

## Filter **vos prospects**



La **hausse importante** des créations d'entreprises en France depuis plusieurs années a entraîné une sollicitation bien plus importante des cabinets d'expertise comptable pour **accueillir de nouveaux clients**.

Pour éviter de surconsommer une denrée rare en cabinet : **le temps**, il est préférable d'appliquer une **politique de filtre** à vos nombreux prospects.

Ce filtrage peut se faire au travers de **plusieurs critères** :

### DES CRITÈRES FINANCIERS

- 1** **L'absence d'apport du porteur de projet** : une création d'entreprise sans un **apport personnel** suffisant relève quasiment du miracle, autant éviter de perdre du temps **sur un dossier qui n'aboutira sans doute jamais**.
- 2** **Un besoin de financement que vous savez par avance difficile à faire financer ou incohérent avec les résultats futurs** : si vous disposez de peu de ressources humaines privilégier les dossiers **les plus à même de se faire financer** est une option à prendre en compte.
- 3** **Une viabilité du projet incertaine** : il est toujours préférable de créer des structures pour lesquelles l'avenir économique a **de fortes chances d'être assuré**. En cas de défaillance à court terme de la structure, le cabinet ne retrouvera jamais son investissement temps de départ. Comme dans le cas précédent, il est préférable de sélectionner les dossiers ayant selon vous des certitudes de rentabilité ou tout du moins un risque minime d'échec.



## DES CRITÈRES HUMAINS

1

**Un mauvais contact avec le porteur projet** : à l'heure actuelle, de nombreux cabinets peuvent se permettre sans difficulté de **refuser certains clients**. Si le premier contact n'est pas bon, il est plus simple de passer son chemin.

2

**L'absence de ressources suffisantes en interne** : attention à la surcharge de travail ! Avec des difficultés de recrutement et de rétention de personnel, il est peut-être judicieux de **ne pas rajouter des dossiers dans des agendas déjà bien remplis** au risque d'être de subir la double sanction : dossier « mal géré » et salarié surmené.

## DES CRITÈRES STRATÉGIQUES

1

**L'absence de compétence en interne** : il est toujours intéressant de pouvoir s'intéresser à de **nouvelles typologies de clientèle** mais le temps de formation est coûteux et chronophage. L'absence de volume de clients suffisant sur le secteur peut être un frein important à un réel niveau de maîtrise du sujet, le tout avec un coût de mise à niveau trop important vis-à-vis du chiffre d'affaires à venir. En temps de pénurie de nouveaux collaborateurs, mieux vaut passer son tour.

2

**Les cabinets sont de plus nombreux à se spécialiser, parmi les critères de spécialisation nous pouvons retrouver** : la typologie de clientèle, le secteur d'activité ou encore certaines missions spécifiques. Un cabinet spécialisé doit donc porter une attention particulière à **ne pas accepter un trop grand nombre** de clients en dehors de sa spécialité.



Quels que soient les critères retenus, filtrer vos prospects, **vous évitera de** :

- **perdre du temps**
- travailler avec des clients **que vous ne souhaitez pas** intégrer au sein du cabinet
- vous investir sur des **dossiers non viables**
- **mettre en difficulté** vos équipes
- **vous éloigner** de votre stratégie cabinet

