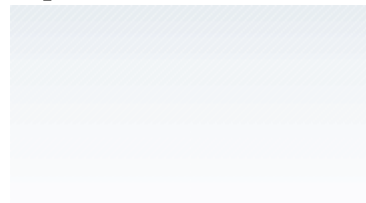


## Espace Innovation



[Accueil](#)

[A propos](#)

[Actualités](#)

[Contact](#)

**31 janv. 2008**

### **Profitez de la période fiscale pour faire le point sur vos honoraires et sur vos lettres de missions...**

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



Le 27 Septembre dernier, le nouveau code de déontologie de la Profession Comptable Libérale a annoncé **vosre obligation d'établir avec tous vos clients une lettre de mission**. Cette dernière doit être actualisée par avenant de façon périodique.

Une semaine plus tard, jour pour jour, nous présentions chez RCA, en avant-première au congrès de Lille, Devis Flash notre nouveau logiciel pour coter et rédiger automatiquement toutes vos lettres de missions.

Cette coïncidence ne doit rien au hasard. Si nous n'avions pas prévu une « officialisation » de la pratique de la lettre de mission par vos Instances Professionnelles, **nous avons en revanche largement anticipé l'impétueuse nécessité de rendre « clair » vos prix lors de votre négociation commerciale.**

Notre étude sur le conseil réalisée fin Août 2007 mettait déjà en avant la **problématique du PRIX et de la CONCURRENCE au cœur de vos préoccupations.**

Dans un secteur d'activité qui s'ouvre à la concurrence et à la communication, qui s'organise dans une logique de marché, l'acte commercial est empreint d'une « négociation » au sens noble du terme. **Dans ce contexte, plus que jamais votre client veut savoir ce qu'il achète.**

Votre nouveau code de déontologie, par son caractère obligatoire, présente en fait un double intérêt et doit être vécu comme une véritable opportunité :

- 1. Il oblige l'amélioration de la performance commerciale** (cotation, devis, présentation...),
- 2. Il limite les risques de mise en responsabilité** (aspects juridiques).

Dans un langage simpliste, beaucoup plus terre à terre, nous dirions que cette exigence permet d'éclaircir le champ de la « transaction » dans ces termes :

- *Que vendez-vous ?*
- *Combien ça coûte précisément ?*
- *Qui fait quoi ?*
- *Qu'est-ce que ça comprend ? Qu'est-ce que ça ne comprend pas ?*

N'est-ce pas exactement ce que vous conseillez depuis longtemps à tous vos clients, artisans, sociétés de services, métiers du bâtiment, commerçants ?...

Si Devis Flash se présente comme l'outil idoine dans ce nouvel environnement, la réalisation du logiciel, en collaboration avec de nombreux experts-comptables, nous a ouvert les yeux **sur certaines carences en matière de bonnes pratiques commerciales au sein des cabinets.**

La réalisation et « l'exercice en condition » du devis nécessitent effectivement :

- Une bonne approche de ses prix de revient, donc de sa politique tarifaire...
- Une formalisation du contenu de ses missions,
- Une bonne maîtrise de la négociation,  
...et du scénario de présentation de ses missions,
- Une bonne capacité à se mettre sur le canal de communication de son client,  
...et à faire preuve de pédagogie,
- Une parfaite maîtrise des « objections » du client,  
...pour être parfaitement à l'aise quand ce dernier vous dit « c'est cher ! ».

C'est sur la base de ces constats, et motivés par la demande pressante de nos plus proches abonnés, que nous avons entrepris la rédaction de **la 1ère édition du guide « Bien vendre ses honoraires ».**

Composé de 5 parties complètes, ce guide aborde tous les aspects liés à **la présentation du contenu de vos missions et à la négociation de vos honoraires.** Il est, de ce fait, totalement en phase avec le nouveau code de déontologie en traitant de « l'aspect commercial » associé à la partie « juridique » de vos lettres de mission.

**Partie I - Environnement de la négociation au sein de la Profession : la pratique du « Prix Juste »**

**Partie II - Comment calculer le « prix juste » et avec quel outil ?**

**Partie III - Bien vendre ses honoraires : le scénario de votre négociation**

**Partie IV - Acteurs de votre négociation : L'approche AVENSI Profils®**

**Partie V - Faire accepter son prix**

Il a été réalisé en étroite collaboration avec la société **AVENSI Consulting**, la société de conseil partenaire de RCA, membre fondateur du GIE Espace Innovation.

