



Crédit photo : Fuz'experts.tv

Atelier animé par **Marc LE VENOY**, CEO de 3H18, et **Benjamin WEIN**, expert-comptable.

Full service : pourquoi les cabinets d'expertise comptable s'y mettent-ils ?

Comment alléger la charge mentale de vos clients en leur proposant des missions administratives, de gestion et de secrétariat ? Réponse : avec le full service ! Focus sur la démarche pour développer ces missions et aider les experts-comptables à s'en emparer.

Le « full service » est une méthode globale qui permet à un cabinet comptable ou à un fournisseur de services de gérer l'ensemble des exigences d'un client dans un domaine donné, en dehors de la comptabilité traditionnelle.

Internaliser ou externaliser ?

Chaque cabinet a le choix : internaliser le service en formant ses collaborateurs et en déployant de nouveaux outils et processus ; ou externaliser le service en s'appuyant sur un partenaire qui gérera le service et fournira ses propres ressources pour le compte du cabinet.

Cela signifie que le cabinet se charge non seulement des missions classiques, comme la tenue de la comptabilité, la gestion fiscale ou sociale, mais aussi de l'accompagnement administratif, des RH, de l'*office management* de bureau ou d'un conseil stratégique et opérationnel plus poussé.

Intéressons-nous plus en détail au concept du full service.

Le full service en deux mots !

Comme son nom l'indique, le full service consiste, pour un cabinet, à proposer une prestation de services complète à son client. Cette démarche vise à anticiper, détecter, mesurer, proposer et délivrer des missions complémentaires aux missions existantes.

Trois approches de full service

Dans les cabinets d'expertise comptable, le full service repose sur trois prestations principales :

- **l'approche full service « traditionnelle »** : missions sociales, juridiques, fiscalité des particuliers ;
- **l'approche full service « connexe »** : règlement des fournisseurs, secrétariat/*office management*, facturation/recouvrement, assistance RH, etc. ;
- **l'approche full service « augmentée »** : services généraux, marketing, informatique, services RH.

Les domaines concernés

Le full service va au-delà des prestations standards. Il inclut un accompagnement complet couvrant plusieurs aspects d'une entreprise : la gestion RH, le support commercial et la communication ; le conseil en gestion, le recouvrement ; la gestion administrative quotidienne ; l'optimisation fiscale ; ou encore l'accompagnement dans la transformation digitale.

Le secteur qui a vu la plus forte accélération en matière de diversification pour les cabinets est l'assistance administrative et l'assistance RH de proximité en entreprise.

Les avantages du full service

Gain de temps et d'efficacité

Avec un prestataire unique gérant plusieurs aspects d'un même service, les échanges sont simplifiés, les erreurs limitées, et le client peut alors se concentrer sur son cœur d'activité. La gestion est optimisée, ce qui réduit la charge mentale. De plus, les pièces comptables sont classées et scannées en temps et en heure.

Les principaux services et profils proposés par les cabinets

 Secrétaire Office manager En savoir plus >	 Assistant administratif En savoir plus >	 Gestion Paie & RH En savoir plus >	 Gestion Commerciale / ADV En savoir plus >
 RAF/DAF DRH En savoir plus >	 Responsable de Gestion En savoir plus >	 Marketing et Communication En savoir plus >	 Organisation entreprise En savoir plus >

Expertise et spécialisation

Un service intégré signifie que les experts de chaque domaine travaillent en synergie. Le cabinet peut mobiliser les bonnes compétences selon les besoins du client et lui offrir ainsi un service hautement spécialisé et pertinent sans que ce client ait besoin de recruter en CDI. Ce service fidélise le client du cabinet.

Cohérence et intégration

En gérant les divers aspects de la gestion d'une entreprise, le prestataire assure une **cohérence dans la gestion des données et des processus**. La remontée des pièces comptables est notamment fluidifiée. Le client dispose de données complètes à la fin de chaque mois, avec un tableau de bord à jour.

Réduction des coûts

Même si un **service tout-en-un** peut sembler plus coûteux à première vue, il permet de réduire les coûts indirects liés à la

gestion de plusieurs prestataires. La gestion des ressources est optimisée. Le client évite un recrutement en CDI et variabilise ses dépenses.

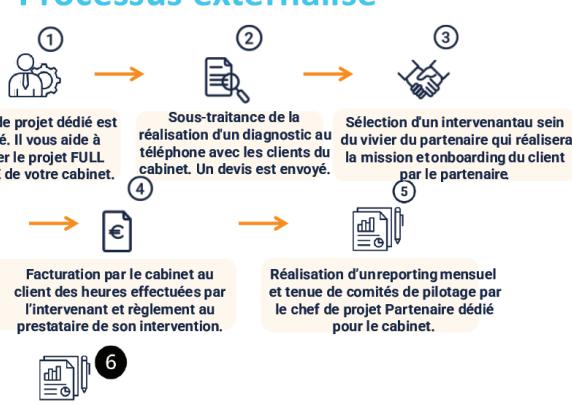
Les offres de conseil et la fidélisation

La mise en place d'une démarche de full service crée un cercle vertueux : les bénéfices sont partagés entre le cabinet et les chefs d'entreprise. Pour le cabinet, cela se traduit par des documents bien rangés et archivés, une circulation fluide des documents comptables, des pièces comptables imputées en amont de la production comptable et des données complètes à la fin de chaque mois. Ces éléments permettent de fournir aux clients un tableau de bord actualisé, ce qui n'était pas possible auparavant en raison du manque de pièces.

