

Le tout numérique, l'opportunité d'une nouvelle image pour l'expert-comptable

Jean-Paul VIART - publié le 05 octobre 2015 - Actualité



Le développement du numérique favorise une adaptation de la profession à la gestion du tout dématérialisé. Suivant comme toujours les évolutions technologiques, les experts-comptables adaptent le tout dématérialisé au cœur de leur méthodologie offrant ainsi à leurs clients un suivi qualifié et fluidifié de la gestion de dossier. Au regard de cette mutation, la question se pose du repositionnement et de l'image de la profession.



Par Odat de Feline, expert-comptable inscrit à l'Ordre de Paris - Île-de-France, commissaire aux comptes inscrit à la Compagnie de Paris, professeur associé à l'université Paris 13 – IUT St Denis, maître de conférences à SciencesPo Paris.

La technologie numérique est mature

La dématérialisation arrive à un point de maturité suffisante, sur le plan technique et des coûts, permettant ainsi une numérisation intégrale de l'ensemble des données chez les clients et au sein des cabinets. On relève d'ores et déjà qu'un grand nombre d'entre eux est déjà passé au tout dématérialisé.

Depuis plusieurs années, l'administration publique sollicite d'avantage l'expert-comptable dans son rôle de tiers déclarant, par le biais des télé-déclarations obligatoires et généralisées. Les chefs d'entreprise de TPE-PME n'interviennent plus sur les déclarations et les paiements, et au mieux ne donnent que leur accord sur le montant.

Une nouvelle marche est franchie par le biais de l'automatisation de la saisie. Les programmes informatiques permettent dès à présent d'aller chercher de manière automatique sur les sites internet des fournisseurs et des banques les documents, de les lire, de les enregistrer comptablement dans votre logiciel comptable. Des cabinets comptables de toutes tailles depuis plusieurs années expérimentent avec succès ces nouvelles solutions.

Le développement de cabinet tout en ligne est en pleine expansion : de nombreux cabinets de toutes tailles investissent sur des outils de suivi performants et novateurs, mais aussi font évoluer en fonction des nouvelles technologies leur relation client.

Une nouvelle relation client

Dans cette mutation vers le numérique, les outils facilitent l'acquisition des données, mais n'allègent pas pour autant la mission de l'expert-comptable. En effet, il n'est pas seulement un intermédiaire entre l'entreprise et l'administration, il reste un garant de la légalité et de la cohérence des informations. Si le numérique offre un gain de temps sur l'acquisition et le traitement de certaines données, la mission de l'expert-comptable ou de ses équipes restent vaste : classifier, codifier, enregistrer, déclarer, identifier des erreurs, analyser une comptabilité, optimiser ou encore apporter un conseil tout en adaptant les méthodes à chaque dossier.

Au-delà du gain de temps, le client numérique est lui de plus en plus dégagé du processus par ces nouveaux outils faisant naître, des sentiments de pertes de contact humain, d'absence de maîtrise des opérations et d'insécurité sur les données. L'enjeu pour le cabinet est donc de créer un environnement de communication, de confiance, de sécurité et d'accentuer alors son temps d'échange avec le client. À défaut, le client sollicite de nombreuses explications sur la méthodologie et de détails des étapes « numériques » pour se rassurer, ceci augmentant le temps de relation client pour l'expert-comptable.

Pour y parvenir, il s'agit alors d'agrémenter sa prestation d'expertise-comptable d'un nouvel aspect, en passant par la communication client. À l'instar de plateformes collaboratives, il s'agit alors pour le cabinet d'apporter au client de nouvelles informations, et d'expliquer davantage les processus fiscaux et des conseils ciblés. Une opportunité à saisir pour tisser un lien fort et personnel avec chacun de ses clients. L'expert-comptable doit alors repenser l'organisation de son cabinet et favoriser l'échange direct avec le client en développant alors ses talents de pédagogue.

Des cabinets ont bien analysé cette problématique et se sont dotés d'outils performants et adaptés au préalable de leur lancement. Une des bonnes pratique à noter est le site de Cacomptepourmoi.fr appartenant à la Compagnie Fiduciaire qui développe sur la base d'un logiciel comptable en mode SAAS, des outils de communication numériques habituels (mail, tchat, visio-conférence) tout en remettant l'humain au cœur de la relation.

Les nouvelles technologies : un repositionnement de l'expert-comptable ?

Avec l'ensemble des progrès technologiques, certains voient les diligences des cabinets comptables se résumer à des travaux d'« informaticien comptable » : paramétrage, tests, validation de la bonne exécution, résolution de bugs, etc.

En effet, le chef d'entreprise voit de moins en moins la concrétisation des travaux effectués par l'expert-comptable : le zéro papier (factures, relevés, déclarations) et les télédéclarations, c'est la disparition de matérialisation du volume de travail à effectuer par l'expert-comptable. Ce sentiment s'est conjugué à l'arrivée de l'internet offrant la possibilité de comparaison de tarif par des devis voir de manière instantanée. Ces simplifications de la prestation de l'expert-comptable ont augmenté la pression sur les tarifs des prestations, notamment sur les marchés les plus concurrentiels comme l'Île-de-France. Ainsi, dans cette région particulièrement concurrentielle, les experts-comptables libéraux sans salarié sont nombreux mais ont vu leur chiffre d'affaires par dossier diminuer ces dernières années.

Or, la nouvelle relation créée par les nouvelles technologies est une opportunité pour les experts-comptables de réaliser une mise en lumière de l'ensemble des travaux réalisés dans leurs missions et ceux qu'ils peuvent offrir à leurs clients. Par exemple, la mise en place de comptes rendus systématiques (mail, synthèse des travaux), standardisés et automatisés, la mise à disposition sur le Cloud de l'ensemble des documents réalisés au fil de l'eau créent un lien permanent à chaque mission réalisée par les cabinets. La mise en place d'une communication sur la palette des prestations offertes peut intervenir via des messages disposés soit sur l'écran d'accueil d'accès aux comptabilités ou au sein des newsletters mais aussi lors des propositions de missions adaptées à la suite d'un questionnaire en ligne. Le marketing numérique de la relation client au sein des cabinets d'expertise n'est qu'au début de son adaptation à ce secteur et reste à inventer au regard de celui grands site internet. [...]