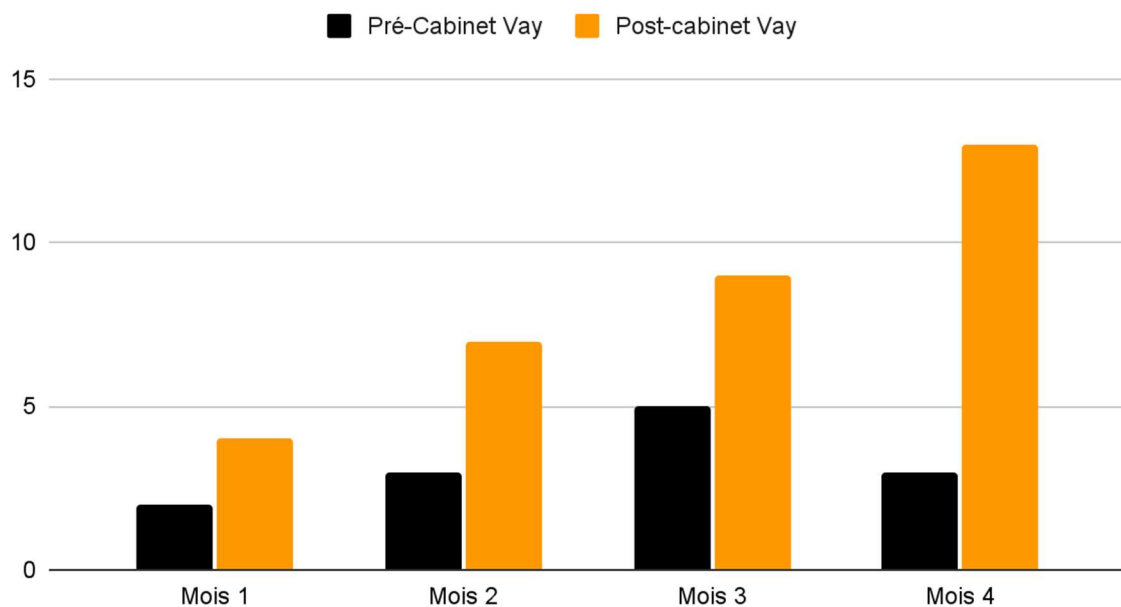


Comment Joseph a pu augmenter le revenu de son cabinet D'experts-comptable de 683 418€ en 10 Mois Grâce à notre écosystème de croissance en 5 étapes.

Et ce Sans bouche à oreille, et sans prospecter

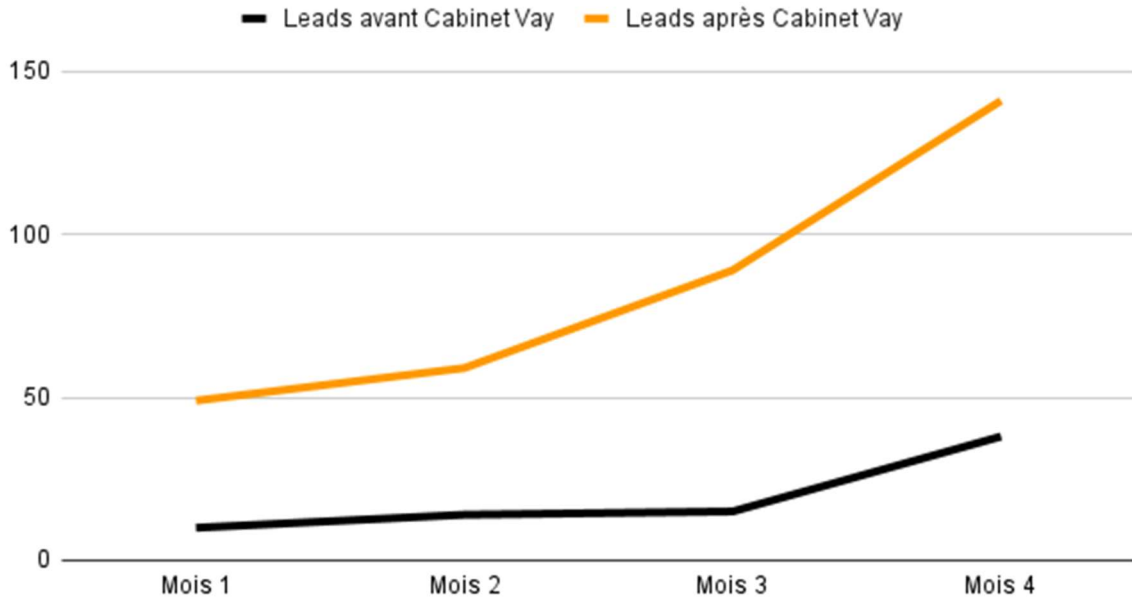
Anonymisée pour cause d'accord de confidentialité.

Clients acquis sur une période de 4 mois



34 nouveaux clients acquis en 4 mois.

Evolution du nombre de Leads acquis

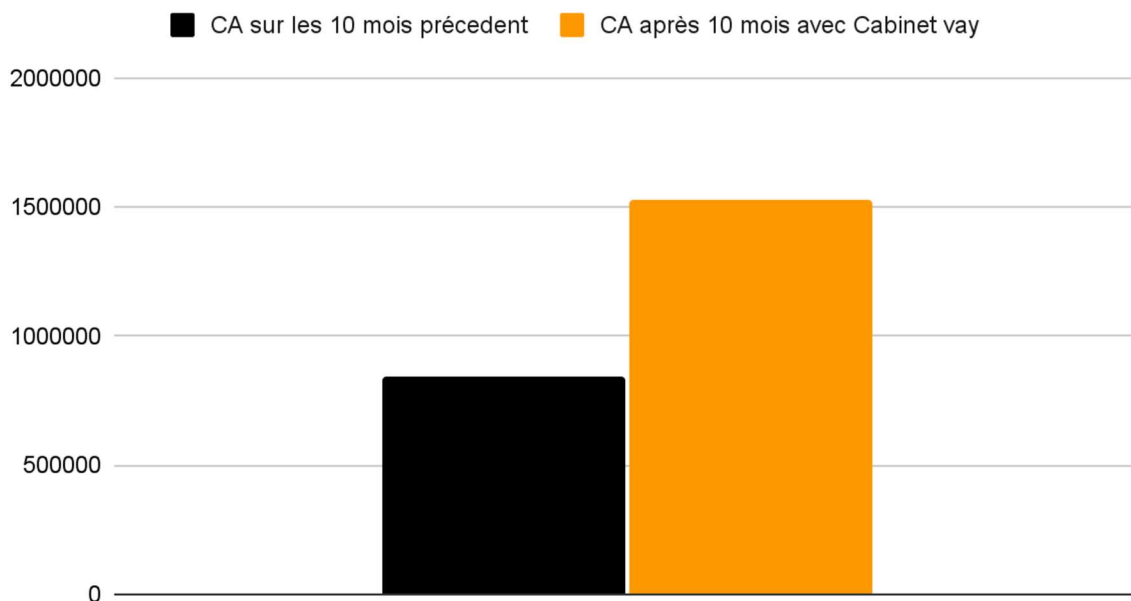


Evolution du nombre de Leads mensuels de Joseph

Non actif / Actif	Nom de la publicité	Résultats ↓	Couverture	Impressions	Coût par résultat	Qualité (classement)	Taux d'interaction (classement)	Taux de conversion (classement)
<input checked="" type="checkbox"/>	[blurred]	91 Prospects sur Face	35 466	52 876	6,39 € Par prospects sur Fa...	-	-	-
<input type="checkbox"/>	[blurred]	33 Prospects sur Face...	16 759	26 935	6,60 € Par prospects sur Fa...	Dans la moye...	Au-dessus de...	Dans la mc
<input type="checkbox"/>	[blurred]	14 Prospects sur Face...	7 227	7 436	3,63 € Par prospects sur Fa...	-	-	-

153 prospects obtenus en 1 mois dont 9 sont devenus clients.

