# Mon plan d'action pour déployer ma nouvelle offre

Nous vous proposons un modèle de plan d'action pour le déploiement d'une nouvelle offre de service avec l'arrivée de la réforme de la facturation électronique. Ce plan est une base non exhaustive, que vous pouvez adapter et enrichir avec les fiches détaillées de votre guide : Cabinet : Votre itinéraire vers la réforme. **Faites-en votre propre outil pour réussir cette transition.**

| Etape | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Construction de l'offre** | **Etude de marché** | Cerner votre terrain de jeu en identifiant vos clients, vos concurrents, les tendances de marché. | - Réaliser une étude de marché complète avec des données sur les trois segments.<br>- Utiliser les outils de recherche et d'analyse disponibles au sein de votre cabinet. | Alignement avec capacités et objectifs de l'entreprise | Responsable marketing ou Responsable commercial | ASAP | A faire | |
| | **Analyser votre environnement** | Examiner les facteurs externes et internes qui influencent la performance de votre cabinet. | - Réaliser un audit de votre macro-environnement et du micro-environnement.<br>- Étudier les points forts et faibles de votre entreprise, et les opportunités et défis du marché.<br>- Considérer les aspects politiques, économiques, sociaux, technologiques, environnementaux, et légaux. | En fonction des résultats vous devrez ajuster vos stratégies et anticiper les changements | Responsable stratégique ou analyste commercial | XX/XX/2025 | A faire | |
| | **Analyser la demande** | Analyser les attentes et comportements des clients pour adapter l'offre, en utilisant des entretiens, enquêtes, et collaborations avec l'équipe commerciale | - Recueillir des données qualitatives et quantitatives sur les besoins des clients pour adapter les services proposés.<br>- Réaliser la segmentation de vos clients.<br>- Organiser des rencontres régulières avec les clients et participer à des événements professionnels pour obtenir des informations pertinentes. | Proposer des offres et services en non adéquation avec le besoin de vos clients. | Responsable des ventes ou chef de produit | XX/XX/2025 | A faire | |
| | **Analyser l'offre** | Évaluer la proposition de valeur actuelle en identifiant les forces et faiblesses pour renforcer l'attractivité | - Comparer les caractéristiques de votre offre avec celles des concurrents pour identifier les avantages compétitifs et les points d'amélioration.<br>- Utiliser les retours clients et les performances internes pour affiner et optimiser l'offre. | Avoir une offre non-adaptée aux attentes du marché - et perdre des parts face à la concurrence | Dirigeant ou responsable commercial | XX/XX/2025 | A faire | |
| | **Définir la vision à long terme du cabinet** | Définir votre stratégie à long terme de développement du cabinet. | - Définir sa stratégie à long terme en fonction des priorités, des tendances et à ajuster avec les évolutions.<br>- Maintenir un cap cohérent en définissant un plan stratégique.<br>- Donner une vision du choix stratégique et opérationnel. | La stratégie doit se réajuster en fonction des évolutions/tendances. | Responsable marketing ou Responsable commercial | | | |
| | **Construire l'offre** | Développer une offre qui allie les forces de l'entreprise aux besoins des clients pour un impact maximal | - Vérifier la faisabilité et l'attrait de l'offre, en ajustant les missions selon les besoins clients avec des feedbacks réguliers.<br>- Définir une offre qui répondra au besoin en terme de valeur perçue par les clients. | S'assurer que la nouvelle offre est prête à être commercialisée avec des supports de vente appropriés | Dirigeant ou responsable commercial | XX/XX/2025 | A faire | |
| | **Veille règlementaire/marché active** | Assurer une veille hebdomadaire sur les nouvelles réglementations et les tendances du marché | - Utilisation d'outils de veille automatisés pour faciliter le suivi.<br>- Déployer une veille intégrée au flux de travail existant, permettant une analyse systématique sans surcharge de l'équipe. | Besoin d'outils & de ressources permettant d'assurer cette veille. | Référent interne | XX/XX/2025 | A faire | |
| | **Produire les contenus de présentation de la nouvelle offre** | Déployer des contenus pour différents interlocuteurs (interne et externe) visant à détailler l'offre et la tarification. | - Création d'outil d'aide à la vente du type : brochures, présentation ppt, flyers.<br>- Présentation pour l'appropriation des contenus par les équipes | Un manque de contenus permettant de communiquer auprès des clients et des équipes internes. | Responsable marketing/communication | XX/XX/2025 | A faire | |
| | **Analyse des processus actuels** | Assurer un audit de l'impact de la nouvelle offre sur l'organisation | - Réaliser une cartographie détaillée de l'ensemble des processus.<br>- Mettre à jour les processus existants impactés par cette nouvelle organisation. | Déséquilibrer l'organisation du cabinet avec une mauvaise évaluation de l'impact de cette transformation. | Chef de projet | XX/XX/2025 | A faire | |
| | **Evaluation des outils** | Analysez l'infrastructure technologique actuelle et identifiez les besoins à couvrir avec la nouvelle offre. | - Évaluer l'efficacité des outils existants et déterminer les améliorations nécessaires pour répondre aux exigences de l'offre.<br>- Évaluez les compétences, la charge de travail, et la répartition des tâches au sein des équipes. | Incapacité technologique d'assurer la transition. Manque de compétences techniques en interne. | Responsable IT | XX/XX/2025 | A faire | |
| | **Identifier les besoins en recrutement** | Assurer une analyse afin d'identifier les potentiels besoins en ressources humaines supplémentaires pour déployer la nouvelle offre de service du cabinet. | - Analyse de la charge des collaborateurs à l'issue du déploiement de la nouvelle offre et de la RFE vs le besoin en terme de ressources pour réaliser les missions.<br>- Définir le besoin en ressources supplémentaires et les compétences nécessaires. | Prévoir un budget pour recruter si besoin de ressources supplémentaires. | RH | XX/XX/2025 | A faire | |

