

Tes forces et faiblesses tu diagnostiqueras

"Ne cherchez pas la faute, cherchez le remède" Henry Ford

Anecdote

Le cabinet MOFFY a voulu dématérialiser ses activités. Ne sachant par où ni quoi commencer, il a commandé une multitude de matériel Hi-Tech, logiciels et autres "gadgets" numériques. Outre un coût financier important, il s'est retrouvé avec tout ce matériel sans savoir quoi en faire, ni comment l'utiliser. Cela ne serait pas arrivé s'il avait pris le temps d'évaluer ses atouts et besoins par un diagnostic préalable.

Essentiel

- **Évaluez la maturité numérique** de votre cabinet.
- **Évaluez les compétences numériques** de vos collaborateurs.
- **Évaluez l'appétence numérique** de vos clients.

Bonnes pratiques



Évaluez la maturité numérique de votre cabinet

- Évaluez la maturité numérique de votre cabinet à l'aide du diagnostic "**Performance Numérique du Cabinet**" www.capsurlenumerique.fr et comparez-là à la moyenne des cabinets ayant répondu au diagnostic.
- Recensez les caractéristiques actuelles de votre organisation (outils et usages internes, produits & services permettant de délivrer un meilleur service client) => **forces & faiblesses**.
- Énumérez les technologies ayant un impact sur votre cabinet (Data, IA, BYOD – "Bring Your Own Device" ou PAP en français "prenez vos appareils personnels" – plateformes virtuelles, robotique, cybersécurité, IOT – Internet des objets) => **opportunités & menaces**.



Évaluez les compétences numériques de vos collaborateurs

- Testez le niveau d'acculturation numérique de vos collaborateurs à l'aide du diagnostic "**Compétences Numériques**" www.capsurlenumerique.fr. Évaluez leur sensibilité au travail collaboratif, partage d'information, niveau de maîtrise des technologies, agilité (face à des clients exigeants : de plus en plus tout, tout de suite).
- Identifiez les collaborateurs à accompagner et les facteurs de résistance au changement ; sensibilisez-les avec des conférences, formations, MOOCs, ateliers participatifs, afin de répondre aux questions et inquiétudes.



Évaluez l'appétence numérique de vos clients

- Renseignez-vous sur l'univers numérique de chacun de vos clients (outils, mobilité, sécurité, médias sociaux, etc.).
- Étudiez l'évolution de leurs comportements et de votre relation : sont-ils plus agiles que vous ? Vous sentez-vous distancé ?
- Ajustez les niveaux et pratiques : vous devez être source d'inspiration et d'exemple pour vos clients et non source d'inquiétude ou de méfiance induite par une impression d'obsolescence.
- Évaluez la maturité numérique de vos clients grâce à l'autodiagnostic pour détecter et mesurer leurs besoins. <https://prive.experts-comptables.org/diagnostics/autodiagnosics>



Mais aussi...

- Rendez-vous sur notre site **Cap sur le Numérique** et découvrez des MOOCs incontournables pour vous sensibiliser et vous former aux enjeux de la transition numérique ; **MOOC de l'ANSSI** pour vous initier à la cybersécurité ; **MOOC Google** auprès de vos équipes !
- Identifiez les menaces externes pour mieux les appréhender : Fintech / start-ups qui viennent bousculer le secteur, clients autonomes et hyperconnectés, technologies transformant la manière dont travaillent vos clients, leur métier, secteur, leurs attentes, etc.
- Mettez en place une veille sur les pratiques des confrères, des concurrents et sur l'évolution du métier.
- Gardez à l'esprit que la transformation digitale est avant tout une question de management et de changement culturel. (cf. commandement 4).

La stratégie de ton cabinet tu définirás

"J'ai vu plus loin que les autres parce que je me suis juché sur les épaules de géants" Isaac Newton

Anecdote

Le cabinet FINSTRATEG, après avoir établi un premier diagnostic, souhaite développer son offre de mission dans le contexte résolument numérique actuel mais ne sait pas comment s'y prendre. Il n'a pas établi de politique de conduite du changement et a entamé de nombreuses actions simultanées. Résultat : il a dépensé force, énergie et capitaux en vain. Cela aurait pu être évité en définissant la stratégie* de son cabinet.