Comparatif de CA sur 10 mois



**De 845 543€ En 10 mois à 1 528 961€ sur la même période.
Une croissance de 80.8%.**

Background:

Fondé en 2008, Le cabinet de Joseph a fini 10 ans plus tard par se faire son trou dans le paysage **ultra concurrentiel** de l'expertise comptable.

Le plus impressionnant, c'est qu'il a réussi à le faire dans une des villes les plus compétitives.

Et tout cela à partir d'une simple vision... Innover dans le secteur de l'expertise comptable et apporter un service inégalé à une variété de clients différents.

Startups, Restaurants, Artisans, Hôtels et Caviste. Ils les a tous.

Après des années de disette comme tout entrepreneur en a connu, **il a fini par créer l'un des cabinets les plus innovants de sa région.**

Un véritable Partenaire qui facilite la croissance et le quotidien de ces clients avec une approche qui reflète l'unicité de chacun d'eux.

Pas étonnant donc, qu'il se retrouva "rapidement" avec plus de 500 clients satisfaits.

Pourtant ? **Rien ne l'y destinait.**

Joseph ne provenait pas d'une famille aisée. Son père était un modeste restaurateur (ce qui l'inspira à faire de ceux-ci les premiers clients de son cabinet) et sa mère une institutrice.

De même, il ne venait pas des grandes villes.

En fait, il ne commença qu'à vivre dans l'une de celles-ci à 15 ans pour y faire son lycée.

Un lycée prestigieux qu'il a eu la chance d'intégrer avec un excellent dossier scolaire.

En effet, il fut toujours premier de la classe du primaire au collège.

Son don particulier ? **Une appétence pour les chiffres et une éthique de travail supérieure à tous ses pairs.**

Deux qualités qui lui serviront dans tous ses futurs succès.

Après un bac mention très bien il rejoint ce que l'on appelle la voie royale des études pour ce domaine.

Le DCG, suivi du DSCG Et du DEC.

Il en sortit avec les honneurs.

Ce qui lui permit d'intégrer l'un des plus grands cabinets du monde.

Là-bas, il se fit rapidement son trou et après plusieurs années il devint l'un des meilleurs de son domaine.

Mais...

Au fur et à mesure que les années passaient, **il commença à sentir une déconnexion.**

Oui une déconnexion avec l'approche de son entreprise.

Une approche qu'il jugeait trop impersonnelle, ce qui nuisait à la relation client.

Et son analyse était bonne !

À ce moment, son entreprise commençait à souffrir de cette approche trop transactionnelle qui n'était plus viable avec une sophistication du marché de plus en plus élevé.

Il tenta de prévenir ses supérieurs évidemment...

Mais **Personne ne l'écoula.**

Et après moultes considérations **il décida de tout plaquer**

Il était passionné par le fait d'aider les entreprises de ses clients à se développer et il ne supportait plus cette situation.

Et désormais, **il n'était plus ce garçon de famille modeste mais une autorité** avec une solide expertise et plusieurs clients qui l'apprécient.

C'est ainsi qu'il lança son cabinet à 37 ans.

Et comme mentionné précédemment il finit par rencontrer le succès.

Sous son leadership, le cabinet fut reconnu pour son approche basée sur la transmission de valeur et son engagement à s'adapter aux problématiques et désirs de **chacun de ses clients.**

Ceci combiné avec l'expertise de l'équipe qu'il bâtit permit de fournir des services de qualité qui **n'adressent pas seulement des besoins de comptabilité** mais supportent également une croissance saine de l'entreprise de ses partenaires.

Ainsi son cabinet poursuivit sa croissance au fil des années jusqu'à devenir une autorité et atteindre un chiffre d'affaires annuel à la limite des 7 chiffres.

C'est à ce stade qu'un problème se posa

De part son passé en grand cabinet, Joseph **fut toujours habitué** à compter sur le **bouche à oreille**, les témoignages ou les événements de networking pour obtenir de nouveaux clients.

Et ça fonctionnait bien.

Mais fut arrivé à un point où il commença à **Stagner**.

Et **ce n'était pas à cause de la qualité de son service**. Son service était toujours aussi exceptionnel.

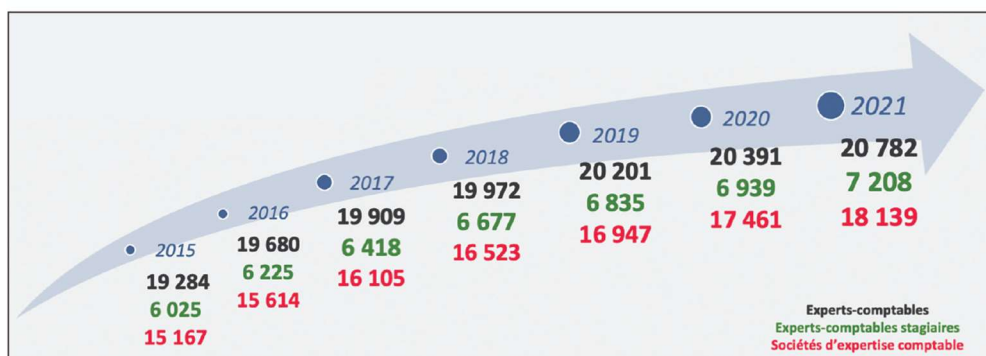
Pourtant d'année en année les clients se firent plus rares.

Évidemment, **il rechercha quelle en était la raison...**

Et il la trouva dans 2 graphiques différents dans un article en ligne.

Le premier montrait que le **nombre d'expert-comptable s'est drastiquement élevé sur les dernières années**.

Nombre d'experts-comptables, de stagiaires et de sociétés d'expertise comptable
(en inscriptions principales)



Le Deuxième? Il montrait **le nombre d'entreprises défailtantes cette année en France**.

Et ce nombre était très élevé !

Il en déduit que les clients se firent plus rares car, **il y avait plus de compétitions pour moins d'entreprises. Le pire scénario.**

Et le bouche à oreille ? Il se rendit à l'évidence que ce n'était pas une source fiable d'acquisition client.

Un constat qu'il eut du mal à accepter, tant il y était habitué...

Il prit alors une décision Drastique

Son objectif était le suivant, il fallait que son entreprise poursuive sa croissance.

Et pour se faire **il lui fallait plus de clients.**

Or il ne savait pas comment en apporter.

Il décida donc d'engager une agence Marketing qui lui avait envoyé un mail 7 mois auparavant.

L'agence en question lui avait dit qu'ils allaient lui créer une stratégie digitale et de communication pour lui apporter plus de leads.

