

Pourquoi suivre une formation en pilotage de cabinet d'expertise ou de société de services ?

Diriger un cabinet d'expertise ou une société de services implique :

- Une vision stratégique claire
- Une gestion financière maîtrisée
- Une analyse précise du chiffre d'affaires
- Un suivi régulier de la rentabilité
- Une capacité d'anticipation des risques

Sans outils adaptés, les décisions restent intuitives. Avec cette formation, vous structurez votre pilotage et prenez des décisions fondées sur des indicateurs mesurables.



Résultats concrets à l'issue de la formation:

- Un budget annuel structuré
- Un outil de contrôle de gestion opérationnel
- Un tableau de bord financier personnalisé
- Une stratégie clarifiée
- Une méthode de pilotage durable

- Un certificat de formation
- 4 crédits accordés dans le cadre de l'International expert MBA®



À qui s'adresse cette formation ?

- Dirigeants de cabinet d'expertise
- Experts souhaitant développer leur structure
- Professionnels en phase de repositionnement stratégique

Modalité d'accès

- Admission sur inscription en ligne.
- Validation de l'inscription après réception du règlement.
- Choix du statut (membre ou non membre de l'Ordre) lors de l'inscription.
- Un email de confirmation est envoyé avec les modalités d'accès à la formation.
- Les participants peuvent intégrer la session dans la limite des places disponibles.

Accessibilité

- Contact handicap:
contact@institut-experts-internationaux.com
- Possibilités d'adaptation pédagogique.
- Modalités de signalement d'un besoin spécifique avant l'entrée en formation.



Semaine 1 : finalité des dirigeants et vocation de l'entreprise

Objectif : Alignement entre vision personnelle et activité du cabinet
Décisions possibles : continuer et développer ou prévoir l'arrêt ou la vente de l'activité...

Exercice : organigramme

Semaine 2 et 3: marketing et intelligence artificielle

1) Étudier le « portefeuille services » de l'entreprise

Analyse des différents services proposés par l'entreprise, positionnement de ces services dans le cycle de vie du produit, possibilité d'innovation ou de remplacement, présence d'un savoir-faire différenciateur.

Objectifs : mesurer la durabilité de l'entreprise, envisager le remplacement de certains services, comprendre quels services seront les plus faciles à développer, avoir la capacité d'anticiper le marché.

Décisions possibles : abandon de services proposés, remplacement de services proposés, développement de services proposés, recherches de nouveaux services, mettre en place une stratégie marketing axée sur un savoir-faire différenciateur.

Exercice : repérer vos savoir-faire différenciateurs.

2) Utiliser l'intelligence artificielle pour comprendre notre client cible

Recherche du « persona », validation de l'argumentaire, création d'un flyer, cohérence marketing...

Objectifs : repérer votre client potentiel et savoir comment le toucher et quoi lui proposer.

Décisions possibles : changement de discours publicitaires, modification de l'offre, ciblage plus pertinent, modification du segment de marché, confirmation de l'action commerciale.

Semaines 4 et suivantes : gestion, nécessité d'utiliser un tableur de type Excel

Chaque étape fait l'objet d'un envoi qui sera validé ou corrigé par les formateurs. Les tableaux Excel préprogrammés à conserver précieusement serviront de tableau de bord pour le chef d'entreprises. Chaque étape numérotée représente une semaine afin de laisser le temps à l'apprenant d'appliquer ce qu'il a vu à sa propre entreprise et de le faire valider par les formateurs.



Semaine 4: budget du chiffre d'affaires et analyse de variabilité des charges

1) Budget du chiffre d'affaires : découpage du chiffre d'affaires de l'entreprise par services proposés, analyse de l'évolution de ces chiffres d'affaires des trois dernières années, positionnement de ces services dans le cycle de vie du produit et budgétisation pour l'année en cours. Analyse de la saisonnalité mensuelle du chiffre d'affaires.

Objectifs : obtenir le tableau annuel et mensuel du chiffre d'affaires budgété par type de services vendus par l'entreprise pour l'année 2026 et 2027.