Essentiel

- **Définissez votre plan d'action stratégique** à court et moyen terme.
- **Intégrez l'Expérience Client** comme ligne de conduite.
- **Formalisez et communiquez votre vision** pour embarquer vos équipes : engagement = facteur clé de réussite.

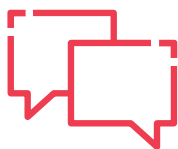
Bonnes pratiques

Définissez votre plan d'action stratégique à court et moyen terme



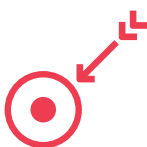
- Quels sont les objectifs du cabinet à horizon 3/5 ans : est-il en phase avec le marché, les attentes clients ?
- Listez les enjeux actuels et les solutions envisagées (conquête, fidélisation, diversification, etc.).
- Déterminez les forces de votre cabinet permettant de distancer vos concurrents numériquement agiles.
- Fixez vos objectifs prioritaires pour cette année, déterminez la logique d'enchaînement des actions et définissez les moyens et ressources nécessaires en gardant une approche globale cohérente.
- Consultez le site <http://www.conseil-sup-services.com/performance.php> qui répertorie des outils au service des cabinets pour les aider à améliorer leur efficacité et leur performance.
- Appuyez-vous sur le pack "Stratégie pour l'expert-comptable : constats, méthodes, outils et projets" téléchargeable sur bibliordre.

Intégrez l'Expérience Client comme ligne de conduite



- Écoutez vos clients et prospects. Ils doivent être l'épicentre de votre stratégie.
- Identifiez les clients pilotes avec lesquels vous pourriez initier des process d'open innovation (fondée sur la collaboration), d'intelligence collaborative et démontrez ainsi votre agilité.
- Échangez avec vos équipes sur leurs expériences clients, tenez compte des retours, attentes et pratiquez les ajustements nécessaires.
- Ne cédez pas à l'effet de mode en matière d'outils numériques et d'usages sans penser parcours et expérience client et collaborateur.

Formalisez et communiquez votre vision pour embarquer vos équipes : engagement = facteur clé de réussite



- Impliquez les associés du cabinet au projet de transition numérique pour accompagner vos équipes vers le digital avec succès.
- Communiquez et partagez les objectifs stratégiques du cabinet (outils et actions de communication).
- Valorisez le projet et les enjeux auprès de vos collaborateurs, clients, prospects, partenaires, etc. (cf. commandement 8).
- Embarquez les collaborateurs ayant une appétence particulière pour le numérique et faites-en de véritables moteurs afin d'encourager l'innovation.
- Anticipez les freins et accompagnez vos collaborateurs par un plan de conduite du changement pour les faire adhérer et assurer le bon déroulement du projet (cf. commandement 4).
- Proposez un plan de formation pour mettre à niveau les compétences de vos collaborateurs et lever les éventuelles craintes et/ou réticences (cf. commandement 3).

* Art de planifier et de coordonner un ensemble d'opérations en vue d'atteindre un objectif

Les métiers tu redéfiniras

"Ce n'est pas en améliorant la bougie qu'on a inventé l'ampoule électrique" Anonyme

Anecdote

Jean TICIP sait que les compétences de ses collaborateurs sont une richesse à développer pour améliorer sa performance. Il a suivi une formation pour redéfinir les missions et rôles de chacun en fonction de l'évolution des métiers et de la stratégie du cabinet. Résultat, il a repéré des talents méconnus en interne, a restructuré les équipes en considérant les "softskills" (aptitudes) de chacun. Il a trouvé ainsi un véritable bras droit en la personne de Paul IVALENT dont il ne soupçonnait pas les qualités commerciales.