Evidemment, nous faisons plusieurs fois référence au logiciel Devis Flash, comme support informatique de votre démarche commerciale (partie II) ; mais ce guide est avant tout **une méthode de négociation au service de la Profession Comptable Libérale.** Avec ou sans le logiciel, il vous fournit des techniques éprouvées pour mieux défendre le PRIX de votre CONSEIL.



Adossé à un KIT « pratique », il vous permet de faire le point sur votre « fonction commerciale » grâce au Check-up prospect, de définir votre profil de négociateur (êtes-vous « Facilitant », « Promouvant », « Analysant » ou « Contrôlant ») et de vous armer pour répondre aux principales objections de vos clients (+ de 50 cas recensés).

**Ce guide « Bien vendre ses honoraires » vous est offert en qualité de lecteur du**

**Blog Espace Innovation (Télécharger le guide).**

Par ailleurs, et pour passer du guide à la pratique afin d'être opérationnel dès le mois de Février, nous avons bâti avec les auteurs de ce guide, une journée de formation intitulée « **Augmenter vos honoraires durant la période fiscale, c'est possible !** ». Elle est animée par AVENSI Consulting en co-animation avec **Philippe MASSOUBRE**, expert-comptable, spécialiste des honoraires et des lettres de missions.

Les entretiens annuels de bilan représentent une formidable opportunité pour faire le point sur le contenu de vos missions... C'est une occasion privilégiée pour **mettre en place un système de facturation qui n'oublie rien**. L'expérience nous a montré que vous **pouvez gagner 5 à 10% d'honoraires supplémentaires en valorisant mieux vos prestations** (lettre de mission appréhendée dans le détail).

De plus, durant la période fiscale nombreux sont les clients qui vous sollicitent pour de nouvelles missions. Vous devez être réactif et précis dans vos propositions de prix. Quand il y a des besoins, il faut les chiffrer immédiatement... car un bon devis n'attend pas ! Cela est encore plus vrai à l'occasion des entretiens annuels de bilan...

Enfin, dans les 4 mois à venir, **vous rencontrerez 60% de vos clients**. C'est un moment idéal pour mettre en place la méthode préconisée dans le guide et ses exercices associés. Après, il sera plus long et plus coûteux de revoir tous vos clients les uns après les autres... puisque l'échéance imposée par votre Ordre est celle de Décembre 2008 afin de vous mettre en conformité par rapport au nouveau code de déontologie. **Dans moins de 10 mois, toutes vos lettres de mission doivent être à jour !**

En imposant la lettre de mission, le nouveau code de déontologie a ouvert la voie à l'amélioration de vos pratiques commerciales, deux univers qui paraissaient jusqu'à ce jour incompatibles.

La rencontre de ces deux « univers » représente un véritable enjeu auquel les partenaires du GIE Espace Innovation (RCA, Factorielles et AVENSI Consulting) souhaitent pleinement s'associer. La réalisation de cette première édition du guide « **Bien Vendre ses Honoraires** », associée au séminaire « **Augmenter vos honoraires durant la période fiscale, c'est possible !** » représentent la meilleure preuve de notre motivation.

**Bonne période fiscale et bonnes négociations de vos honoraires !**

**Jérôme CLARYSSE**

Président de RCA

Administrateur gérant du GIE Espace Innovation

[Jerome.clarysse@rca.fr](mailto:Jerome.clarysse@rca.fr)

=====

**Télécharger le guide "Bien vendre ses honoraires"**

**CLIQUEZ ICI**

**Télécharger le programme du séminaire « Augmenter vos honoraires durant la période fiscale, c'est possible ! »**

**CLIQUEZ ICI**

## Télécharger le quiz "Votre Check-up prospect !"

**CLIQUEZ ICI**

=====  
**Nous vous rapportons ci-dessous les messages que nous avons reçus suite au lancement du guide « Bien vendre ses honoraires ». Si vous aussi, vous avez lu ce guide, faites nous part de vos remarques, critiques et suggestions :**

Rédigé par Administrateur BLOG dans [Processus organisation](#) | [Lien permanent](#)

### Commentaires

Bonjour Monsieur CLARYSSE,

Je voulais vous écrire ou vous appeler pour vous féliciter du travail accompli.

J'ai effectivement pris beaucoup de plaisir à lire votre guide. Je trouve qu'il regorge d'idées intéressantes, et montre bon nombre de situations dans lesquelles j'ai pu me reconnaître.