Le digital, Les leads ? **Il n'y connaissait pas grand chose.**

Il en avait entendu parler mais **ne voyait pas en quoi ça pourrait l'aider à obtenir plus de clients.**

Il était donc plutôt sceptique. L'agence ne promettait aucun résultat concret et il prenait un risque conséquent.

Mais ayant toujours eu l'esprit aventurier, il se lança.

Un choix qu'il qualifia plus tard d'erreur terrible.

En effet, **il travailla 8 mois avec ladite agence.** Ils avaient mis en place des services de community management sur le compte Facebook de son entreprise et des stratégies SEO.

Résultat ? Mille et quelques abonnés sur Facebook et Instagram, 3 clients et une somme TRES importante. (selon ses dires).

Pourquoi est-il resté avec eux aussi longtemps ?

Car c'était une agence de communication réputée et il pensait donc qu'ils allaient finir par y arriver.

Mais arriver à quoi ? C'est finalement ce qu'il se demanda.

En effet... Il se rendit vite compte que l'agence et lui n'avaient peut-être pas les mêmes priorités.

Ils ne parlaient que rarement en termes de client et de chiffre d'affaires. Et pourtant c'est ce qu'il voulait réellement.

Le discours tournait régulièrement autour du branding, de l'inbound, du SEO. Des termes qu'il ne comprenait pas.

Et en fait, **il ne voulait pas les comprendre. Il voulait des résultats.**

Mais pour cette agence, ces abonnés et la création de "sa marque employeur" ainsi que les 3 clients étaient le résultat.

Et le pire ? Leur communication était désastreuse.

Joseph devait lui-même **constamment demander** un reporting de l'avancée du projet.

Heureusement pour lui le contrat finit après 8 mois

Et après ce désastre il s'est dit : "Jamais plus"

Jamais il n'engagera à nouveau une agence de Marketing ou tout autre prestataire du genre.

Il se résigna et retourna aux bonnes vieilles recettes...

Mais rien n'avait changé et il le savait

Il poursuivit comme ça pendant quelques mois et **il changea d'avis.**

Peut-être étais-je juste tombé sur la mauvaise personne se disait-il.

Vers Février 2023, **il se décida à rechercher à nouveau.**

Mais il n'eut pas besoin de le faire...

Car un jeudi, il reçut à 08h un mail... Peu après son arrivée au bureau.

C'était un mail de Vanessa Vay, une connaissance d'ami commun.

Il s'étaient déjà rencontrés il y a des années, mais tout ce qu'il savait d'elle c'est qu'elle était une ancienne de Big 4 comme lui, qu'elle était à son compte et avait un cabinet de conseil juridique.

Il ouvrit le mail.

Dans ce mail, Vanessa lui dit que leur ami commun lui a annoncé qu'il recherchait une solution pour poursuivre la croissance de son entreprise, et qu'il recherchait tout particulièrement un partenaire extérieur pour l'aider.

Et que si c'était toujours le cas elle était ouverte à en discuter.

En effet, elle venait de lancer une nouvelle offre pour son cabinet juridique devenu également partenaire de croissance pour les cabinets d'avocats et d'expertises comptables durant les années où ils se sont perdus de vue.

Son offre ? Augmenter le CA de 500 000€ en 6 mois. Avec garantie de résultat.

Joseph était autant éberlué que sceptique. Il n'avait jamais vu une telle promesse.

Mais c'était exactement ce qu'il voulait.

Ils prirent donc RDV et il devint le premier Partenaire de croissance expert-comptable de Cabinet Vay.

Ce qu'il souhaitait :

- Lui créer un système récurrent d'acquisition client
- Améliorer l'expérience et la rétention des clients actuels
- Réussir à le différencier de ses nombreux concurrents sur le marché

Comment nous avons procédé:



Après avoir “onboardé” Joseph , nous avons mis en place notre plan d'action en 5 étapes. Un plan d'action qui garantit la croissance de tous nos partenaires.

Après avoir “onboardé” Joseph, nous avons mis en place notre plan d'action en 5 étapes. Un plan d'action qui garantit la croissance de tous nos partenaires.

Le 1er pilier : Analyse de marché et création d'offre

La première chose à réaliser fut d'analyser son marché et ses concurrents.

Qui étaient ses clients, qu'est-ce qui fonctionnait, qu'est-ce qui ne fonctionnait pas?

Et plus spécifiquement... **Qu'est-ce que ces clients voulaient réellement ?**

Pour ce faire, nous nous sommes appuyés sur notre protocole basé sur l'intelligence artificielle, ce qui nous a permis d'obtenir des informations précieuses.

Pour être sûr d'avoir une vue complète, nous avons demandé à Joseph d'interviewer ses meilleurs clients pour collecter le plus d'informations possibles à leur sujet, sur les problèmes qu'ils rencontraient, les raisons qui les ont poussés à travailler avec Joseph, leurs désirs et plus encore.

Ces interviews étaient **extrêmement riches en information.**

Même Joseph qui pensait connaître ses clients et leur psychologie sur le bout des doigts **fut abasourdi de ce qu'il entendit.**

Et c'est normal. La plupart des entreprises sont beaucoup trop focus sur le produit/service et beaucoup moins sur la transformation apportée au client.

Le cœur du problème réside dans le fait de ne pas bien définir leur proposition de valeur unique.

Et si ce fut le cas pour Joseph, un Homme aussi engagé pour ses clients, imaginez pour le cabinet moyen...

Avec les "insights" de ces interviews et l'étude de marché réalisée, **nous avons pu créer une offre unique au cabinet de Joseph.**

Une proposition de valeur que ces clients ne trouveraient nulle part ailleurs dans le marché.

Le même genre d'offres que celles qui l'a fait signer avec Cabinet Vay.

Une offre qui répond aux problématiques du prospect d'une telle manière qu'il se sentirait presque "idiot de dire non".

Et cela eu un double bénéfice pour lui.

Il était désormais un cabinet comme nul autre dans son secteur.

Ses clients étaient plus rassurés et littéralement ébahi de l'immense valeur qu'ils recevaient avec ces services (que l'on a aidé à mieux positionner).

Ce qui renforçait son bouche à oreille.

Le deuxième bénéfice est qu'il a pu **augmenter ses prix.**

Oui augmenter de 15 à 25% selon les services.

À une époque où la Majorité des Cabinets doivent au contraire combattre sur les prix.

Au point où ça devient une guerre d'attrition jusqu'à ce qu'on offre ses services

gratuitement.

Ce qui n'est évidemment pas viable pour les marges qui sont au combien si importantes pour toute entreprise. Un expert comptable le sait mieux que quiconque.

Mais pour Joseph ce n'était plus le cas.

Ses marges ont augmenté et les gens voulaient payer le prix. Un flux de client prêt à payer ses services à sa juste valeur. **Ce qui nous mène au 2e pilier...**

Le 2e pilier: Attirer un flot de prospects qualifiés

Le cœur même de la problématique de Joseph, Trouver et attirer plus de clients.

Quand nous sommes arrivées, il ne disposait d'aucune réelle approche structurée à ce niveau. Il comptait sur le networking et le bouche à oreille et c'est uniquement grâce à cela que son cabinet à atteint ses sommets.

