le contenu précis des missions de conseil social.

Les principales problématiques s'adressent avant tout aux chefs d'entreprises.



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

Mickaël HOUDMON sur Espace
Innovation : un nouvel acteur pour
la Profession Comptable Libérale...

COLIN David sur L'Expert-
Comptable n'a pas changé de
Métier, mais de Statut...

VIEILLE-CESSAY Paul-Henri sur
L'Expert-Comptable n'a pas changé
de Métier, mais de Statut...

Roger BLOSER sur L'Expert-
Comptable n'a pas changé de
Métier, mais de Statut...

JAUNIN PHILIPPE sur L'Expert-
Comptable n'a pas changé de
Métier, mais de Statut...

Les missions de conseil social :
Métier de l'expert-comptable ou de
l'assureur ?

L'Expert-Comptable n'a pas changé
de Métier, mais de Statut...

Espace Innovation : un nouvel
acteur pour la Profession
Comptable Libérale...

juin 2007

Événement G.I.E.

Missions de conseil

Veille Profession



Editeur de logiciels pour
les Experts-Comptables



La protection sociale au
service des professionnels

Elles sont les suivantes :

- Le choix du statut social de l'entrepreneur et de son conjoint,
- L'optimisation de rémunération du dirigeant de société,
- Le diagnostic retraite du chef d'entreprise,
- Le diagnostic des garanties prévoyance du chef d'entreprise

Elles peuvent concerner aussi les salariés et notamment :

- La stratégie en matière d'épargne salariale et de retraite supplémentaire



Le marketing au service des experts-comptables

1 - 2 La forte demande des clients...

En matière de conseil social, les clients attendent du cabinet la même chose que ce qu'ils ont l'habitude d'avoir en matière financière, fiscale ou patrimoniale, à savoir un conseil objectif et indépendant.

Ils attendent ainsi que le cabinet :

- les aide à identifier les risques auxquels ils sont exposés,
- leur donne des solutions concrètes pour augmenter leur revenu disponible,
- leur permette de choisir les contrats de prévoyance et de retraite sans prendre de risque. Ils craignent ainsi que l'information fournie par le professionnel de l'assurance soit en réalité orientée pour leur vendre un produit d'assurance.

Le rôle des experts-comptables se révèle ici tout à fait central pour les clients.

1 - 3 ...trouve une faible réponse de la part des experts-comptables

Cependant, les cabinets qui proposent des missions de conseil social sont finalement peu nombreux.

Pourquoi ?

Les raisons sont complexes mais, au titre des principales, on peut citer :

- le peu d'intérêt pour une matière :
 - qui n'est pas enseignée dans le cursus initial,
 - dont le mode de raisonnement s'avère peu cartésien, c'est le moins que l'on puisse dire !,
- la crainte d'être pris en défaut de conseil sur un domaine très technique,
- la difficulté de facturer les missions et d'en organiser la production.

1 - 4 Qui doit réaliser les missions de conseil social ?

L'analyse de vos réponses au sondage montre clairement que la profession dissocie deux types de missions :

A plus de 95%, vous estimez que les cabinets doivent proposer et réaliser les missions suivantes :

- Le choix du statut social de l'entrepreneur et de son conjoint,
- L'optimisation de rémunération du dirigeant de société,

Par contre, vous n'êtes plus que 44% à estimer que le cabinet doit proposer une mission de diagnostic retraite. Cette mission doit cependant, pour 2/3 des réponses, être prise en charge par l'assureur.

On note ici une forte corrélation entre :

- proposer des missions,...
- ...dont on maîtrise la production en interne.

Cela est logique lorsque l'on connaît l'attachement de la profession à la qualité technique des prestations qu'elle propose à ses clients.

1 - 5 La question du retour sur investissement

La question du chiffre d'affaires généré par les missions de conseil social constitue un point délicat.

En effet, si le conseil social génère en lui-même un complément de chiffre d'affaires son apport véritable se situe essentiellement à trois niveaux :

- chiffre d'affaires induit : pour valoriser à sa juste valeur l'apport du conseil social, le cabinet doit prendre en compte le complément de chiffre

d'affaires qu'il génère. Cette prise en compte est essentielle car le plus souvent beaucoup plus élevé que le prix de la mission de conseil social.

Deux exemples :

a) un diagnostic retraite débouche fréquemment sur une évaluation d'entreprise ou une réorganisation du patrimoine de l'entrepreneur,
b) l'analyse du statut de l'entrepreneur se traduit généralement par des actes et du secrétariat juridique.

- **fidélisation du portefeuille** : les questions traitées par le conseil social concernent personnellement les clients. Les experts-comptables sont ainsi conduits à évoquer avec eux leurs objectifs personnels. Ils doivent plus se dévoiler que dans la relation traditionnelle de tenue des comptes, la confiance avec le cabinet se renforçant alors nécessairement. Ce point apparaît fondamental à près de 60% des cabinets interrogés.

- **Apport de nouveaux clients** : Cet aspect nous apparaît clairement chez Factorielles après de nombreuses années d'accompagnement des cabinets dans le développement des missions de conseil social. Les clients bien conseillés se révèlent d'excellents prescripteurs du cabinet.

2 - Développer les missions de conseil social : c'est permettre aux cabinets d'être au centre de la relation client

2 - 1 Les experts-comptables ont une approche très différente de leur relation avec les assureurs

Les relations avec les professionnels de l'assurance s'inscrivent souvent dans une logique de « partenariat sous contrôle ».

Cela se traduit par des pratiques très différentes selon les cabinets qu'il est possible de regrouper sous les quatre réactions suivantes :

A - « Le social, c'est leur métier et pas le nôtre » :

Pourquoi ? Cela traduit une vision bien restreinte du conseil social.

