

CGP : approche pour une facturation d'honoraires

Facturer le temps nécessaire à une prestation intellectuelle est une opération délicate. Le tarif idéal est un point d'équilibre qui satisfait le client et le consultant. Vincent Boisseau est interviewé et l'article publié dans les Echos Entrepreneurs du 22 juin 2017

Consultants?: savoir doser pour facturer ses prestations

Par [GERALDINE DAUVERGNE](#) Les ECHOS ENTREPRENEURS 22/06/2017

Facturer le temps nécessaire à une prestation intellectuelle est une opération délicate. Le tarif idéal est un point d'équilibre qui satisfait le client et le consultant.

Trop souvent, la mission facturée par le consultant se résume au prix de la seule prestation de service. La valeur du conseil qui l'accompagne est négligée. «*Or la vraie valeur ajoutée du consultant, c'est toujours le conseil et la vision stratégique*, assure Vincent Boisseau, dirigeant fondateur chez Opadeo Conseil, spécialisé en conformité, stratégie et risque pour les acteurs de l'épargne, du patrimoine et de la finance. *Il doit **expliquer à son client que son conseil a de la valeur et lui faire prendre conscience que, derrière un rapport de quelques pages, il y a de l'expertise, de l'expérience et du temps.***»

Déterminez votre prix de satisfaction

Un consultant doit considérer une même mission sous différents critères de prix?: quel prix à la journée lui permet-il de vivre de son travail?? Quel est le prix de sa réputation, de sa qualification, de ses compétences et de son expérience... Bref, de tout ce qui fait sa valeur ajoutée?? Et enfin, quel est le prix de la valeur générée par son conseil, c'est-à-dire le **gain potentiel ou avéré pour le client**?? «*Le prix de satisfaction du consultant est issu de la conjonction de ces différents prix?*», explique Vincent Boisseau.

Confrontez-le à celui du client

La confrontation du prix de satisfaction avec celui du client va faire bouger les lignes. Quelles sont ses capacités financières?? Quelles seront les économies générées par l'opération?? Quelles sont les règles communément admises pour fixer les prix dans ce domaine spécifique?? Quel est l'écosystème de l'intervention?? Selon qu'elle se déroule à Paris ou dans une ville de province, les tarifs peuvent varier de 30%?! Tous ces éléments vont faire baisser ou augmenter le prix de satisfaction que s'est fixé le consultant. «*Les différents prix du client et ceux du consultant doivent trouver un **point d'équilibre, juste et équitable**, celui où tout le monde est satisfait?*», précise Vincent Boisseau.

Ajustez-le à la durée des missions

Lorsqu'il s'engage dans une première mission, le consultant a tout intérêt à tenir compte du **potentiel de facturation ultérieur de son client**. *«?Quand il a obtenu son prix de satisfaction, le consultant a la possibilité d'appliquer des surcotes ou des décotes. S'il sait qu'il va être amené à travailler dans la durée avec son client, il peut lui accorder une petite réduction sur la première intervention, en signalant bien son geste. A l'inverse, pour une mission ponctuelle, il n'a aucune raison de diminuer son prix.?»*

Optez pour le forfait révisable

Facturer le temps nécessaire à une prestation intellectuelle est une opération délicate. *«?Le client sous-estime toujours le temps passé par le consultant pour arriver à ses conclusions?»,* souligne Vincent Boisseau. *«?Il préfère en général la facturation au forfait, car il sait où il va. Mais cette option est plus problématique pour le consultant, qui doit préalablement évaluer de manière précise le temps qui lui sera nécessaire.?»* La solution?? Un **forfait révisable** lorsque des éléments exogènes modifient la durée de la mission. *«?On obtient un système assez cohérent et satisfaisant pour chaque partie?»,* estime Vincent Boisseau.

Valorisez le temps perdu grâce à l'abonnement

Entre deux missions, votre client appelle parfois, pour un conseil, une information ou un petit service ponctuel?? Ces micro-services non facturés génèrent beaucoup de temps perdu, surtout lorsqu'ils sont démultipliés par le nombre de ses clients. *«?Le consultant a intérêt à **facturer l'accès à ces petits services, grâce à un abonnement** de quelques dizaines ou centaines d'euros par mois?»,* suggère Vincent Boisseau. *«?Cette formule lui permet de valoriser 100??% de son temps. »*

En savoir plus sur <https://business.lesechos.fr/entrepreneurs/marketing-vente/consultants-savoir-doser-pour-facturer-ses-prestations-310945.php?BLCPBZwPC4PhDP27.99>