Essentiel

- **Cartographiez vos métiers et vos compétences.**
- **Préférez les rôles aux fonctions.**
- **Pour réussir : valorisez, communiquez et donnez de la visibilité.**

Bonnes pratiques

Cartographiez vos métiers et vos compétences



- Effectuez un diagnostic de vos métiers.
- Déterminez les métiers en disparition, en transformation et en création.
- Définissez les aptitudes et compétences nécessaires par métier pour répondre aux évolutions constatées.
- Évaluez les aptitudes des collaborateurs (techniques, relationnelles, comportementales, etc.) en relation avec les enjeux stratégiques et nouvelles missions du cabinet.
- Positionnez les collaborateurs en fonction des besoins et évaluez les écarts entre besoins et cibles.
- Établissez un plan de formation pour combler les écarts et passer de "avoir des compétences" à "être compétent" sur les axes prioritaires selon votre stratégie (cf. commandement n°2).
- Prévoyez les recrutements nécessaires le cas échéant.
- Accompagnez la transition professionnelle en adoptant une posture manager/coach (cf. commandement 4).

Vous venez de démarrer une GPEC : la gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences (GPEC) est une gestion anticipative et préventive des ressources humaines, en fonction des contraintes de l'environnement et des choix stratégiques de l'entreprise.

Préférez les rôles aux fonctions



- Appréhendez la notion de rôle comme une mission confiée à un individu ou à un groupe d'individus en cohérence avec la raison d'être de la structure et cassez les silos éventuels.
- Identifiez les rôles. Au-delà de l'organisation, repérez les capacités intrinsèques de vos collaborateurs à maîtriser le socle de compétences permettant l'agilité nécessaire pour votre transformation numérique.

Pour réussir : valorisez, communiquez et donnez de la visibilité



- Communiquez auprès des collaborateurs sur les attendus des métiers et les dispositifs mis en place.
- Sensibilisez vos partenaires sociaux sur la démarche GPEC.
- Formez les managers sur la posture d'accompagnement.

Des bonnes pratiques managériales tu adopteras

"Seul, on va plus vite. Ensemble on va plus loin" proverbe africain

Anecdote

Le cabinet TRADI, prônant un management descendant et directif, a tout fait pour recruter Eric NUM. Cependant, il a préféré un cabinet moins en vue et s'est tourné vers une organisation en mode collaborative. Sans regret pour la perte financière initiale qu'il a rapidement comblée grâce à la politique d'accompagnement des collaborateurs, Eric est aujourd'hui le premier ambassadeur de son cabinet sur les réseaux sociaux et auprès des clients et prospects.

Essentiel

- **Accompagnez le changement** vers une organisation agile.
- **Pilotez l'évolution des compétences** de vos équipes.
- **Misez sur l'attractivité** pour attirer et recruter.
- **Innovez avec vos pratiques managériales.**

Bonnes pratiques



Accompagnez le changement vers une organisation agile

- Co-construisez vos pratiques managériales : il s'agit d'un travail collectif et non plus directif !
- Donnez du sens à votre vision et partagez-la avec chaque acteur du projet de transformation selon leur propre expérience et selon leur hauteur de marche : "Pourquoi faut-il changer ? Qu'est-ce que je vais devoir faire ? Qu'est-ce qui change vraiment ? Comment vais-je me préparer et le vivre ?".
- Valorisez le changement pour impacter positivement l'engagement.



Pilotez l'évolution des compétences de vos équipes

- Identifiez les nouveaux besoins métiers liés à la **transition numérique**, les écarts de compétences et adaptez-les aux missions de demain (cf. commandement n°3).
- Travaillez en mode collaboratif et impliquez vos collaborateurs dans des ateliers autour de la thématique "Comment faire évoluer mes compétences, ma mobilité dans un environnement en mouvement ?".
- Utilisez des outils : référentiel formations, construction d'un parcours d'apprentissage individualisé.
- Prenez la posture de facilitateur de l'apprentissage, de coach : adoptez le leitmotiv "apprendre à apprendre", donnez envie !
- Constatez et valorisez l'évolution des compétences.



Misez sur l'attractivité pour attirer et recruter

- Soignez votre marque employeur, la promesse que vous faites et l'image que vous véhiculez aux futurs collaborateurs, partenaires, prospects, clients (*qualité de vie au travail, éléments de rémunération, avantages sociaux, style de management, éthique, environnement de travail, etc.*). Attention au décalage entre promesse et réalité : cela peut être dévastateur.
- Faites la promotion des évolutions positives (innovations, management, services et expérience client).
- Recrutez dans l'air du temps : sites de recrutement (Indeed, Hubemploi, Leboncoin, l4emploi, etc.), jobboard, réseaux sociaux, forums, etc. avec une approche adaptée à chaque canal.