Faisant maintenant systématiquement mes lettres de mission avec votre logiciel (et même maintenant en live devant le client), je peux vous assurer que la combinaison de l'utilisation du logiciel et du guide apporte un plus indéniable.

Les prospects, puis clients sont très satisfaits de la rapidité de réaction que nous avons avec le logiciel.

Sincères salutations.

Jean-Marie MANLAY - CREIL

Rédigé par: Jean-Marie MANLAY | le 30 janv. 2008 à 07:08

Monsieur CLARYSSE,

Tous d'abord un grand merci pour votre guide.

Je n'ai, pour l'instant, pris que le temps de le parcourir rapidement mais ce premier contact m'a enthousiasmé.

L'argumentaire sur les différentes typologies de clients est très pertinent et la démarche générale objective et constructive.

C'est un excellent complément en amont du logiciel de devis que j'utilise avec bonheur depuis quelques semaines.

Je dois trouver le temps de découvrir le guide en détail et vous ferais part de mes remarques.

Cordialement

Christophe RUIN

Rédigé par: Christophe RUIN | le 30 janv. 2008 à 07:10

J'ai bien téléchargé le dossier "Bien vendre ses honoraires" mais je n'ai pas fini de tout lire.

Le sujet m'intéresse car je m'installe en tant qu'expert-comptable à compter du 1er février 2008 par une création ex-nihilo.

Dans mon ancien cabinet je n'étais pas en charge de la fixation des tarifs, donc la lecture de ce dossier s'est révélé très pertinente et m'a conforté dans mon idée de détailler chaque tâche pour apprécier le temps passé.

Je vais continuer l'étude de ce dossier et vous tiendrai au courant de mes dernières appréciations.

Cordialement,

Virginie Lacaze

Rédigé par: Virginie LACAZE | le 30 janv. 2008 à 07:13

Le guide "Bien vendre ses Honoraires" s'est révélé comme étant un excellent guide d'application. En effet, les approches sont très pratiques, les exemples très clairs, et les démonstrations remarquables.

Nous avons très fortement recommandé sa lecture aux chefs de mission en interne afin de le mettre en application dès que possible.

Nous sommes adhérent au Groupe EXCEL, et une démonstration nous avait été faite lors de notre assemblée annuelle en fin d'année. Je pense que nous allons commander votre produit "DEVIS FLASH" dès la période d'activité haute sera passée.

En vous remerciant encore de votre guide.

Cordialement,

Nicolas POTTEAU

SARL DARGAM EXPERT.

Rédigé par: Nicolas POTTEAU | [le 30 janv. 2008 à 07:15](#)

« C'est avec beaucoup d'enthousiasme et d'intérêt que j'ai pris connaissance de votre guide « Bien vendre ses honoraires ». Que vous dire si ce n'est que son contenu est à mon avis dans le vrai. Très clairement les enjeux sont identifiés dans ce guide. Reste à convaincre un maximum d'expert-comptable de consacrer un peu de temps pour le lire et appliquer quelques principes de base pour que les résultats s'en ressentent.

Trop souvent j'observe que les experts-comptables ont peur de parler du prix, craignent les objections et d'ailleurs n'ont pas toujours pour habitude de préparer leur visite « commerciale » en se fixant des objectifs. Et pourtant, en défendant une tarification qui protège la rentabilité de son Cabinet, c'est non seulement un excellent moyen de pérenniser la profession, mais surtout une façon intelligente de rendre visible à notre prospect notre sérieux dans la défense de l'intérêt de l'Entreprise, en général. Le meilleur départ reste donc une bonne préparation du rendez-vous prospect et l'identification des bénéficiaires potentiels susceptibles d'être apportés à court, moyen et long terme. En plus d'outils d'aide à la vente et de réalisation de devis (Devis Flash), la vraie capacité à bien vendre ses honoraires réside donc dans de bons comportements. La chance de l'expert-comptable est de pouvoir se positionner au même niveau que le dirigeant en terme d'exigence et de là, préserver tout naturellement ses honoraires.

