



Les Quatre commandements du notaire chef d'entreprise

Parution : mardi 16 août 2022

Adresse de l'article original :

<https://www.village-notaires-patrimoine.com/Les-Quatre-commandements-du-notaire-chef-d-entreprise>

Reproduction interdite sans autorisation de l'auteur.

Parmi les conférences organisées lors de la Genapi Académie, qui s'est tenue les 6 et 7 avril 2022 à Paris, celle intitulée "Notaire, chef d'entreprise", a particulièrement retenu l'attention de la Rédaction du Village des Notaires. Pourquoi ? Tout simplement parce qu'elle a abordé des thèmes qui nous sont chers : le management de l'étude au sens large et la communication des notaires.

Au-delà du conseil apporté à vos clients et des actes que vous rédigez, être notaire c'est aussi s'atteler aux budgets prévisionnels de l'étude, à l'analyse des chiffres sur les dossiers entrants, aux ratios et à la segmentation de la clientèle versus le chiffre d'affaires. Au traitement des dossiers de l'étude par les collaborateurs pour mieux piloter vos équipes et préparer les entretiens sur des objectifs quantitatifs et qualitatifs pour mesurer leur performance. C'est être un manager devant fédérer autour d'un projet d'entreprise, développer une culture interne forte permettant d'engager ses équipes et ses clients. C'est aussi gérer les aspects liés à la notoriété de l'étude, sa réputation, unifier sa communication pour fidéliser et capter une nouvelle clientèle.

Être notaire, c'est diriger une entreprise et c'est pourquoi, en compagnie de Dan Kohn, Directeur de la Prospective du Groupe Septeo, nous vous livrons les quatre commandements du notaire chef d'entreprise.

1/ Une vision sur le présent, le moyen et le long terme, tu construiras

Alors oui, vous notaire, vous êtes chef d'entreprise, et en tant que tel vous devez **développer une vision stratégique de votre étude afin de trouver le juste équilibre entre efficacité et efficacité**. Sachant que le seuil de rentabilité des collaborateurs en étude se situe en moyenne à 100 dossiers / an [1], la question de la productivité est évidemment centrale pour vous. Il est donc essentiel d'évaluer la volumétrie et la typologie des dossiers pour anticiper sur vos besoins en ressources humaines et technologies. L'utilisation d'instruments de mesure est alors indispensable afin de ne pas naviguer à vue mais, au contraire, piloter sereinement votre activité autour d'indicateurs organisationnels, structurels, managériaux, financiers ou sur le marché. Grâce à ces indicateurs, vous aurez la capacité d'analyser ce que vous avez déjà à votre disposition et quels ajustements sont nécessaires pour atteindre l'objectif que vous vous êtes fixé.

Sur cette question centrale de la productivité, **l'IA est votre alliée**. En effet, en automatisant les tâches les plus rébarbatives et chronophages, l'IA vous laisse vous concentrer sur votre métier : l'expertise juridique. De plus, l'IA en analysant et classant la data directement depuis vos documents est un outil précieux de mesure de votre activité qui vous permettra de dégager des axes de développement possibles. En ayant recours à l'IA vous êtes donc doublement gagnant, aucune raison de ne pas passer le pas et devenir un notaire augmenté !

Enfin, s'il ne fait aucun doute que les notaires sont d'excellents juristes, le fait est que, pour pouvoir assurer le développement et la pérennité d'une étude aujourd'hui, être un technicien de haut vol ne suffit plus. Vous devez avoir une connaissance pointue de votre marché pour proposer des réponses adaptées et innovantes à vos clients. Mieux encore, vous devez aller au-delà de ses attentes en anticipant ses besoins. Ce faisant, vous **placez l'expérience client au cœur du développement de votre étude**. En appliquant la méthode du *design thinking* [2] lors de l'élaboration de votre stratégie, vous vous assurez de répondre aux besoins de vos clients et de proposer ainsi les services les plus adaptés à votre marché, non seulement aujourd'hui, mais vous imaginez aussi déjà des solutions pour répondre aux problématiques qui pourraient émerger dans un futur à plus ou moins long terme.

2/ Les enjeux RH, tu maîtriseras

Les charges de personnel sont la principale charge des études, pouvant représenter jusqu'à 40% de votre produit brut, mais au-delà de cet aspect financier non négligeable, votre équipe est la première ressource de votre étude, aussi est-il primordial d'y consacrer une partie de votre temps et de mettre en place des process qui vous permettront de la préserver.

Vous êtes un manager ayant la responsabilité de fédérer vos équipes en créant par exemple **une marque employeur forte**, qui valorisera ceux qui s'y rattachent. Cette marque peut reposer sur des valeurs que vous défendez (une cause pour laquelle l'étude s'engage : humanitaire, sociétale, sociale, écologique, etc.), un ADN revendiqué (une étude familiale par exemple, héritière d'une tradition, ou bien résolument tournée vers l'innovation, ou encore une forme de "spécialisation"), une politique d'impact transition écologique / RSE renforcée [3].

En plus du sentiment de fierté d'être associé à cette marque valorisante que votre équipe ressentira, c'est aussi un **excellent outil d'attractivité RH** qui pourra vous permettre de la différence lorsque vous serez en "compétition" avec un confrère pour attirer à vous les meilleurs profils.

On le sait, le rapport au travail a évolué au fil des ans [4], et aujourd'hui les salariés sont particulièrement attentifs au bon équilibre vie professionnelle / vie personnelle, ainsi qu'à la qualité de vie au travail. N'hésitez donc pas à créer un espace de vie qui sera agréable pour vos collaborateurs, non seulement en soignant l'aménagement [5], mais aussi en proposant des "services" en plus : table de ping-pong, salle de repos, activités sportives, services de *catering*, activités de *team building*... la liste est sans fin, la seule limite étant votre imagination (et votre budget, bien évidemment).