Innovez avec vos pratiques managériales

- Consultez l'étude "*Les pratiques managériales des cabinets vues par les experts-comptables*", édition 2018, CSOEC téléchargeable sur www.bibliordre.fr.
- Consultez le "*Guide des bonnes pratiques managériales*", édition 2018, CSOEC de la Commission Management téléchargeable sur www.bibliordre.fr.
- Testez, expérimentez, inspirez-vous des nouveaux modes de management axés sur la collaboration, l'agilité et l'intelligence collective de type "Design Thinking".
- Questionnez, écoutez et partagez ! Le patron de demain n'est pas celui qui sait mais celui qui questionne, qui écoute et qui partage.
- Adoptez les nouveaux modes de travail issus du "e-travail".

Le client tu écouteras

"La meilleure des publicités est un client satisfait" Bill Gates

Anecdote

M. D. GITAL reprend une affaire de menuiserie. Lorsque celui-ci se rend chez son expert-comptable, le cabinet GEAÇUR, pour parler de ses projets, il s'aperçoit que son interlocuteur n'entend rien au crowdfunding qui lui permettrait, selon lui, de se diversifier. Celui-ci n'est pas non plus force de proposition. Ce client historique est déçu par le manque d'agilité et d'adaptation du partenaire de sa société et consulte alors d'autres cabinets.

Essentiel

- > **Anticipez les évolutions** de la relation client.
- > **Identifier les besoins** des clients.
- > **Adaptez-vous** aux process de vos clients.

Bonnes pratiques

Anticipez les évolutions de la relation client



- Prenez conscience que vos clients évoluent : le client "digital" remplace progressivement le client "boîte à chaussures".
- Sachez que 97 % des consommateurs considèrent la qualité du service client comme importante dans le choix d'une marque.
- Soyez disponible pour vos clients : créez-vous des systèmes d'alertes et installez une relation régulière.
- Fournissez si possible une réponse en moins d'une heure : aujourd'hui la réactivité est un critère différenciant majeur.
- Personnalisez la relation avec vos clients : 66 % des clients sont susceptibles de changer de marque s'ils ont le sentiment d'avoir été traités comme un numéro plutôt qu'en qualité d'individu.
- Écoutez vos retours client à tous les stades de vos relations (accueil, suivi, urgence, etc.) et agissez.

Identifiez les besoins des clients



- Écoutez vos clients régulièrement, faites le point sur leurs problèmes, leurs projets, décelez les besoins non exprimés.
- Analysez leur profil, leur historique (les recherches internet peuvent vous en apprendre beaucoup).

Adaptez-vous aux process de vos clients



- Déchiffrez l'activité de vos clients ou prospects.
- Analysez les problématiques par secteur d'activités.
- Intéressez-vous aux mutations propres à leur secteur.
- Soyez force de proposition tout en restant pédagogue.

Tes modes de production tu transformeras

"Si tu fais toujours ce que tu as l'habitude de faire, tu récolteras ce que tu as toujours récolté" Albert Einstein

Anecdote

Avec l'arrivée de jeunes collaborateurs, M. VADLAVANT se sent porté par une envie de tout moderniser : organisation, communication, management et parc informatique. Méthodique, il écoute également les attentes et frustrations de ses collaborateurs. Cette transformation est ainsi perçue comme un message positif envoyé par leur patron.

Essentiel

- > **Raisonnez** en mode projet.
- > **Privilégiez l'évolution de culture** du cabinet.
- > **Homogénéisez les procédures** pour tous les dossiers.

Bonnes pratiques

Raisonnez en mode projet



- Définissez les étapes du projet : état des lieux, plan d'action, choix technologiques, déploiement.
- Identifiez les personnes en charge du projet, leurs devoirs et leurs responsabilités.
- Programmez les dates de lancement de chacune des étapes jusqu'au résultat final.
- Estimez le budget consacré au projet, notamment en cas de besoin d'évolution des outils.
- Priorisez : vous ne pourrez pas lancer tous les chantiers d'une transition numérique de manière simultanée.
- Suivez les indicateurs de progression et de performance pour être à même de réagir et/ou réajuster.