Votre guide « Bien vendre ses honoraires » nous rappelle ces bases, et finalement un comportement adéquat, lié au souci de rentabilité du Cabinet, le tout consolidé dans un outil tel Devis Flash, génère automatiquement une tarification claire, et un outil de communication pour expliquer au prospect notre mission, les tenants et aboutissants. Rendre nos missions plus claires et plus compréhensibles, en lien aux bénéfices du prospect, fait que « déontologie et pratiques commerciales ne sont pas incompatibles ! », la démarche se fait naturellement, quasiment sans effort, et répond en tout point aux nouvelles directives. »

Très cordialement,

Laurent BLANK

Développement & Communication

Cinq Plus Expertise Comptable

[www.cinqplus.com](http://www.cinqplus.com)

Rédigé par: Laurent BLANK | [le 30 janv. 2008 à 07:18](#)

Bonjour,

Nous en avons tellement pensé du bien de votre guide que nous avons acheté DEVIS FLASH au sein de notre cabinet "CONEXAU" !

Bien à vous.

Elin GUICHERON

Rédigé par: Elin GUICHERON | [le 30 janv. 2008 à 07:20](#)

Bonjour Monsieur CLARYSSE,

Je dois bien vous avouer avoir lu avec un grand intérêt votre guide et presque d'une seule traite. D'une manière générale je pense être en phase avec tout ce qui a pu être expliqué dans cet ouvrage et il est vrai que, même si les experts-comptables appliquent plus ou moins consciemment les conseils donnés dans le guide, vous avez eu le mérite de les formaliser et de les analyser.

Concernant la gestion détaillée des missions et leur présentation aux clients et aux éventuels clients je suis en parfait accord avec ce qui est écrit dans ce guide pour l'avoir mis en application depuis déjà quelques années. C'est d'ailleurs sans doute pour cette raison que je ne suis pas (pour l'instant) acheteur de Devis Flash, estimant (sans doute à tort) avoir un outil assez évolué sur le plan de l'efficacité, même s'il est certain qu'il est beaucoup moins élaboré que le votre.

Un point cependant qui ne m'apparaît pas judicieux est l'établissement d'un devis plus celle d'une lettre de mission, il me semble que cela fait double emploi et est une perte de temps. A mon sens une lettre de mission comportant des annexes détaillant la mission est suffisante.

Concernant les propositions d'honoraires je vous avoue une pratique que j'ai mise en place, dont certains confrères ont expérimenté l'idée et que j'ai été amené à retoucher après avoir vu votre guide. Il s'agit après l'envoi d'une proposition chiffrée de mission (lettre de mission) restée sans réponse ou bien avec une réponse négative, d'adresser un courrier accompagné d'un mini-questionnaire. L'objet de ce courrier est, par le biais d'un rapide questionnaire, de connaître ce qui n'a pas rencontré l'approbation du client afin d'y remédier dans l'avenir pour les futurs clients. Le but du questionnaire est, en répondant simplement par oui ou par non, de savoir les raisons du choix d'un autre cabinet et s'il s'agit d'un problème de coût, de quel ordre se situe la différence (0 à 20% ou 20 à 40% ou plus de 40%). Je vais même à demander le nom du cabinet choisi ainsi que les critiques formulés à l'encontre de notre cabinet. Heureusement je n'ai pas trop

l'occasion d'adresser ce courrier mais je constate que depuis 2005 que je procède ainsi je n'ai eu que deux courriers restés sans réponses sur six ou sept envois.

Il faut bien avouer que la raison avouée est souvent la même : le montant des honoraires. Une fois cependant où j'avais particulièrement été mauvais dans la présentation d'une procédure comptable qui se voulait plus simple, le prospect m'avait écrit que cela lui paraissait trop compliqué.

Cordialement.

J.Michel CLAUZEAU

Rédigé par: J.Michel CLAUZEAU | [le 30 janv. 2008 à 07:22](#)

Bonjour,

J'en suis au chapitre 4 et j'ai été très intéressé par tout ce que j'ai lu. Cela m'a donné une motivation supplémentaire pour plonger dans Devis Flash et le mettre en route.

Cordialement - JOLY Eric

Rédigé par: JOLY Eric | [le 30 janv. 2008 à 07:23](#)

Bonjour,

J'ai la ferme intention de lire le guide en entier et en ce moment entre le social et le début des bilans...

J'ai donc commencé (une 20 de pages)

Mon premier avis c'est un document important qui est une source de préoccupation pour notre cabinet (et qui devrait l'être pour de nombreux experts comptables)

Ma première lecture (le début) ne m'a encore rien appris mais je ne désespère pas !

Cordialement

Eric Hainaut

Rédigé par: Eric Hainaut | [le 30 janv. 2008 à 07:25](#)

Bonjour Monsieur Clarysse,

J'ai lu avec un (très) grand intérêt votre guide. Cela m'a conforté dans la stratégie que nous avons adoptée au cabinet. Je l'ai imprimé afin d'en discuter en commission au niveau du réseau AUDECIA.