Cependant, comme nous l'avons mentionné précédemment, **ce n'est pas une approche viable.**

Encore plus à l'heure actuelle avec un nombre de prospects intéressants qui se raréfient pendant que la concurrence ne cesse de grandir.

Nous avons donc mis en place pour Joseph notre système d'acquisition client spécialement conçu et optimisé pour les cabinets d'expertises comptables.

Il se compose en 3 points. Le SEO, la publicité Facebook et LinkedIn.

Ces 3 axes permettent de maximiser les points de contact et de toucher à coup sûr les clients idéaux de Joseph.

Le premier Axe: Le SEO

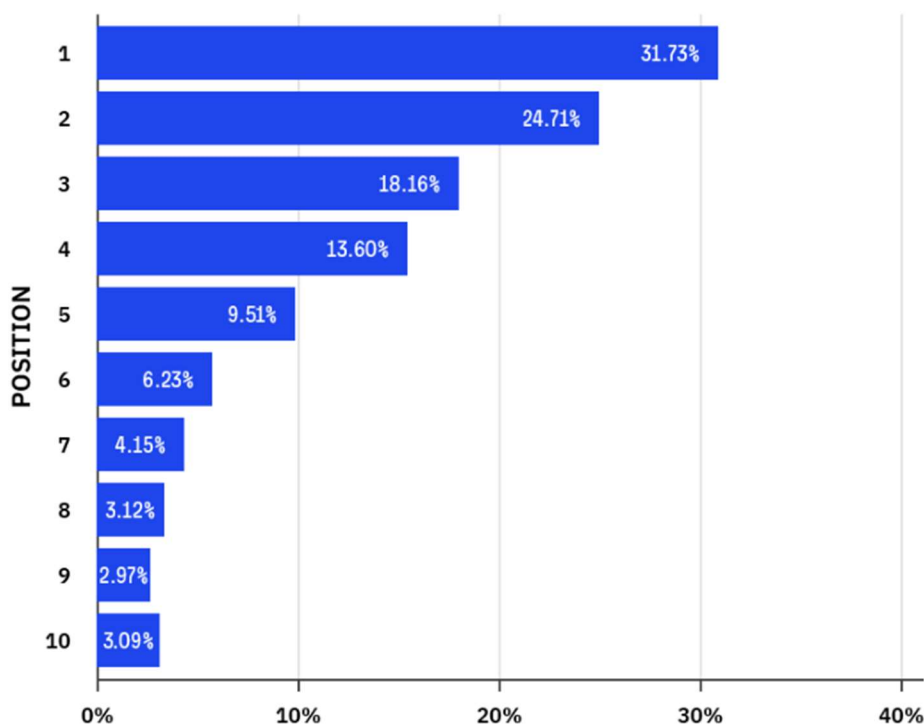
Le SEO est considéré comme la meilleure méthode pour attirer des clients. C'est ce qui permet à un site internet d'apparaître dans les meilleurs résultats de recherches pour un mot clé donnée. Par exemple : Cabinet d'expertise comptable sur Toulouse.

Et plus le site d'un cabinet est optimisé SEO, plus il captera des clients intéressés.

À titre informatif, voici **quelques statistiques pertinentes** :

- D'après BrightEdge, l'optimisation du référencement naturel (SEO) génère plus de **1 000 %** de trafic que le trafic organique provenant des réseaux sociaux.
- **Les 3 premiers résultats de recherche** de Google obtiennent **54,4 %** de tous les clics (source : Backlinko).
- Selon Demand Metric, les sites avec un blog SEO reçoivent en moyenne **67% de leads supplémentaires** par mois.
- Toujours selon Demand Metric les sites avec un blog SEO reçoivent **55%** de trafic supplémentaire. Par rapport à ceux qui n'en ont pas.

Être mieux positionné dans Google génère plus du trafic organique vers votre site



Joseph n'avait une nouvelle fois aucune connaissance ou stratégie mise en place sur le sujet. Son site partait donc de quasiment zéro. Même si le travail de l'agence présente à au moins permis de lui donner un référencement au-dessus de la moyenne.

Nous avons donc mis en place **notre processus d'intégration SEO** pour rendre son site le plus **attractif** possible pour Google et ses futurs prospects.

Ensuite, nous avons mis en place une stratégie de contenu Blog basé sur la connaissance profonde de son avatar client que nous avons défini dans le premier pilier.

Cela nous a permis de trouver **les thématiques qui intéressent le plus les prospects** qu'il vise car elles répondent aux problématiques de ceux-ci.

Cela a pris deux semaines pour tout mettre en place et commencer la rédaction des articles par nos juristes et experts comptables. Ce qui permettait d'assurer des articles de qualité que Joseph a toujours approuvés.

Le premier mois et demi fut complètement sans résultat. Seulement 2 ou 3 leads qui n'ont pas été concluants.

C'était Normal.

Son site ne parlait de rien et il fallait du temps avant que les moteurs de recherches ne le reconnaissent comme une autorité.

Du moins, c'est ce que nous pensions...

En effet, lors du rendez-vous mensuel de la fin du mois, **nous nous sommes rendus compte que les données étaient trop mauvaises pour être dues uniquement à un démarrage lent.**

Et... c'est là que nous avons découvert **un problème.**

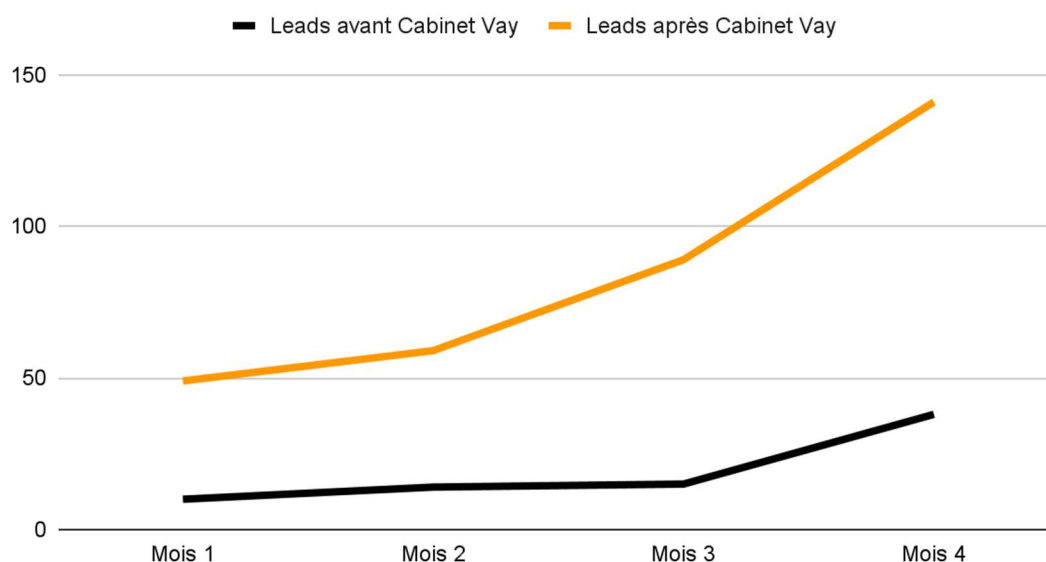
Les articles étaient trop génériques et n'attiraient pas assez l'attention, et surtout n'étaient pas assez ciblées sur ceux que l'on voulait viser.