Privilégiez l'évolution de la culture du cabinet



- Repensez vos services, outils et modes de collaboration avec tous les acteurs (clients, fournisseurs, collaborateurs, etc.) pour élaborer votre projet de transformation numérique.
- Reconsidérez votre comportement, vos méthodes de management et les processus de travail définissant votre culture d'entreprise (cf. commandement 4).
- Structurez votre nouvelle organisation : communiquez votre vision, embarquez vos collaborateurs et impliquez-les dans ce projet.
- Partagez vos nouveaux processus avec vos clients pour faciliter les échanges et dégager du temps pour la relation et l'accompagnement client.
- Identifiez les clients susceptibles de devenir vos ambassadeurs pour accélérer la conduite du changement.
- Tenez compte de l'expérience client (cf. commandement 5).

Homogénéisez les procédures pour tous les dossiers



- Construisez une organisation optimisée et uniforme.
- Sélectionnez des outils de production adaptés (choix précédé par une réflexion sur l'analyse des besoins).
- Testez vos nouvelles procédures sur un échantillon représentatif d'utilisateurs.
- Faites évoluer ou abandonnez les procédures anciennes si elles ne vous permettent pas de gagner en agilité et de stimuler votre croissance et efficacité.

Tu automatiseras tout ce que tu pourras

"Innover, ce n'est pas avoir une nouvelle idée mais arrêter d'avoir une vieille idée." Edwin Herbert Land

Anecdote

Le cabinet d'expertise comptable SAITOUFERE propose des missions classiques (tenue et révision comptable). Il souhaiterait développer des missions de conseil afin de diversifier son "offre" et répondre aux demandes des clients actuels et prospects. Pour cela, il doit dégager du temps et projette donc l'automatisation d'une partie des tâches effectuées par ses équipes.

Essentiel

- **Analysez** pour automatiser intelligemment.
- **Recensez les outils** permettant l'automatisation de certaines tâches.
- **Accompagnez le déploiement** des outils.

Bonnes pratiques



Analysez pour automatiser intelligemment

- Identifiez l'ensemble des procédures internes de votre organisation.
- Évaluez les procédures qui peuvent être automatisées (ce n'est pas le cas pour toutes).
- Évaluez la faisabilité du projet à travers la rentabilité envisagée, la disponibilité des données (numérisées ou non), la stabilité des systèmes d'informations, les compétences humaines.
- Déterminez l'impact de l'automatisation sur l'environnement de travail, sur la relation avec vos différents partenaires (banques, avocats, clients, fournisseurs, État, etc.).
- Rédigez un cahier des charges afin de répondre aux besoins déterminés.



Recensez les outils permettant l'automatisation de certaines tâches

- Réfléchissez à la numérisation et à la reconnaissance automatique des documents, OCR, récupération bancaire, saisie automatique, etc.
- Pensez à la transmission de données par EDI.
- Facilitez la circulation de vos documents, mettez en place le travail collaboratif avec vos partenaires et vos salariés (plateforme collaborative, etc.).
- Archivez et sécurisez vos données avec les différents types d'hébergement (Cloud, etc.).
- Faites une veille régulière.



Accompagnez le déploiement des outils

- Dialoguez, échangez, partagez, accompagnez vos collaborateurs avant la mise en place du projet (cf. commandement 4).
- Formez vos collaborateurs et créez une équipe dédiée à la transition numérique.
- Testez les outils.
- Évaluez régulièrement l'impact de la mise en place des nouveaux outils sur votre organisation.

Au marketing digital tu n'échapperas pas

"Votre marque n'est pas ce que vous en dites mais ce que Google en dit" Chris Anderson

Anecdote

Le cabinet MATUVU a développé une nouvelle mission pour répondre aux demandes de ses clients et prospects. Invisible sur le web et les réseaux sociaux, ce fut un échec ! Ne pas communiquer, c'est prendre le risque de ne pas exister ! Sans mise en œuvre d'une stratégie de marketing digital, le cabinet MATUVU n'a pas su vendre cette nouvelle offre, ce qui n'aurait pas été le cas, s'il s'était servi des outils présents sur le centre de ressources marketing du CSOEC (<http://marketing.experts-comptables.com/>).

