



JOURNÉE DE L'INTERNATIONAL

24 NOVEMBRE 2020

ORDRE DES
EXPERTS-COMPTABLES 



Proposez du full service à une société étrangère



Nicolas CHARLET

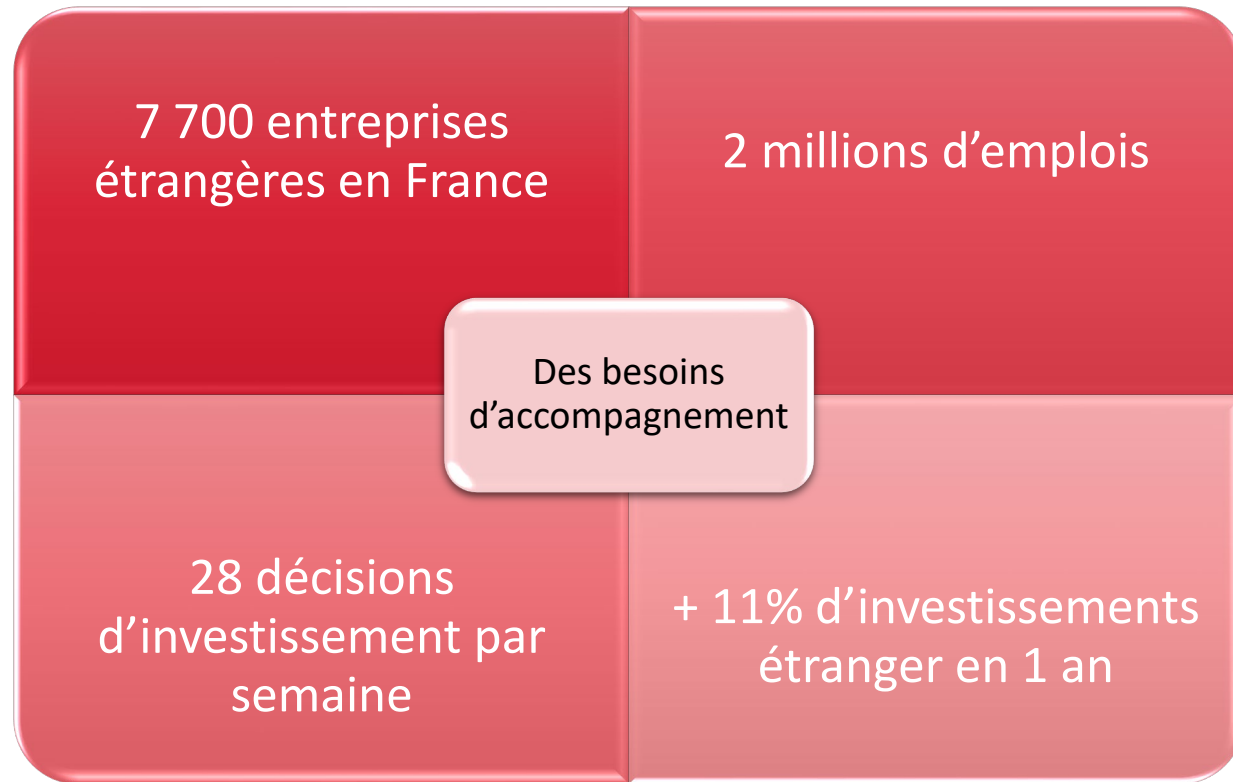
Expert-comptable, membre du Comité Missions internationales de l'Ordre des experts-comptables



Jean-Baptiste HERVET

Expert-comptable, membre du Comité Missions internationales de l'Ordre des experts-comptables

Un marché à saisir ...



**L'expert-comptable,
au cœur des
besoins**

... et des freins à lever !



- J'ai peur de me lancer
- Ses missions présentent peu d'intérêt
- Je manque de temps
- Je manque de moyens
- Je n'ai pas les compétences requises



On se lance ?



1. Quelles missions ?
2. Facteurs clés de succès
3. Quelle approche client ?



Quelles missions ?