Après en avoir discuté avec Joseph, **nous changeâmes de stratégie complètement.**

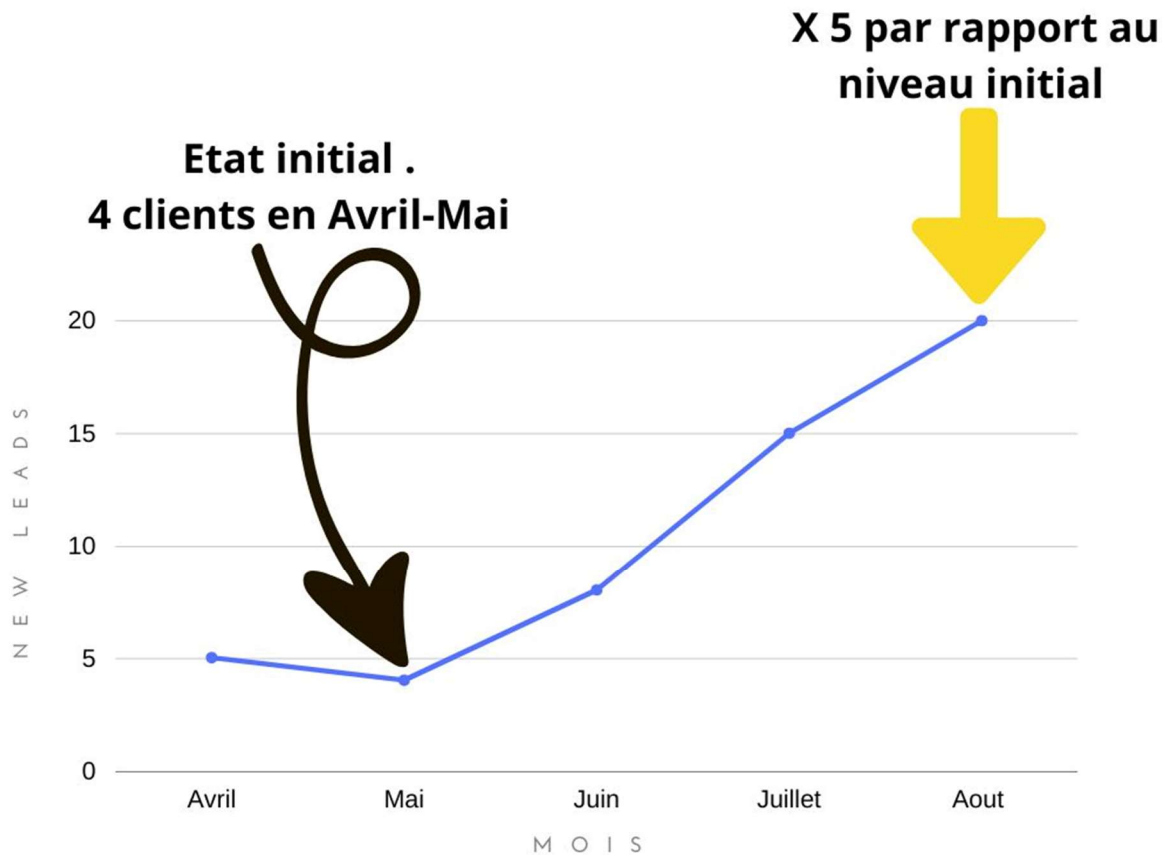
Notre approche se modifia et après 1 mois et demi d'optimisation constante, Soit au 3ème mois et demi, **les leads commencèrent à pleuvoir.**

Le SEO contribua donc forcément à la croissance du nombre de prospect mensuel de Joseph.

Evolution du nombre de Leads acquis



C'est également grâce à ça que notre client Mark a pu multiplier par 5 le nombre de leads mensuels de son cabinet d'avocat en seulement 4 mois.



Après ces premiers mois compliqués, le référencement du cabinet ne cessa de s'améliorer au fil des mois. Au point de passer à la 5e place en 7 Mois et demi sur son secteur, Alors qu'il n'était pas dans les 15 premiers auparavant.

A partir du 6ème mois , **il recevait entre 30 et 70 leads par mois.**

Uniquement avec Le SEO.

Et environ **5 à 10% de ces leads furent convertis en client effectif.**

Entre 50 et 100 leads par mois. Ce n'est même pas un chiffre que Joseph pouvait imaginer auparavant.

Et pourtant **ce n'était qu'une des 3 sources d'acquisition client** que nous avons mises en place pour lui.

[Le Deuxième Axe la publicité Facebook:](#)

Lorsque nous commencèrent la collaboration, Joseph ne connaissait pas la publicité sur Facebook.

Pour lui Publicité rimait avec cher, et avec de mauvais retour sur investissement.

Et il avait raison. (à moitié)

En effet, si l'on entend publicité au sens de publicité sur les chaînes de télé ou dans le Métro.

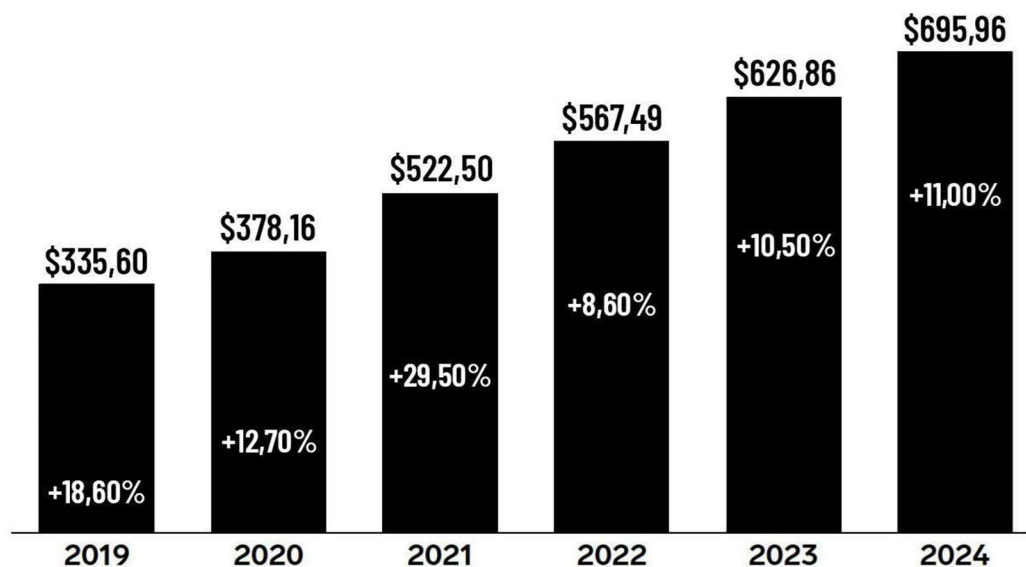
Ce type de publicité **est très cher** (plusieurs dizaines de milliers d'euros) et **pas adapté à toutes les entreprises**.

Mais de nos jours, il existe plusieurs plateformes publicitaires utilisées par les plus grandes entreprises du monde, quelle que soit leur taille.