Ce dernier constitue un domaine très vaste que l'on retrouve dans un grand nombre de questions de conseil (ainsi, comment définir un arbitrage entre rémunération et dividendes sans prendre en compte les prestations de retraite et de prévoyance ?).

Le cabinet doit donc veiller à ne pas déléguer tout le conseil social à l'assureur.

Cette vision des choses s'avère marginale pour les cabinets sondés (moins de 3%).

B - « On ne peut pas attendre un conseil objectif de leur part car ils sont rémunérés sur les produits qu'ils recommandent »

Les professionnels de l'assurance ne travaillent évidemment pas pour une ONG !

Il est vrai qu'ils sont rémunérés le plus souvent au résultat et que cela peut orienter leur approche conseil.

Toutefois, ne caricaturons pas la situation : en effet, un grand nombre d'assureurs tentent d'apporter la meilleure solution à leurs clients avec une réelle volonté de service.

Pour autant, il est essentiel que le cabinet dispose des points de repère suffisants pour conseiller ses clients et contrôler que les propositions faites correspondent à leurs vrais besoins.

C - « Le cabinet profite de l'expertise technique de l'assureur et en échange, lui adresse quelques dossiers »

Cela constitue le mode de relation que l'on rencontre le plus souvent.

Mais il ne peut s'agir que d'un palliatif.

De plus, pratiquer ainsi représente un risque qui est loin d'être nul pour le

cabinet. En effet, en cas de problème, le client reprochera à l'expert-comptable de l'avoir dirigé vers « un mauvais assureur ». A tort ou à raison, la confiance qu'il a dans le cabinet peut en être durablement altérée.

N'oublions pas qu'un partenariat efficace exige de la durée, une confiance réciproque et un haut degré de professionnalisme de part et d'autre.

D - « Il est important de conseiller les clients : il faut transmettre notre fichier clients à l'assureur pour identifier par segmentation ceux pour lesquels il faut faire quelque chose »

Dans les faits, malgré les tentatives de certains professionnels de l'assurance, cela pratique rarement.

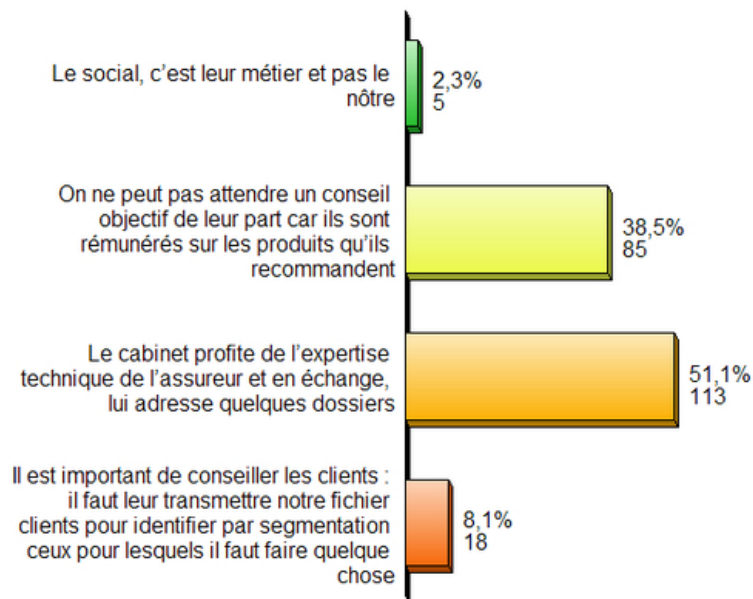
Et heureusement car la ficelle est un peu grosse !

Les cabinets se montrent le plus souvent réticents à cette solution et ce pour deux raisons :

- d'une part ils estiment essentiel de conserver la maîtrise de leur portefeuille clients,
- d'autre part, ils ne tiennent pas à s'afficher avec un seul partenaire assureur, et ce afin de conserver leur image d'indépendance à l'égard des clients.

Comme l'illustre le graphique suivant, les cabinets se positionnent clairement dans les logiques décrites aux points B et C.

Question N°7 - Comment voyez-vous les relations entre les cabinets d'expertise comptable et les professionnels de l'assurance ?



2 - 2 Prescripteurs incontournables pour les assureurs, les experts-comptables ne doivent pas se limiter à cette seule dimension

Les experts-comptables sont les prescripteurs les plus efficaces pour les assureurs.

Recommandé par le cabinet, le professionnel de l'assurance a quasiment fait la moitié du chemin jusqu'à la signature du contrat.

Cependant, les termes de l'échange sont déséquilibrés car il ne peut en échange adresser de clients au cabinet.

Les exemples cités plus haut montrent combien de nombreuses missions peuvent être proposées par les experts. Ces derniers ne peuvent se contenter de limiter leur intervention au seul rôle d'un apporteur d'affaires.

La relation personnelle avec le client doit être cultivée et le conseil social constitue un domaine où elle s'exerce de la manière la plus forte.

L'expert-comptable ne doit jamais oublier que sa compétence et son indépendance constituent le soubassement de la relation de confiance qu'il établit avec ses clients chefs d'entreprise.

Ce n'est pas pour rien que pour plus de 90% des experts-comptables, il est essentiel que le cabinet soit en mesure d'apporter un conseil objectif et indépendant.

Pour le conseil social comme pour le reste, il doit tout faire pour conserver la main !

Bruno CHRETIEN
Gérant de FACTORIELLES
Membre fondateur GIE Espace Innovation
bchretien@factorielles.fr

Les résultats complets du sondage express de Factorielles, mené du 12 au 26 Juin sont téléchargeables [en suivant ce lien](#)

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:

Aperçu

Poster

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

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