Essentiel

- **Définissez votre stratégie de communication** en fonction de vos objectifs.
- **Cultivez votre image** et celle de votre cabinet.
- **Maitrisez l'e-réputation** de votre cabinet.

Bonnes pratiques

Définissez votre stratégie de communication en fonction de vos objectifs



- Établissez votre positionnement, votre ligne éditoriale, vos mots-clés, vos segments.
- Posez-vous les bonnes questions : Qui je vise ? Avec Quoi ? Où ? Quand ? Comment ? Pourquoi ?
- Ciblez vos clients / prospects / partenaires / futurs collaborateurs et prenez la parole là où ils se trouvent.
- Sélectionnez les réseaux sociaux appropriés, attention aux particularités de chacun : tonalités, cibles, horaires de fréquentation, contraintes de contenus.
- Définissez vos objectifs (notoriété, fidélisation, relation client, recrutement), adaptez vos messages.
- Soyez attentif aux temps et ressources alloués. Prférez la qualité des publications à la quantité.
- Faites une veille concurrentielle et sectorielle automatisée grâce aux outils en ligne.

Cultivez votre image et celle de votre cabinet



- Adaptez la présentation de votre cabinet et de vos prestations en fonction des plateformes : page Entreprise LinkedIn ou Facebook, compte Twitter.
- Maîtrisez votre e-réputation et construisez votre "Personal Branding" (identité numérique).
- Repérez vos collaborateurs actifs sur les réseaux sociaux et proposez-leur de s'impliquer pour le cabinet : ils sont vos premiers ambassadeurs !
- Construisez et faites vivre votre communauté en captant leurs échanges et interagissez avec elle.
- Mettez en avant les recommandations clients en ligne, l'authenticité est gagnante.
- Développez votre attractivité et crédibilité : soyez réactif face à l'actualité métier et informez utilement et qualitativement vos clients et vos prospects.
- Allouez un budget de référencement payant (AdWords) ou des posts promotionnels pour des campagnes clés.

Maitrisez l'e-réputation de votre cabinet



- Veillez à la réputation du cabinet : commentaires, avis, notes sont des indicateurs incontournables et irréversibles **Google Alert** (<https://www.google.fr/alerts>).
- Répondez toujours mais cherchez à comprendre la raison de l'insatisfaction.
- Utilisez **Google My Business** (https://www.google.com/intl/fr_fr/business/) comme "carte de visite", obtenez plus de visibilité et des statistiques de visites.
- Établissez des critères d'évaluation de performances sur vos réseaux sociaux et site(s) web : nombre de fans/abonnés, likes, commentaires, partages/retweets, fréquences de publications, etc.
- Alimenter régulièrement votre site pour améliorer votre référencement naturel (SEO) : inscrivez des mots-clés dans vos titres et urls, soignez votre méta-description (description concise de 2 lignes de votre site qui apparaît sur la page de recherche de google).
- Soignez le design, la navigation, l'ergonomie de votre site : les images apportent du dynamisme et de l'interactivité mais un lien brisé est signe de négligence.

Cybersécurité : les 10 bons réflexes tu adopteras

"Si vous pensez que les technologies peuvent résoudre vos problèmes de sécurité, alors vous ne comprenez ni les problèmes, ni les technologies" Bruce Schneir

Anecdote

M. HACKER a pris contact téléphoniquement avec l'entreprise FOVI en se faisant passer pour le président devant signer l'acquisition d'une filiale à l'étranger. M. HACKER est parvenu à convaincre le responsable d'effectuer des virements.

Bilan : détournement de 300 000 €, limité grâce à une action rapide sollicitant de la banque l'interruption d'un des virements.

Cela aurait pu être évité si l'entreprise FOVI avait sensibilisé ses collaborateurs.