2) Analyse de variabilité des charges : distinction entre charges variables et charges fixes, réalisation du tableau prévisionnel des charges pour l'année 2027, décliné en mois en tenant compte de la saisonnalité repérée pour le tableau du chiffre d'affaires.

Calculer le résultat prévisionnel.

Objectifs : obtenir le tableau annuel et mensuel des charges et du résultat budgétés par l'entreprise pour l'année 2026 et 2027.

Semaine 5: calcul du point mort (seuil de rentabilité)

Le chiffre d'affaires budgété en quatrième semaine lors de la première étape de la partie gestion permet-il d'atteindre ce seuil de rentabilité ?

Rapprochement du résultat par rapport au tableau précédent : à quel moment l'entreprise devient-elle rentable ? Quel chiffre d'affaires minimum réaliser ? Comment atteindre plus rapidement ce point mort et augmenter la rentabilité. Quels sont les freins principaux à une entreprise plus rentable ? Quels sont les accélérateurs de productivité ou de rentabilité.

Objectifs : mesurer mensuellement la rentabilité de l'entreprise pour prendre la décision d'éventuelles mesures correctrices dans les temps permettant un effet positif avant la fin de l'année 2026 ou pour 2027.



Semaine 6: budget global annuel et mise en place du contrôle de gestion mensuel

le tableau que nous complétons mensuellement permet de projeter le résultat à la fin de l'année.

Il permet de mesurer les écarts positifs ou négatifs sur chacun des postes de chiffre d'affaires de charges du tableau et d'en anticiper les conséquences.

Ce contrôle de gestion mensuel est une discipline à conserver jusqu'à la fin de l'année 2026 et à continuer en 2027.

Il peut-être temps aussi de faire le budget de l'année 2027 avec des chiffres qui auront été validés par les mois passés.

Objectif : disposer d'un outil permettant de connaître le résultat de l'entreprise tous les mois et d'anticiper le résultat final de l'année.

Il s'agit d'un outil précieux dont la programmation a été réalisé par vos formateurs mais dont le montage des données a été fait ensemble. C'est un outil complexe mais d'une utilisation simple pour vous qui avait participé à sa mise en place.

Semaine 7: analyse stratégique de l'entreprise

mettre en place une matrice d'analyse stratégique et positionner l'entreprise à l'intérieur de cette matrice. Quelles menaces pèsent sur l'entreprise ? Quelles opportunités sont à prendre en compte ?

Que faut-il changer pour anticiper ?

Comment raisonner pour les trois à cinq prochaines années ?

Objectif : comprendre les points faibles et les points forts de l'entreprise, en anticiper les conséquences et recueillir les données qui vont permettre de prendre des décisions stratégiques.



Semaine 8: décisions stratégiques et choix à partir des budgets annuels, vous maîtrisez les chiffres de votre entreprise ; le marketing étudié au début de cette formation vous a permis de positionner votre portefeuille de produits, la matrice stratégique vous a prévenu des risques et des opportunités comme de vos forces et de vos faiblesses.

Vous avez toutes les données : faut-il continuer ainsi et ne rien changer ? Faut-il changer quelque chose ? La réponse est objective, elle n'est plus subjective.

Ce qui reste subjectif est votre satisfaction par rapport à votre travail. Subjectif, mais très important quant à vos choix stratégiques, il va falloir en tenir compte.

Objectifs : avoir un travail et une entreprise qui correspondent à l'être humain que vous êtes, à ses aspirations profondes, à ses valeurs.

Anticiper les modifications internes ou bien liées à l'environnement de l'entreprise.

Faire des choix qui tiennent compte du présent et du futur de l'entreprise comme de son dirigeant.



Modalités de la formation

- Durée : 8 à 10 semaines
- Format : Formation 100 % distancielle
- Rythme : 3 heures par semaine (30 heures au total)
- Sessions : Chaque vendredi
- Suivi pédagogique : Validation continue par les formateurs
- Chaque semaine correspond à une étape opérationnelle directement applicable dans votre cabinet.

Tarif

- 480 € pour les membres de l'Ordre
- 960 € pour les non membres

Prochaine session:

du 25/09/26 au 20/11/26