Tableau de bord

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Déploiement / Lancement de l'offre** | **Audit RH : Identifier le besoin en compétences des collaborateurs** | Identifier les besoins spécifiques de formation de vos collaborateurs à la mise en place de la nouvelle offre et le déploiement de la réforme. | - Utiliser des outils d'évaluation des compétences pour identifier les besoins spécifiques de formation de vos collaborateurs .<br>-Créer des trajets de développement pour chaque membre de l'équipe. | Manque de compétences auprès des équipes et donc impact de la valeur perçue par vos clients. | RH | XX/XX/2025 | A faire | |
| | **Evaluation des coûts** | Évaluer les coûts de la transformation (temps, matériel, formation, ressources, etc.). | - Estimer le budget nécessaire pour la transition vers la facturation électronique. | Anticiper l'impact sur la nouvelle tarification de l'offre proposée. | Dirigeant | XX/XX/2025 | A faire | |
| | **Former les collaborateurs sur la nouvelle offre de services du cabinet** | Répondre au besoin en formation des collaborateurs . | - Identifier les formations<br>- Organiser les formations en interne avec un formateur en ajustant le planning pour ne pas perturber les opérations. | Identifier les bons parcours de formations permettant d'apporter les compétences nécessaires. | RH | XX/XX/2025 | A faire | |
| | **Communiquer sur le lancement de l'offre à ses clients** | Informer son portefeuille client du déploiement de la nouvelle offre et de la transformation dans les missions suite à la réforme de la facturation électronique. | - Utilisation des canaux de communication existants (email, newsletters) pour transmettre les contenus créés (brochures, flyers…).<br>- Avoir un plan de lancement clair piloter par des équipes dédiées, type commercial. | S'assurer d'une bonne transmission des informations auprès des clients. | Equipe marketing/Commerciale | XX/XX/2025 | A faire | |
| | **Créer une équipe projet** | Constituer une équipe projet dédiée à l'amélioration et à l'implémentation de la nouvelle offre auprès des clients | - Définir clairement les rôles et responsabilités de chaque membre de l'équipe existante,<br>- Oganiser des réunions hebdomadaires pour suivre les progrès et ajuster les plans selon les retours | Optimiser les ressources actuelles, en utilisant des outils et infrastructures déjà disponibles dans l'entreprise pour mener à bien le projet | Manager | XX/XX/2025 | A faire | |
| | **Piloter le suivi du déploiement de l'offre** | Définir des KPIs de suivi pour évaluer les résultats obtenus liés au déploiement de la nouvelle offre. | - Utiliser des outils d'analyse existants pour collecter et analyser les données de performance.<br>- Créer des tableaux de bord pour suivre les performances en temps réel. | Assurer un suivi régulier, voir automatisé, pour être capable de réajuster rapidement en fonction des résultats et/ou tendances. | Chef de projet | XX/XX/2025 | A faire | |
| **Implémentation et accélération** | **Implémentation des nouveaux processus** | Déployer les nouveaux processus et engagez vos équipes. Vous pouvez engager un spécialiste en gestion du changement pour faciliter la transition. | - Évaluer la réussite de l'implémentation par la fluidité de la transition et le fonctionnement efficace des nouveaux processus.<br>- Fournir des guides et manuels détaillés pour chaque nouveau processus. | Risque de perturbation des opérations : Utiliser les ressources existantes pour soutenir la transition. | Chef de projet | XX/XX/2025 | A faire | |
| | **Implication des parties prenantes** | Impliquer les employés dans le processus de transition pour assurer l'adhésion. | - Collaborer avec les fournisseurs de technologie pour garantir une mise en œuvre fluide.<br>- Engager les collaborateurs en leur demandant d'être proactif dans les axes d'améliorations, demander leurs avis.. | Proposer au collaborateur de donnr les axes d'améliorations en fonction de l'avancé | Chef de projet | XX/XX/2025 | A faire | |
| | **Accompagner les clients à la transformation avec la RFE pour déployer la nouvelle offre** | Mise en place d'un processus d'accompagnement des clients à la digitalisation avec la RFE pour rendre opérationnel la nouvelle offre de services. | - Profiter des bilans et échanges pour accompagner vos clients.<br>- Utiliser l'itinéraire vers la réforme pour l'entreprise, construit par Cegid, afin de proposer des solutions de facturation qui va optimiser votre relation client. | Retard dans la transformation de vos clients vers la digitalisation, ce qui apportera un manque de valeur perçue sur votre nouvelle offre. | Collaborateur | XX/XX/2025 | A faire | |
| | **Choisir 3 logiciels de facturation pour digitaliser ses clients** | Equiper ses clients d'un logiciel qui lui correspond. | - Recommander des solutions de facturation à vos clients en fonction de leur activité, budget etc.<br>- Assurer un suivi. | | Collaborateur | XX/XX/2025 | A faire | |
| | **Définir un processus d'amélioration continue** | Mise en place d'un processus d'amélioration continue auprès des clients pour identifier les forces et les axes d'amélioration de l'offre. | - Utiliser des outils d'analyse et des retours clients pour effectuer l'audit, en impliquant les équipes de développement et support.<br>- Intégrer les audits auprès des clients dans le processus commercial & de gestion de la relation client. | Être prêt à ajuster la stratégie en fonction des évolutions technologiques et réglementaires. | Equipe commerciale | XX/XX/2025 | A faire | |