Bien cordialement

Rédigé par: Dominique David | [le 30 janv. 2008 à 07:26](#)

Bonjour,

bons articles et bons plans à nous de travailler...

Cordialement

Mohamed RACHID

Expert-comptable

Cabinet Rsa

Rédigé par: Mohamed RACHID | [le 30 janv. 2008 à 07:28](#)

J'ai trouvé cet ouvrage très intéressant avec des explications claires et précises.

je n'ai pas encore tout exploité mais de nombreux exemples sont très parlant et très significatif de ce qui se passe dans la profession

Merci bien de m'avoir fait bénéficier de votre offre.

Bien cordialement

Pierre - Alain ROUSSEL

Rédigé par: Alain ROUSSEL | [le 30 janv. 2008 à 07:29](#)

Très bien fait votre guide, mais je n'ai pas fini de l'étudier !

Bien cordialement,

Magali RAUX

Expert-Comptable

Commissaire aux comptes

Rédigé par: Magali RAUX | [le 30 janv. 2008 à 07:30](#)

Franchement, je n'ai pas encore tout lu mais c'est excellent, mais peut être pas assez adapté à un petit cabinet comme le mien avec 1 seul collaborateur...

Merci en tout cas

Frédéric levy

Rédigé par: Frédéric levy | [le 30 janv. 2008 à 07:31](#)

Bonjour

Je l'ai parcouru et je suis d'accord avec le contenu.

Laurent Blanck, mon responsable commercial, l'étudie plus à fond car nous passons à l'action avec Devis Flash.

Cordialement.

J. HUILLIER

CINQ PLUS

Rédigé par: J. HUILLIER | [le 30 janv. 2008 à 07:33](#)

Bonjour,

Je n'ai pour l'instant que "diagonaliser" votre guide.

Plein de rappel de bon sens et quelques bonnes idées !

Bien à vous

Bernard PARINAUD

Expert Comptable-Commissaire aux Comptes

Rédigé par: Bernard PARINAUD | [le 30 janv. 2008 à 07:35](#)

Très intéressant avec une bonne source d'information,

@ +

Sébastien BEAUMONT

FITECO MAYENNE

Rédigé par: Sébastien BEAUMONT | [le 30 janv. 2008 à 07:36](#)

#### **Abonnements :**

[S'abonner au flux RSS](#)

[S'abonner à la News letter](#)

#### **Les commentaires récents**

[Sébastien BEAUMONT sur Profitez de la période fiscale pour faire le point sur vos honoraires et sur vos lettres de missions...](#)

[Bernard PARINAUD sur Profitez de la période fiscale pour faire le point sur vos honoraires et sur vos lettres de missions...](#)

[J. HUILLIER sur Profitez de la période fiscale pour faire le point sur vos honoraires et sur vos lettres de missions...](#)

[Frédéric levy sur Profitez de la période fiscale pour faire le point sur vos honoraires et sur vos lettres de missions...](#)

[Magali RAUX sur Profitez de la période fiscale pour faire le point sur vos honoraires et sur vos lettres de missions...](#)

#### **Les notes récentes**

[Profitez de la période fiscale pour faire le point sur vos honoraires et sur vos lettres de missions...](#)

[1ère Rencontre de l'Innovation dans les cabinets : pour tous ceux qui n'y étaient pas...](#)

[Demain, je participe à la 1ère rencontre de l'innovation dans les cabinets d'expertise comptable...](#)

[Vos projets pour 2008 !](#)

[Profession comptable : Se battre sur les prix ou faire la différence ?](#)

#### **Archives**

[janvier 2008](#)

[décembre 2007](#)

[novembre 2007](#)

[octobre 2007](#)

[septembre 2007](#)

[août 2007](#)

[juillet 2007](#)

[juin 2007](#)

## **Catégories**

[Communication cabinet](#)

[Événement G.I.E.](#)

[Management cabinet](#)

[Marketing cabinet](#)

[Missions de conseil](#)

[Parole d'expert](#)

[Point de vue](#)

[Processus organisation](#)

[Statistique Profession](#)

[Veille Profession](#)

## **Liens utiles**



Editeur de logiciels pour les Experts-Comptables



La protection sociale au service des professionnels



Le marketing au service des experts-comptables

## **Analytics**

Statistiques

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

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