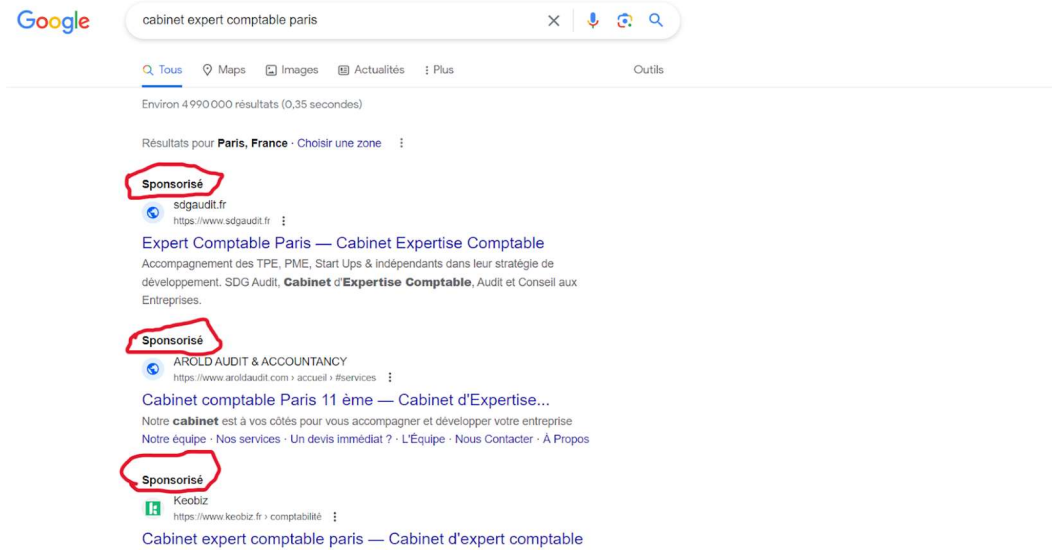
C'est bien pour cela que c'est en **un marché à plus de 626 Milliards**.

Dépenses dans la publicité en ligne dans le monde 2019 -2024

En milliards de dollars, et en %



Plusieurs cabinets d'expertises comptables l'utilisent d'ailleurs.



Cependant, si la publicité est avérée comme fiable, toutes les plateformes ne sont pas égales.

La publicité Google par exemple est l'une des plus chères au clic.

Mais comme c'est la plus connue, la plupart des cabinets qui sautent le pas se ruent dessus.

De notre côté, nous avons trouvé et maîtrisé une plateforme peu connue Facebook.

Pourquoi Facebook ? Car la publicité Facebook et Instagram permet de toucher **35 millions de français qui sont présents sur la plateforme.**

De plus, elle s'adapte selon les intérêts, démographies, métiers etc.

Ce qui permet de viser les personnes les plus susceptibles de choisir vos services.

A force de pratique, nous avons bâti un système qui permet d'obtenir de manière garantie des prospects hautement qualifiés chaque mois.

Et c'est ce système que nous avons mis en place pour Joseph et d'autres clients.

Voici certains résultats obtenus avec ce système:

Centre de ressources	Campagnes	Ensembles de publi...	Publicités					
<input type="checkbox"/> Non actif / Actif	Nom de la publicité	Résultats ↓	Couverture	Impressions	Coût par résultat	Qualité (classement)	Taux d'interaction (classement)	Taux de conversion (classement)
<input checked="" type="checkbox"/>	[blurred]	91	35 466	52 876	6,39 €	—	—	—
<input type="checkbox"/>	[blurred]	33	16 759	26 935	6,60 €	Dans la moye...	Au-dessus de...	Dans la mc
<input type="checkbox"/>	[blurred]	14	7 227	7 436	3,63 €	—	—	—

Jusqu'à 138 prospects en une seule campagne. Dont 9 ont fini par devenir client.

Campagnes	Ensembles de publicités	Publicités			
Nom de la campagne	Résultats	Couverture	Impressions	Coût par résultat	Montant dépensé
[blurred]	153	46 894	86 882	5,43 €	830,58 €

153 prospects en 1 mois. Dont 9 sont devenus clients.

9 clients en 1 mois avec un seul canal. C'est un résultat **inespéré** pour la plupart des cabinets ou même des entreprises.

Un autre client, un grand cabinet d'avocat, fit mieux et obtint environ 1000 prospects en 4 mois.

Results	Reach	Impressions
525 On-Facebook Leads	155,616	552,579
523 On-Facebook Leads	171,552	475,101
8 On-Facebook Leads	6,982	8,656
25 On-Facebook Leads	7,692	14,315
1,081 On-Facebook Leads	334,336 People	1,050,651 Total

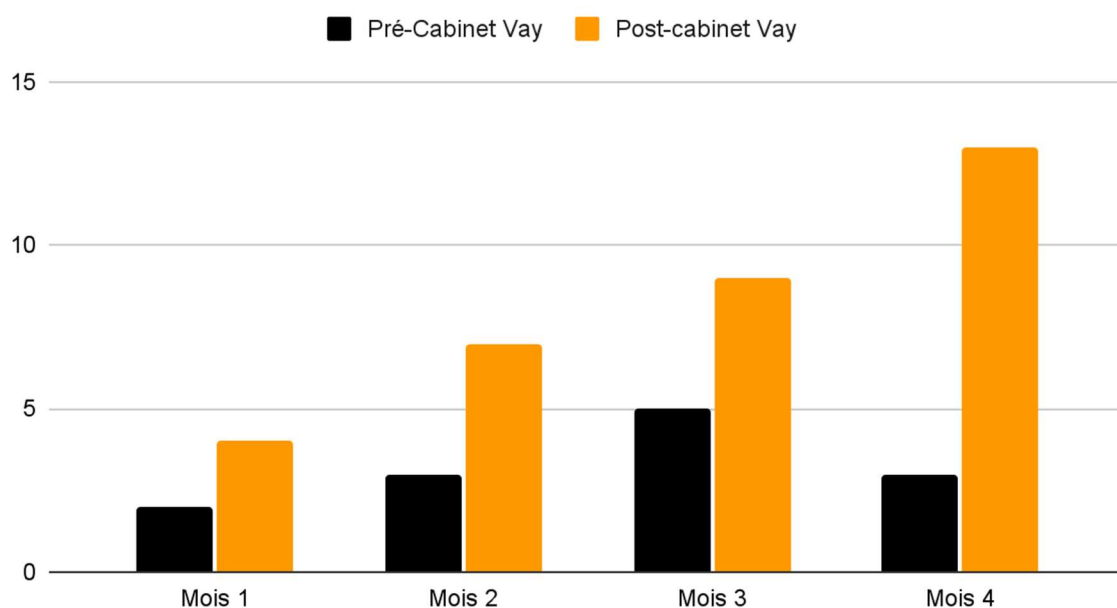
L'avantage de la publicité par rapport au SEO est que **les résultats arrivent vite** si le travail sur l'offre et l'avatar client furent réalisés au préalable.

Nous mirent en place notre système qui suit pour obtenir des résultats:

1. Benchmarking local et international des meilleures tendances et pratiques dans le secteur.
2. Conception de créatives et de publicités engageantes
3. Mise en place et installation de plusieurs logiciels pour suivre les données
4. Création de tunnels de ventes qui permettent d'optimiser les chances d'un lead de devenir client
5. Gestion quotidienne des campagnes et optimisation constante.

C'est principalement grâce à la publicité que le cabinet de Joseph obtint plus de 30 clients en 4 mois seulement.