Le full service bénéficie également aux chefs d'entreprise avec une réduction de la charge mentale sur le plan administratif, une gestion flexible des besoins saisonniers, et un accompagnement professionnel qui optimise leur gestion et renforce

Les actions à mettre en œuvre selon que vous ayez choisi de travailler avec un partenaire ou de tout internaliser

Processus externalisé



Un chef de projet dédié est nommé. Il vous aide à déployer le projet FULL SERVICE de votre cabinet.

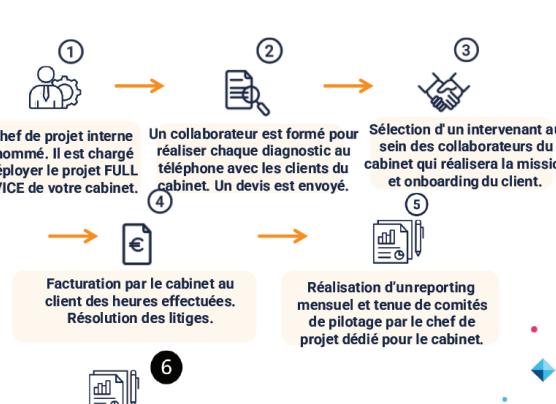
Sous-traitance de la réalisation d'un diagnostic au téléphone avec les clients du cabinet. Un devis est envoyé.

Sélection d'un intervenant au sein du vivier du partenaire qui réalisera la mission et onboarding du client par le partenaire

Facturation par le cabinet au client des heures effectuées par l'intervenant et règlement au prestataire de son intervention.

Un contrat et des engagements de services permettent de fixer les rôles et responsabilités. Un objectif quantitatif est défini et des moyens mis en œuvre.

Processus interne en cabinet



Un chef de projet interne est nommé. Il est chargé de déployer le projet FULL SERVICE de votre cabinet.

Un collaborateur est formé pour réaliser chaque diagnostic au téléphone avec les clients du cabinet. Un devis est envoyé.

Sélection d'un intervenant au sein des collaborateurs du cabinet qui réalisera la mission et onboarding du client.

Facturation par le cabinet au client des heures effectuées. Résolution des litiges.

Réalisation d'un reporting mensuel et tenue de comités de pilotage par le chef de projet dédié pour le cabinet.

Un objectif est assigné au chef de projet et des moyens lui sont alloués.

leur relation avec le cabinet, sans avoir à recruter un salarié à plein temps.

Comment déployer le full service au sein de son cabinet ?

Pour intégrer une offre de full service dans son cabinet, il est crucial de structurer les équipes et de développer des expertises transversales, en identifiant les besoins des clients pour proposer des solutions sur mesure, en formant les collaborateurs à maîtriser plusieurs domaines (comptabilité, fiscalité, social, gestion), ou en choisissant un partenaire sous-traitant tout en conservant la relation client, et enfin en investissant dans des outils digitaux pour une gestion centralisée des données et en mettant en place un processus de communication fluide entre les différents services.

Une question de choix

Pour externaliser, la première étape sera de choisir un sous-traitant et de contractualiser. Un chef de projet dédié vous sera rapidement affecté pour gérer les premiers échanges, ou un de vos collaborateurs pourra s'en charger. Ensuite, il faudra

choisir un collaborateur interne ou faire appel à une ressource du prestataire, puis garantir que les heures sont correctement enregistrées dans un système de facturation pour une gestion précise des interventions mensuelles. Enfin, il est crucial de mettre en place des comités de pilotage pour assurer la qualité et l'adéquation de l'offre avec les besoins des clients.

Pour déployer une offre de full service en utilisant les ressources internes, la première étape consiste à nommer une équipe, incluant un chef de projet et des collaborateurs volontaires, avec un temps partiel initial (par exemple, un jour par semaine). Ensuite, il faudra créer des supports marketing pour promouvoir l'offre auprès d'une cible segmentée, par taille ou secteur d'activité. Il est essentiel de prévoir un plan de formation pour accompagner la transformation du cabinet, en orientant progressivement les collaborateurs vers un rôle de service autonome, y compris chez les clients. ■



Replay disponible sur Fuz'experts.tv

<https://www.fuzexperts.tv/media-813-horizon-full-service-office-manager>