Essentiel

- > **La confidentialité** tu garantiras.
- > **Un contrat de cyber-assurance** tu souscriras.
- > **Une perte ou un vol** tu anticiperas.
- > **De boucliers** tu te muniras.
- > **Aux cyberattaques** tu réagiras.
- > **Le RGPD** tu respecteras.
- > **Des clés USB** (et tous supports physiques externes) tu te méfieras.
- > **De bonnes pratiques managériales** tu adopteras.
- > **Les usages** tu règlementeras.
- > **Les collaborateurs** tu sensibiliseras.

Bonnes pratiques

La confidentialité tu garantiras

1

- Sécurisez les échanges de données sensibles.
- Disposez de mots de passe robustes : caractères diversifiés, renouvellement régulier, pas de stockage, etc.
- Ne divulguez pas d'informations sensibles et soyez vigilant.
- Maîtrisez votre e-réputation.

Un contrat de cyber-assurance tu souscriras

2

- Définissez la typologie des risques assurables : données personnelles, système d'information de l'assuré, données des tiers.
- Analysez les offres disponibles : couverture des dommages immatériels, préjudices, frais de communication de crise ; prise en charge de la gestion de crise et de la restauration des données ; responsabilité civile.
- Répertoirez les propositions de valeur pour l'assuré : évaluation, quantification, réduction et transfert des risques, expertise post-incident.

Le contrat d'assurance groupe du Conseil supérieur prévoit une couverture pour les cyber-risques et les risques liés à l'informatique depuis septembre 2016.

Une perte ou un vol tu anticiperas

3

- Ayez une stratégie rigoureuse de sauvegarde.
- Soyez conscients des avantages et inconvénients des supports (clés USB etc.).
- Prenez des précautions dans l'utilisation des supports.

De boucliers tu te muniras

4

- Munissez-vous d'antivirus et d'antispam : régulièrement à jour et actif, inspectez le contenu des clés USB et fichiers téléchargés.
- Vérifiez que les systèmes d'exploitation sont régulièrement à jour : évitez les systèmes obsolètes et les versions logicielles anciennes, révoquez les droits des collaborateurs en cas de départ, etc.
- Disposez de pare-feux actifs.

• • •

Cybersécurité : les 10 bons réflexes tu adopteras

...

Aux cyberattaques tu réagiras

5

- Adoptez une méthodologie de traitement du risque au jour de l'attaque : débranchez l'ordinateur du réseau, n'utilisez plus l'équipement corrompu, portez plainte, ne payez pas la rançon, procédez à une analyse complète par l'antivirus, lancez la récupération des données, prévoyez des plans de secours, etc.
- Contactez les structures d'assistance aux victimes de cyberattaques : ACYMA, CERT, Cybermalveillance, Stopransomware.

Le RGPD tu respecteras

6

- Désignez un responsable des questions personnelles.
- Cartographiez vos traitements de données personnelles existants dans le cabinet.
- Priorisez et hiérarchisez les actions à mener.
- Gérez les risques.
- Organisez les processus internes.
- Documentez pour prouver la conformité au RGPD en cas de contrôle.

Des clés USB (et tous supports physiques externes) tu te méfieras

7

- Adoptez des mesures préventives : n'utilisez jamais une clé USB "abandonnée", avant toute utilisation, scannez et nettoyez la clé USB, bloquez la fonction "Autorun", affectez une clé par usage, chiffrez le contenu de vos clés USB.
- Préparez vos déplacements à l'étranger : n'emportez que les données indispensables pour la mission, marquez vos clés et gardez-les sur vous, jetez-les après usage.

De bonnes pratiques managériales tu adopteras

8

- Instaurez une classification des données de l'entreprise.
- Adoptez de bonnes habitudes de travail.
- Renforcez vos procédures internes : restrictions d'accès, gestion des départs des collaborateurs, procédure en cas de modification des RIB fournisseurs, etc.
- Supervisez, auditez et corrigez : tests d'intrusion, plan de reprise et de continuité d'activité.

Les usages tu règlementeras

9

- Encadrez les pratiques par l'utilisation d'une charte informatique.
- Fixez les règles et consignes que les utilisateurs doivent respecter.
- Rendez-la opposable aux salariés soit en l'annexant au contrat de travail des salariés, soit en formalisant l'acceptation individuelle par chacun des salariés ou en lui donnant une valeur de règlement intérieur.