Clients acquis sur une période de 4 mois



A partir du 3ème mois, il recevait entre 70 et 130 leads par mois.

9% de ces leads finissaient par devenir client en moyenne.

Avec cette combinaison de nos stratégies SEO et publicitaires, le cabinet de Joseph avait déjà plus que triplé son acquisition client mensuelle en quelques mois.

Mais ce n'était pas tout car...

Nous ajoutèrent le 3e Axe, LinkedIn:

LinkedIn est le réseau social d'excellence du monde professionnel. Il compte près de 12 millions d'utilisateurs.

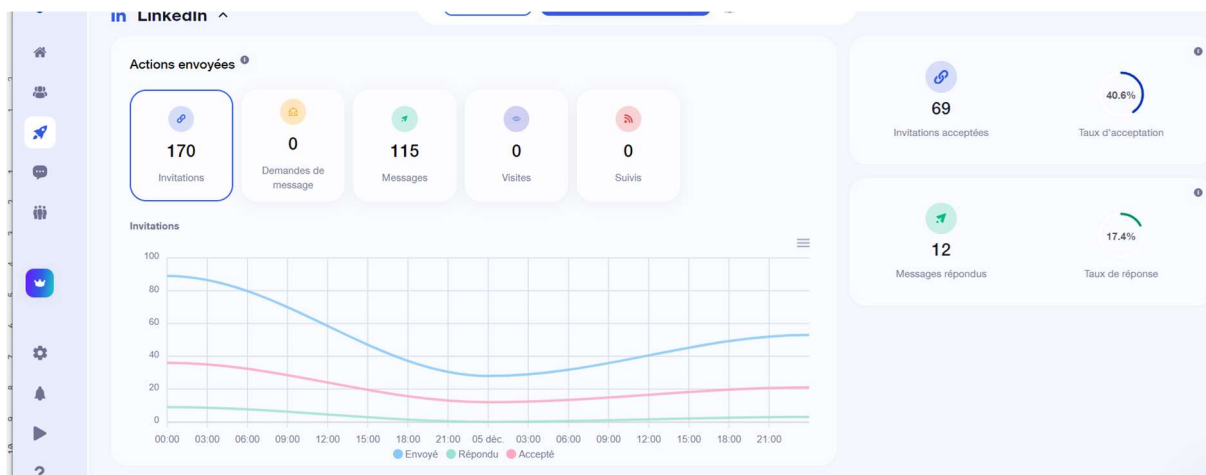
Joseph en était lui-même un. Mais comme beaucoup **il n'avait créé son compte que pour exister sur la plateforme. Pas y acquérir des clients.**

Beaucoup pensent comme cela.

Et ils se trompent.

Nos campagnes sur le réseau obtiennent en moyenne 15,5% de taux de réponses. Dont la moitié se transforment en RDV.

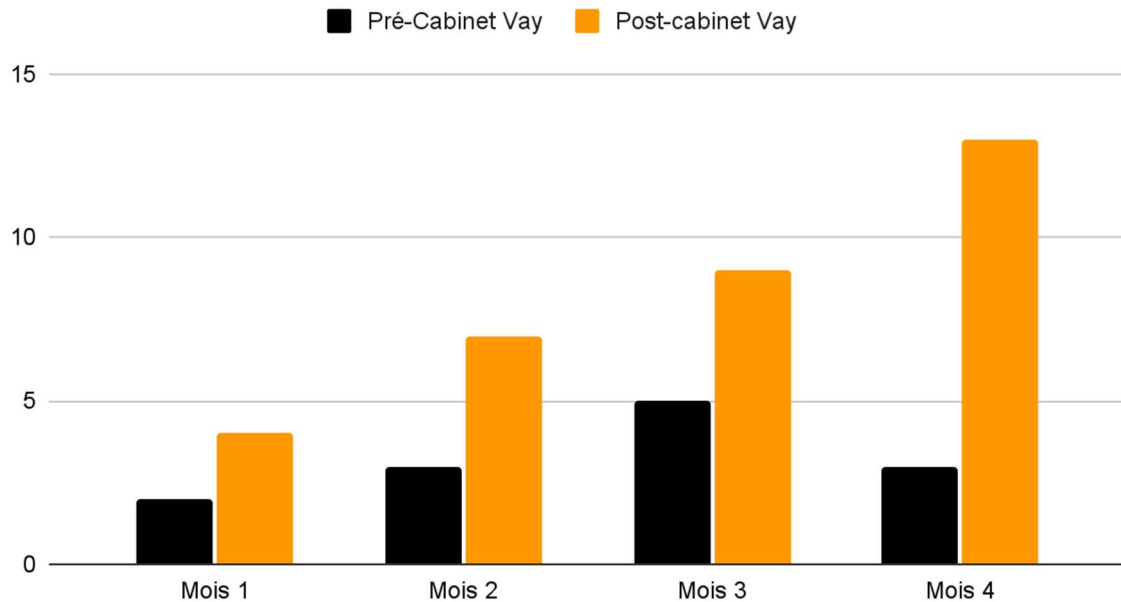
Ici un exemple d'une campagne à 17,4% de taux de réponses :



C'est en combinant ces 3 axes que Joseph put se créer un flux irrésistible d'attraction client et d'obtenir 34 clients en seulement 4 mois.

Tandis que la plupart de ses concurrents gagnent cela à l'année.

Clients acquis sur une période de 4 mois



Si ces prospects ont pu se convertir en client avec des taux de conversion qui étaient entre 30 et 50% des rendez-vous effectués, **c'est grâce à un processus de vente huilé.**

D'où le 3e point

Le 3e pilier : Un processus de ventes optimisé.

Avant notre collaboration, le cabinet comme beaucoup malheureusement n'avait **aucune expertise en vente et aucun processus particulier mis à part un CRM.**

Ces inefficiences coûtaient au cabinet de Joseph beaucoup d'argent en opportunités manquées.

Ayant remarqué cela, l'une des premières actions que nous avons prises a été de créer un processus de vente optimisé avant même de lancer les campagnes.

Un processus **qui ferait gagner du temps à Joseph et ne contraindrait ni lui, ni son équipe à perdre du temps avec des leads non qualifiés.**

Pour ce faire, Nous avons conçu et appliqué une nouvelle fois un système en plusieurs étapes.

Nous avons dû optimiser et migrer les données de son ancien CRM vers un CRM plus performant et adapté à son secteur.

Puis nous nous sommes basés sur l'analyse de l'avatar client pour créer plusieurs outils **qui faciliteraient la vente.**

Car oui , la vente prend du temps(et de l'énergie).

Un client a en moyenne besoin d'entendre 7 fois votre proposition avant d'acheter.

Dans le cadre de notre approche, nous avons créé plusieurs livres blancs et ebook qui répondaient à des problèmes de ces clients idéaux.

Cette approche basée sur la valeur différenciait complètement son cabinet de celui de ses pairs

De plus, nous lui avons créé un argumentaire de vente transcrit dans deux documents.

Un écrit et une vidéo.

Un argumentaire de vente qui transmet toutes les caractéristiques de son offre : à qui elle est destinée, à qui elle n'est pas destinée et ce, tout en répondant aux objections.