Des missions « traditionnelles » adaptées → le full service « national »

- Les attentes des clients des cabinets vs les attentes des non-clients vis-à-vis de prestations trop peu offertes par les cabinets
- Des attentes nombreuses !

Le full-service traditionnel

- Certains services sont simples à mettre en place :
 - Travaux administratifs, domiciliation, permanence téléphonique, location de bureaux, ...
 - Gestion commerciale,
- D'autres sont nouveaux :
 - Recouvrement de créances, paiement des fournisseurs,

Une ouverture grâce notamment à la loi Pacte

Ce qui est autorisé :

- Success fees
- Recouvrement de créances
- Paiements fournisseurs
- Aide administrative et commerciale



Ce qui reste interdit :

- Agent d'affaires
- Caution pour un client
- Représentant fiscal
- Certaines activités immobilières



Les besoins des clients étrangers

Pré-requis

- Nécessité de s'adapter (langue, culture)
- Proactivité
- Point de contact unique

Types de missions

- Missions de base : savoir-faire national
- Full-service traditionnel
- Savoir-faire international

Points d'attention

- On propose ce qu'on maîtrise
- On s'entoure d'autres professions
- On fait appel à un réseau ou un groupe d'experts déjà constitué

Des prestations simples sont possibles !

- Création de la structure en France,
- Gestion des premiers salariés,
- Aide administrative.
- Vous savez faire beaucoup de choses !





Facteurs clés de succès

L'environnement légal

Intégration au sein du cabinet ou structure *ad hoc* ?

Respect des textes professionnels

- Principes généraux (Code de déontologie, normes de maîtrise de la qualité et LAB, lettre de mission,...)
- Assurance RCP
- Contrôle de la profession
- Respect des textes particuliers éventuellement applicables aux activités « full service »

L'organisation du cabinet

- Activité dédiée ou complément « opportuniste » à des missions existantes ?
- Identification d'un animateur
- L'indispensable consensus des dirigeants : investir du temps, le retour sur investissement est long
- Lieu d'exercice
- Démarrer progressivement, il est possible de « commencer petit »
- Dimension RH : ressources disponibles, compétentes, motivées et enjeux de développement des collaborateurs

Les compétences / RH

- Non contournable : la pratique d'une langue étrangère
- Connaissance d'environnements internationaux (aspects culturels notamment) / Adaptabilité
- S'appropriier les modes de fonctionnement des entreprises étrangères
- Comportement : ouverture d'esprit, empathie, volonté de trouver des solutions, pédagogie,...

Travailler en réseau

Réseau de professionnels en France

- L'expert-comptable ne peut pas savoir tout faire : bien connaître ses limites pour préserver la qualité
- Constituer un réseau de professionnels disposant de compétences recherchées dans le full service
 - › Se connaître / Avoir si possible déjà travaillé ensemble
 - › Faire vivre ce réseau : constitution de méthodologies communes, partage d'expérience
 - › Vecteur de ressources complémentaires
 - › Prescripteurs
- L'expert-comptable peut valablement exercer un rôle de coordinateur à forte valeur ajoutée

Les contacts à l'international

- Intégrer un réseau international
 - Alliances
 - Réseaux non intégrés
 - Réseaux intégrés
- Groupes de travail avec des professionnels de professions comptables étrangères
- Les chambres de commerce et d'industrie



Quelle approche client ?

Approche marché

Définir son offre

- Quels services et par qui sont-ils traités?
- Quelle méthodologie de travail ?
- Quelle politique tarifaire ?

Distinguer la valeur perçue du coût effectif

Le réseau national et international

Les chambres de commerce et d'industrie

La prospection locale : risques et opportunités

Le faire-savoir

La communication traditionnelle

- Faire connaître son offre à ses clients, à son réseau
- Communication cabinet (supports papiers, réseaux sociaux, site internet,...)
- Le prix n'est souvent pas le critère principal de choix
- Être au bon endroit, au bon moment
- Etat d'esprit : proactivité, rechercher des solutions
- Le client étranger a plus besoin que d'autres d'être rassuré et en confiance



Merci de votre attention !



Replays disponibles sur www.experts-comptables.fr



comite-mi@cs.experts-comptables.org