

La gestion de patrimoine, une mission pour fidéliser les clients (2ème partie)

18/11/2024



Du diagnostic de patrimoine au placement de trésorerie, la gestion de patrimoine recouvre plusieurs pratiques, destinées à l'entreprise aussi bien qu'à son dirigeant. Voici comment quatre cabinets comptables conçoivent l'offre.

La présentation du bilan est, bien souvent, le moment privilégié pour évoquer la situation d'une entreprise et de son dirigeant : les derniers événements, les projets. C'est donc l'occasion de proposer une mission de gestion patrimoniale, qui démarre logiquement par un diagnostic, lequel examine l'ensemble des éléments qui composent le patrimoine, non seulement de l'entreprise, mais également de son dirigeant.

"Nous avons accès aux informations sur la trésorerie de l'entreprise, qu'il peut être

intéressant de placer avec des rendements meilleurs que si l'on ne faisait rien", indique Raphaël Odin, associé du cabinet Axens. Parallèlement, "l'audit" s'intéresse à la situation familiale du dirigeant et à ses objectifs patrimoniaux : souhaite-t-il transmettre les parts de son entreprise, à qui, à quel terme, est-il en instance de divorce avec son épouse, celle-ci est-elle impliquée dans la société, quid des enfants, sont-ils sur le point d'entamer des études supérieures qu'il faut financer, etc.

"Nous entamons souvent la discussion par l'aspect retraite et prévoyance, pour les salariés du client comme pour lui-même, explique pour sa part Mickaël Guarinos, dirigeant du cabinet comptable Akoneo. Cette porte d'entrée nous permet ensuite d'élargir vers l'audit patrimonial complet et une vision à 360° des aspects personnels et professionnels du client, pour pouvoir proposer une stratégie à long terme".

Sensibiliser les collaborateurs

Avant d'en arriver au 360°, certains freins sont à lever. "Le client ne confie pas d'emblée sa gestion patrimoniale personnelle, poursuit Mickaël Guarinos. D'abord parce qu'il a d'autres priorités liées à son entreprise et son métier, et ensuite parce qu'il peut avoir l'habitude de s'en occuper lui-même". Contrairement à la comptabilité qu'il ne maîtrise pas forcément, un dirigeant aurait ainsi plus tendance à s'intéresser aux placements et à les gérer personnellement, a fortiori si son banquier lui suggère des pistes. Les cabinets insistent dès lors sur le temps qu'ils font gagner au dirigeant, en plus des rendements.

"Nous travaillons avec des partenaires spécialisés, l'un dans la retraite, l'autre sur les placements. Pour notre part, nous réalisons des consultations, telles qu'une étude du statut social du dirigeant, pour voir s'il a plutôt intérêt à être salarié ou pas. Nous faisons des chiffrages dans ce sens, l'important étant d'expliquer au client les possibilités", indique Thibault Caillabet, associé du cabinet Exas.

Et pour promouvoir les missions de gestion patrimoniale, il est nécessaire de sensibiliser tous les collaborateurs du cabinet à leur existence. "Nous avons monté un pôle spécifique suite au rachat du cabinet Eko, précise Mathilde Le Gall, secrétaire générale du groupe SBA Compta. Un responsable de pôle, Yanis Nedjah, pilote son développement et l'une de ses premières initiatives a été de faire le tour de nos 10 sites pour informer les collaborateurs et notamment les chefs de mission à même de proposer notre nouvelle offre à leurs clients. Cette «évangélisation» a pris un mois, avec des réunions de 2h environ au cours desquelles nous expliquions notre champ d'intervention, les bénéfices pour les clients dans leur sphère privée comme professionnelle".

Surfer sur l'actualité

Le groupe SBA Compta s'attache à promouvoir la gestion de patrimoine auprès de sa clientèle historique, celle de l'expertise comptable. "Nous menons des campagnes d'e-

mailing, en mettant l'accent sur des prestations particulières selon la saisonnalité, poursuit Mathilde Le Gall. Nous avons débuté par la mise en avant du PER, un produit déjà assez connu et dont les bénéfices sont visibles directement par le client. Nous poursuivrons prochainement par une campagne sur les solutions de partage de la valeur, une actualité réglementaire forte début 2025".

SBA Compta prévoit d'intensifier, l'an prochain, la communication autour de ses nouveaux services. "Idéalement, nous aimerions proposer d'emblée la gestion de patrimoine à tout nouveau client de l'expertise comptable", précise Mathilde Le Gall. Car il existe un phénomène de latence, d'inertie autour ces prestations. "Il faut sans arrêt travailler le fichier clients, suivre de près les propositions faites pour concrétiser les missions", prévient Raphaël Odin. La patience est donc de mise pour implanter l'activité de gestion de patrimoine et en retirer les fruits, confirment nos interlocuteurs.

Lire aussi La gestion de patrimoine, une mission pour fidéliser les clients (1ère partie)

Olga Stancevic

URL source: <https://www.actuel-expert-comptable.fr/content/la-gestion-de-patrimoine-une-mission-pour-fideliser-les-clients-2eme-partie>