Ces 2 messages ainsi que les livres blancs étaient utilisés tout au long du processus de ventes que nous avons créé. **Ce qui décupla les résultats.**

Et ce n'est pas étonnant quand l'on connaît les statistiques en la matière :

- La vidéo augmente le trafic de 157%.
- Une vidéo Sales Letter bien faite augmente les intentions de ventes de 97%.
- Ajouter une vidéo à votre site augmente le taux de conversion de 80%.
- Les visiteurs passent 88% plus de temps sur un site avec une vidéo qu'un site qui n'en a pas.
- 87% des consommateurs préfèrent signer avec des vendeurs qui apportent du contenu de valeur.
- 63% des acheteurs doivent entendre l'offre d'une entreprise 3 à 5 fois avant de faire confiance à celle-ci.

Le 4e Pilier: la relation client

Pour un expert comptable , la relation avec ses clients actuels **est l'une des choses les plus précieuses qu'il peut avoir.**

Une chose inestimable tant elle peut multiplier sa réussite ou sa chute.

C'est une chose que Joseph a toujours comprise et c'était une force de son cabinet.

Il portait toujours une grande attention à chacun de ses clients mais à mesure que le nombre grandissait... **Cela devenait difficile.**

Il avait tenté de mettre en place une newsletter mais abandonna rapidement par manque de temps.

Il fut donc émerveillé quand nous lui avons parlé du dernier pilier de notre offre.

La client Nexus Forge.

Une forge à lien avec les clients.

Cela consiste à rappeler au client que nous sommes là et que nous tenons à eux.

Nous le faisons par la mise en place d'une Revue juridique et comptable mensuelle que chaque client reçoit à la même date chaque mois dans son adresse mail.

Car c'est bien le cas. **Les clients de Joseph se renseignaient eux-mêmes** tant bien que mal sur l'actualité juridique et comptable.

Mais étant eux-mêmes chefs d'entreprise, **ils n'avaient pas beaucoup de temps à y consacrer.** Même s'ils savent que c'est important.

En leur apportant chaque mois ces informations de la manière la plus lisible et attrayante possible, Joseph et son cabinet bâtissaient une **confiance** et une **autorité unique.** Car trop peu de cabinets prennent le temps de le faire.

Une autre chose que trop peu de cabinets prennent le temps de faire (dont celui de Joseph anciennement) est la création d'événements.

Beaucoup se rendent à des événements de networking dans l'espoir de trouver des clients mais trop peu en organisent.



Pourtant, **c'est l'une des meilleures façons de renforcer la relation client.**

C'est ce que nous avons découvert et nous l'avons mis en place pour le cabinet de Joseph.

En partenariat avec une agence événementielle, **nous avons organisé un événement au 7ème mois de collaboration.**

Un petit déjeuner dans un hôtel huppé où tous ces clients étaient conviés.

Si tout le monde n'a pas pu venir,

Tous ceux qui sont venus ont absolument apprécié le geste.

C'est ce genre d'attention qui augmente la valeur de la relation client et solidifie la relation au point qu'ils ne leur viendrait pas à l'esprit de quitter le cabinet de Joseph pour un concurrent.

Les Résultats:

Après des mois d'optimisation constante des processus mis en place, la croissance du cabinet de Joseph se poursuit sans accroc.

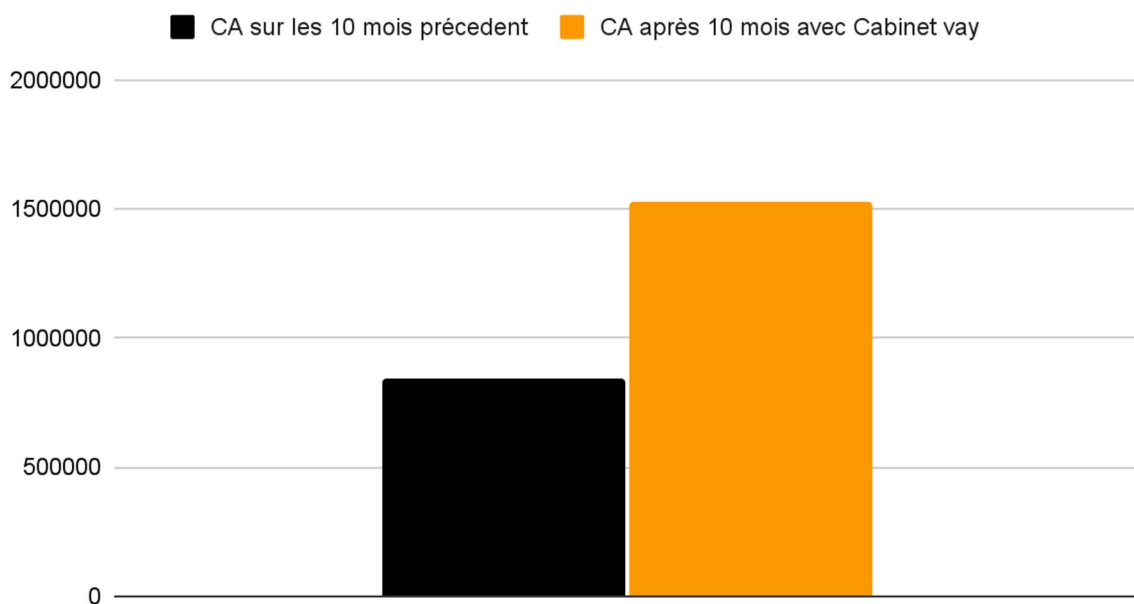
Il dut même agrandir son équipe pour faire face au flux de clients.

Une tâche dans laquelle nous l'avons assisté en tant que partenaire de croissance.

Et en 10 mois il obtint un chiffre d'affaires **1 528 961€** Soit une augmentation de 683 418€

Contre 500 000€ attendus.

Comparatif de CA sur 10 mois



Pour un total d' **1 528 961€**

Auparavant sur la même période, il avait réalisé **845 543€**.

Aujourd'hui, les perspectives de son cabinet sont plus prometteuses que jamais et il envisage de s'étendre et de créer un bureau dans une autre ville et de poursuivre sa croissance avec des objectifs encore plus ambitieux tout en assurant une qualité de service client exceptionnelle.

Voici son témoignage :

“Je me permets de partager ma satisfaction quant aux services exceptionnels fournis par Le Cabinet Vay. En collaboration avec leur équipe, nous avons bénéficié d'une expertise inégalée qui a surpassé toutes nos attentes.

Leur approche méticuleuse et personnalisée a été d'une importance capitale pour



l'expansion de notre cabinet. Ils ont su cerner nos besoins spécifiques et élaborer des solutions sur mesure, propulsant ainsi notre visibilité et notre acquisition de nouveaux clients à des niveaux presque ridicules. En seulement 4 mois nous avons acquis 172 leads. Dont 34 nouveaux clients.

En outre, je ne peux que confirmer la qualité de leur expertise au niveau juridique, comptable et SEO. Nous n'avons pas eu à réécrire aucun article de blog comme cela a pu être le cas avec les nombreux prestataires précédents.

En résumé, le Cabinet Vay a été bien plus qu'un prestataire de services. Leur collaboration a été une pierre angulaire dans notre croissance, dépassant de loin nos attentes. Je ne saurais trop recommander leur expertise et leur engagement à tout cabinet juridique ou comptable cherchant à se démarquer et à prospérer dans un environnement concurrentiel.”