Les collaborateurs tu sensibiliseras

10

- Sensibilisez les collaborateurs.
- Nommez un responsable de la sécurité du Système d'Information pour piloter la démarche et coordonner les différentes actions à mener.
- Impliquez et responsabilisez les usages dans les mécanismes de cyberprévention : informez, sensibilisez, formez, motivez.
- Soyez interactif et passez d'une pédagogie "passive" à une pédagogie "active".

Des missions de conseil à tes clients tu proposeras

"Pour ce qui est de l'avenir, il ne s'agit pas de le prévoir, mais de le rendre possible" Antoine de Saint-Exupéry

Anecdote

M. VANTANLIGNE est fier de sa nouvelle boisson nutritionnelle. Il a désormais besoin d'un partenaire stratégique fiable pour se lancer dans le e-commerce. Son expert-comptable, M. BRÉL, n'a jamais été proactif en termes de conseils, bien qu'il soit efficace sur ses missions. Sur les réseaux sociaux, il remarque un autre expert-comptable, qui prend la parole sur des sujets en relation avec ses aspirations. Il est convaincu que ce dernier est l'homme de la situation.

Essentiel

- **Détectez les besoins d'accompagnement** en numérique.
- **Proposez de nouvelles missions liées au numérique** (accompagnement à la transition numérique et l'organisation ; conseil en optimisation des process ; sécurisation).
- **Enrichissez et élargissez vos autres missions** (accompagnement, contrôle de gestion et prise de décision ; mise en place d'un site e-commerce).

Bonnes pratiques

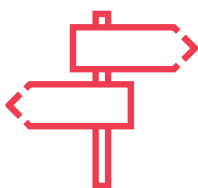


Détectez les besoins d'accompagnement en numérique

- Envoyez l'autodiagnostic numérique proposé par le Conseil supérieur à votre client pour détecter et mesurer ses besoins (<https://prive.experts-comptables.org/diagnostics/autodiagnosics>).
- Accédez à la fiche de synthèse.
- Proposez de nouvelles missions de conseil et valorisez-les.

Proposez de nouvelles missions liées au numérique

Missions	Objectif
Accompagnement à la transition numérique et l'organisation	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnostiquer les forces et les faiblesses de votre client. • Bâtir un plan d'action numérique adapté aux forces et faiblesses identifiées • Proposer un rapport complet de diagnostic présentant les leviers permettant d'en saisir les opportunités : conseils, pistes d'améliorations.
Conseil en optimisation des process	<ul style="list-style-type: none"> • Prendre connaissance de l'environnement au sein de la structure (informatique, informationnel, organisationnel). • Évaluer des processus internes. • Proposer des pistes d'optimisation des processus. <ul style="list-style-type: none"> - simplifier les tâches administratives (facturation électronique, archivage électronique, coffre-fort numérique, bulletin de paie numérique etc.) ; - utiliser des d'outils collaboratifs, OCR, numérisation etc.
Sécurisation (Cyber, RGPD, SI)	<ul style="list-style-type: none"> • Prendre connaissance des informations sensibles dont dispose l'entreprise. • Réaliser un diagnostic permettant d'évaluer : <ul style="list-style-type: none"> - l'efficacité des dispositifs de contrôle interne dont dispose l'entreprise en matière de cybersécurité ; - la fiabilité du système de sécurité informatique en s'assurant que les données les plus à risque de l'entreprise sont sécurisées. • Établir un compte-rendu formulant des préconisations sur les faiblesses identifiées à l'issue de votre intervention.



• • •

Des missions de conseil : à tes clients tu proposeras

...

Enrichissez et élargissez vos autres missions



Missions	Objectif
Accompagnement, contrôle de gestion et prise de décision	<ul style="list-style-type: none"> • Suivre les performances de votre client. • Mettre en place des outils permettant de suivre l'activité au travers d'indicateurs de gestion. • Proposer un accès instantané et collaboratif pour guider et conseiller dans la jungle d'informations mise à disposition.
Mise en place d'un site e-commerce	<ul style="list-style-type: none"> • Mission en amont : préparer la création du site. • Mission de suivi d'activité : s'assurer du bon déroulement de l'activité. • Mission en aval : anticiper l'évolution du site e-commerce.