

Pourquoi se présenter (vraiment) est devenu indispensable quand on est expert-comptable

Vous n'êtes pas le ou la seul(e) à savoir établir un bilan, produire une liasse ou monter un prévisionnel.

La compétence technique est une base attendue. Elle ne vous distingue plus.

Ce qui fait aujourd'hui la différence, c'est **votre façon de faire ce métier**. Votre posture. Votre manière d'accompagner. Votre capacité à rassurer, à conseiller, à faire comprendre. Bref : **votre présence**.

Et cette présence passe aussi par un point souvent oublié (ou repoussé) : **le fait de se présenter. De dire qui vous êtes. Ce que vous apportez. Et pourquoi.**

Ce qui attire un client, ce n'est pas votre diplôme. C'est votre posture.

Un dirigeant ne choisit pas son expert-comptable uniquement sur ses compétences techniques.

Il le choisit parce qu'il :

- **Comprend ses enjeux**
- **Parle un langage clair**
- **Est capable de challenger ses décisions sans le juger**
- **Crée une relation de confiance, dans la durée**

Et pour que cette confiance naisse... encore faut-il **oser montrer qui vous êtes**.



« **Mais pourquoi devrais-je me montrer ?** »

Parce que si vous ne le faites pas, d'autres le feront à votre place.

Et ce que vous ne montrez pas devient invisible.

Trop de cabinets délèguent 100 % de leur communication sans y insuffler **aucune personnalité, aucune vision**. Résultat : des publications plates, identiques, interchangeables. Qui attirent peu, engagent peu, et surtout... ne construisent rien.

👉 Pourtant, **vous êtes votre meilleur argument de vente**.

👉 Ce que vous apportez **ne peut pas être résumé en "cabinet humain & réactif"**. Vous devez **l'incarner**.

Se montrer, ce n'est pas s'exposer. C'est choisir ce qu'on montre.

Se montrer, ce n'est pas tout dire.

Ce n'est pas faire du storytelling creux ou jouer à l'influenceur LinkedIn.

C'est simplement choisir **ce que vous décidez de montrer de vous** :

- Vos **valeurs professionnelles**
- Votre **vision du métier**

- Votre **quotidien** (même sobre, discret, technique)
- Vos **postures face aux enjeux clients**
- Votre **regard sur l'évolution de la profession**

Et ça, **personne ne peut l'écrire à votre place.**

La posture conseil, c'est aussi une posture de communication

Aujourd'hui, les clients attendent de leur expert-comptable **bien plus que de la production.**

Ils veulent un partenaire :

- Qui explique.
- Qui anticipe.
- Qui simplifie.
- Qui donne des repères pour décider.

Or cette posture ne s'improvise pas. Elle **se cultive et se communique.**

Un expert-comptable qui incarne cette posture dans sa communication crée naturellement :

- ✓ plus d'engagement
- ✓ plus de recommandations
- ✓ plus d'attractivité
- ✓ plus de fidélisation

Comment adopter une posture de conseil efficace ?

Adopter une posture de conseil ne signifie pas seulement fournir des recommandations techniques. Il s'agit de :

- Comprendre les enjeux spécifiques de chaque client
- Communiquer de manière claire et adaptée
- Faire preuve d'empathie et de proactivité

Des formations spécialisées, comme celles proposées par Happy Up Performance, peuvent vous aider à développer ces compétences et à construire un plan de communication personnelle efficace .[Happy-Up Performance](#)

Exemples de contenus pour valoriser votre posture de conseil

Voici quelques idées de publications pour illustrer votre expertise et votre approche :

1. Partagez une expérience client marquante

"Accompagner un client dans la restructuration de son entreprise a été un défi enrichissant. Ensemble, nous avons identifié les leviers de croissance et mis en place une stratégie efficace."

2. Donnez votre avis sur une évolution du secteur

"L'intégration de l'IA dans la comptabilité transforme notre métier. Il est crucial de rester à jour et de comprendre comment ces outils peuvent améliorer notre service client."

3. Présentez votre approche collaborative

"Chez [Nom du Cabinet], nous croyons en une collaboration étroite avec nos clients. Chaque décision est prise ensemble, en tenant compte de leurs objectifs et de leur vision."

Le branding personnel, ce n'est pas du marketing. C'est de la clarté.

Vous avez une identité professionnelle. Une manière de faire. Une manière de parler. Une vision du métier.

Le **personal branding**, c'est l'art de mettre tout cela **en cohérence** pour que les autres comprennent :

"Voilà qui je suis. Voilà comment je travaille. Voilà ce que j'apporte."

Et cela repose sur 3 piliers simples :

1. **Cohérence** : vos actions reflètent vos paroles
2. **Clarté** : votre message est compréhensible
3. **Constance** : vous êtes visible régulièrement, dans un ton stable

Les bénéfices concrets d'une présence authentique

Quand un expert-comptable ose prendre la parole **à la première personne**, voilà ce que ça change :

- ✅ **Plus de visibilité naturelle** : les posts incarnés performant mieux que les posts techniques
- ✅ **Plus de proximité client** : les gens travaillent avec ceux en qui ils ont confiance
- ✅ **Un recrutement facilité** : vous attirez des talents qui se reconnaissent dans vos valeurs
- ✅ **Moins de négociation sur les prix** : on ne compare pas un "expert-comptable", on vous choisit, vous
- ✅ **Une image professionnelle durable**, sans avoir besoin de faire de la pub

Exemples de posts que VOUS seul(e) pouvez rédiger

Voici quelques idées que vous pourriez publier si vous osiez parler de vous (sans marketing, sans exagération) :

✦ 1. Mon déclic pour m'installer

Pourquoi j'ai quitté un cabinet, pourquoi j'ai monté le mien, et ce que j'ai voulu faire autrement.

✦ 2. Ce que je refuse aujourd'hui

Les demandes que je décline, et pourquoi c'est bon pour mes clients que je pose un cadre.

✦ 3. Une journée marquante

Un moment où j'ai senti que j'avais vraiment aidé un client. Ce qui s'est joué. Ce que j'en retire.

✦ 4. Les coulisses de mon métier

Ce que mes clients ne voient pas, mais qui fait toute la différence dans l'accompagnement.

5. Ma vision de la profession

Ce que l'IA, la facture électronique, ou la pénurie de talents changent (ou pas) à mon rôle.

Vous ne savez pas par où commencer ?

Commencez petit.

Un post par mois, pas plus.

Choisissez un format simple :

- Une anecdote
- Un constat
- Une prise de position
- Une question que vous entendez souvent
- Une expérience terrain

Vous n'avez pas besoin d'être parfait. Vous devez juste **être vrai**.

Ce qu'il faut retenir

 La technique ne suffit plus.

 La transparence fait la différence.

 Et la posture conseil se construit autant dans les actes... que dans la manière dont vous en parlez.

Ce n'est pas une question de notoriété.

C'est une question de lisibilité.

Et d'impact sur ceux que vous accompagnez.

Travailler votre image professionnelle et adopter une posture de conseil sont des leviers puissants pour renforcer votre positionnement sur le marché. Cela nécessite de la cohérence, de l'authenticité et une communication adaptée.