

EVALUATION DE BIENS IMMOBILIERS

ETAPE 1

INTEGRATION DE LA MISSION DANS L'OFFRE DU CABINET > POURQUOI ?

Le cabinet intègre la mission d'évaluation de biens immobiliers dans son offre pour répondre aux attentes du marché. Il s'adresse aux particuliers pour étendre ses secteurs d'activités.

Il peut ainsi :

- Dynamiser son offre en se positionnant sur un nouveau marché.
- Mettre en valeur l'expertise généraliste de l'expert-comptable.
- Accroître son positionnement stratégique vers le conseil auprès des particuliers.
- Valoriser un accompagnement personnalisé.
- Créer un lien personnel direct fort avec le client.
- Démontrer l'étendue du champ d'intervention de l'expert-comptable.
- Conquérir de nouveaux clients.
- Fidéliser les clients existants.
- Vendre des missions rentables, à valeur ajoutée.

ETAPE 2

PRODUCTION INTERNE > QUI VA PRODUIRE LA MISSION ?

Le cabinet précise qui va produire la mission :

- La mission est réalisée par l'expert-comptable qui va éventuellement s'entourer d'un ou plusieurs collaborateurs formés spécifiquement.
- Avant de vendre la mission, le cabinet doit avoir une bonne connaissance du contexte de la mission afin de pouvoir évaluer le temps nécessaire à sa réalisation.
- Afin d'optimiser ses temps de production et éviter de vendre des prestations difficiles à réaliser ultérieurement, le cabinet norme sa production.
- Le ou les collaborateurs disposent d'un processus de production défini au sein du cabinet.

Le cabinet disposera également :

- D'une méthodologie précise pour la réalisation de la mission.
- D'une boîte à outils.
- D'une liste d'actions prédéfinies.
- D'un réseau de partenaires si la mission le nécessite.

ETAPE 3

PRESENTATION INTERNE DE LA MISSION > DE QUOI PARLE-T-ON ?

Présentation en interne de la mission à tout collaborateur susceptible de la promouvoir auprès des clients ciblés :

- **Description des diligences de la mission :**
 - Préparation de la mission (contexte de la mission d'évaluation, définition de l'objet de la mission, élaboration d'un plan de mission).
 - Diagnostics, analyses et mise en œuvre de la mission.
 - Etablissement d'un rapport de fin de mission.
- **Présentation des outils méthodologiques et techniques utilisés.**
- **Présentation du livrable remis au client : le rapport de fin de mission.**
- **Présentation des bénéfices pour le client :**
 - Prise en compte du contexte de l'évaluation.
 - Approche experte et généraliste de l'expert-comptable.
 - Indépendance et éthique garanties conformément au Code de déontologie.
 - Sécurisation des relations avec l'administration fiscale.

ETAPE 4

CIBLAGE DES CLIENTS > QUI EST CONCERNE ?

Les particuliers, ayant potentiellement besoin d'une évaluation, doivent être clairement identifiés :

- Tout acquéreur, vendeur, héritier ou donateur.
- Tout particulier en sortie de communauté ou d'indivision.
- Tout particulier détenteur d'un patrimoine immobilier soumis à l'IFI.
- Tout particulier concerné par une procédure de vérification fiscale.

ETAPE 5

PROMOTION > COMMENT PROMOUVOIR LA MISSION ?

Actions de communication :

- Mettre à disposition la fiche de présentation de la mission dans la salle d'attente du cabinet.
- Mettre à jour les différents supports web du cabinet afin d'y présenter la nouvelle mission.
- Envoyer par courrier et email la fiche de présentation de la mission à tous les clients ciblés.
- Téléphoner ou rencontrer chaque client ciblé pour s'entretenir de la mission.
- Organiser une réunion de présentation de la mission aux clients du cabinet.
- Impliquer les collaborateurs dans la promotion de la mission.
- Promouvoir la mission auprès des prescripteurs potentiels.

COMMERCIALISATION > COMMENT VENDRE LA MISSION ?

Avant l'entretien :

- Prendre connaissance de la fiche de présentation de la mission.
- Se renseigner sur le client.
- S'approprier l'outil de diagnostic.
- Evaluer la fourchette d'honoraires à proposer au client.

Pendant l'entretien :

- Questionner le client en s'appuyant sur l'outil de diagnostic.
- Définir ses attentes et besoins explicites.
- Détecter ses besoins implicites.
- Décrire la nature et les étapes de la mission.
- Valider le plan d'intervention de l'expert-comptable.
- Annoncer, justifier et défendre les honoraires de la mission.
- Répondre aux questions et objections du client.

Après l'entretien :

- Si accord, élaboration d'une lettre de mission à signer entre les deux parties.
- Essayer obtenir des recommandations.
- Si refus, identifier les raisons tout en continuant à promouvoir la mission.
- Préparer les entretiens suivants, en cherchant à s'améliorer.

EXEMPLES D'OBJECTIONS 

Client : « Mon bien n'est pas concerné, il n'est pas à vendre. »

Cabinet: « L'évaluation ne s'effectue pas uniquement lors d'une opération de cession. »

Client : « Cette mission n'est-elle pas incluse dans votre mission générale ? »

Cabinet: « C'est une mission spécifique qui demande du temps supplémentaire et des compétences particulières. C'est la raison pour laquelle elle est facturée distinctement. »

Client : « La démarche me semble facile à faire : je vais m'en occuper. »

Cabinet: « L'évaluation d'un bien repose sur une méthodologie, des outils et des compétences très spécifiques »

Client : « Je ne souhaite pas que soient divulguées mes informations personnelles. »

Cabinet: « L'expert-comptable est soumis à un strict secret professionnel »

Client : « D'autres professionnels proposent le même type de mission. »

Cabinet: « Assurez-vous qu'ils ont notre expertise, nos compétences généralistes, nos valeurs, notre déontologie et notre connaissance de votre situation personnelle et patrimoniale. Ensuite vous pourrez comparer. »