Explication tableau

| | |
|---|---|
| Le tableau a été construit sur la base de la définition d'un plan d'action avec des objectifs SMART. En appliquant ce cadre, vous pourrez vous assurer que ses objectifs sont bien structurés, ce qui facilite la planification, la mise en œuvre et l'évaluation des progrès. Cela aide à maintenir une orientation claire et à maximiser l'efficacité dans la gestion des tâches définies. | |
| **S (Spécifique)** | Un objectif doit être clair & précis. Au lieu de dire "augmenter la rentabilité", un objectif spécifique serait "augmenter la rentabilité de 10% dans le secteur des PME au cours de l'année prochaine". |
| **M (Mesurable)** | Il doit être possible de mesurer les progrès et de déterminer si l'objectif a été atteint. Par exemple, "augmenter le nombre de clients de 20 d'ici la fin du trimestre". |
| **A (Atteignable)** | L'objectif doit être réaliste et réalisable, compte tenu des ressources disponibles. Un expert-comptable pourrait fixer un objectif comme "réduire les délais de clôture mensuelle de 3 jours grâce à l'automatisation de certaines tâches". |
| **R (Pertinent / Relevant)** | L'objectif doit être aligné avec les objectifs plus larges de l'entreprise ou de la pratique comptable. Par exemple, "développer une expertise en fiscalité internationale pour attirer des clients internationaux", si cela correspond à la stratégie de croissance de l'entreprise. |
| **T (Temporelle défini)** | Il est essentiel de fixer une échéance pour l'atteinte de l'objectif. Par exemple, "finaliser la mise en place du nouveau logiciel de comptabilité d'ici le 31 décembre de cette année". |