Le télétravail, très largement normalisé dans ce monde "d'après", peut aussi être une solution qui permettra à vos collaborateurs d'arriver à un meilleur équilibre vie professionnelle / vie personnelle, en réduisant par exemple le temps de transport et la fatigue inhérente.

Outre l'intérêt de la flexibilité de l'office, si la crise sanitaire a mis en exergue une chose dans le monde du travail, c'est bien la nécessité d'utiliser des outils favorisant les échanges et le travail collaboratif. Les études notariales ne font pas exception. Ces outils, en plus d'être des leviers de performance et de productivité, sont aussi des vecteurs de cohésion de l'équipe et ils renforcent ce sentiment d'appartenance à une même structure : votre étude.

En tant que manager il est important que vous restiez à l'écoute des besoins et des envies de vos collaborateurs, et ce dès la phase d'*onboarding* [6]. Ce suivi vous permettra une meilleure **gestion des talents au sein de votre équipe**, en proposant des opportunités d'évolutions de postes, des formations stimulantes. Mettre en place des plans de carrière pour vos collaborateurs est aussi un véritable atout lors de vos recrutements. Le message que vous envoyez aux candidats étant que vous êtes attentif à l'évolution de vos salariés et que dans votre étude des vraies opportunités de progression existent.

L'aspect rémunération ne doit évidemment pas être ignoré non plus. Une veille salariale vous permettra de vous assurer que vous êtes compétitif vis-à-vis du marché de l'emploi notarial.

Être notaire chef d'entreprise, c'est donc aussi s'assurer du bien-être de vos collaborateurs et les fédérer autour de votre étude en nourrissant une fierté d'y travailler, et demain nous pourrions imaginer la création d'un label du notariat "*Great Office to work*", à l'image de "*Great place to work*", qui viendrait récompenser les structures.

3/ En interne et externe, tu communiqueras

C'est sans doute une lapalissade, mais avant toute chose, vous devez décider de ce sur quoi vous allez communiquer, vers quelle cible et dans quel but.

La bonne nouvelle c'est que vous allez pouvoir commencer par vous resservir de ce que vous aurez mis en place en application du deuxième commandement : la marque employeur. En effet, **la première chose que vous pouvez transmettre aussi bien en interne qu'en externe ce sont vos valeurs.**

En interne, cette communication peut prendre la forme d'une newsletter, d'un flash info audio ou

vidéo, d'un affichage interne ou tout simplement d'une annonce orale lors des réunions ou événements internes. Elle a alors pour but de renforcer la cohésion de l'équipe et le sentiment d'appartenance à un même groupe uni autour de valeurs positives et valorisantes.

En externe, elle permet d'étendre à vos clients ce sentiment d'appartenance à votre étude via des valeurs partagées. En diffusant une image qui repose sur des valeurs fortes, vos clients auront alors une certaine fierté de faire partie de la vie de l'office, d'y appartenir et d'y contribuer.

Deux actions complémentaires sont à mettre en place pour garantir une communication totale :

- Une **communication "scientifique"** destinée à assoir votre image de professionnel auprès de vos confrères, des autres professionnels du droit et du chiffre, de vos partenaires (patrimoine, immobilier, etc.) et de vos clients. Il peut s'agir d'article expliquant une nouvelle réglementation (ex. : réforme des successions), une analyse de marché (ex. : bilan annuel des transactions immobilières) ou une réflexion sur l'évolution de la société et l'impact qu'elle pourrait avoir pour le notariat (ex. : intégration des NFTs au patrimoine des particuliers et des entreprises) ;
- Une **communication sur la vie de l'étude** qui permettra de véhiculer l'image de marque que vous avez choisie. Il s'agira ici des actions de l'étude, au niveau associatif, sportif, RSE, l'annonce de l'arrivée d'un nouveau collaborateur, l'obtention de la certification ISO 9001, etc.

Pour les canaux de diffusion, il va de soi qu'il est nécessaire d'avoir un site internet [7] mis à jour régulièrement, avec une navigation simple et un design qui reflète l'identité de votre étude. Votre site interne est la vitrine de votre étude.

Mais si on parle de communication, il est impossible aujourd'hui de faire l'impasse sur les réseaux sociaux. Reste à choisir celui qui sera le plus adapté à votre communication [8].

Dressons un panorama des réseaux et de leurs utilisations.

- **Twitter** : la limitation du nombre de caractères impose d'aller à l'essentiel. Le compte *Twitter* de votre étude pourra donc se faire le relais d'événements auxquels vous participez, ou être un moyen de partager les liens vers les articles que vous publierez sur votre site internet par exemple.
- **LinkedIn** : parce qu'il s'agit d'un réseau professionnel, *LinkedIn* vous permettra avant tout de toucher vos confrères et partenaires. C'est aussi un excellent moyen de communiquer vers votre clientèle professionnelle. Tous les formats sont possibles : image, vidéo, article, partage de lien... En créant une page entreprise pour votre étude, *LinkedIn* viendra compléter votre site internet, en vous faisant qui plus est bénéficier d'un bon référencement sur les moteurs de recherche.
- **Facebook** : dans le cadre d'une utilisation en milieu professionnel, *Facebook* est l'équivalent de *LinkedIn* mais pour toucher les particuliers.
- **Instagram** : un seul mot d'ordre de l'image, toujours de l'image, que de l'image, qu'elle soit fixe ou en vidéo. Utilisez une charte graphique claire, postez des photos des événements auxquels vous participez ou des infographies créées en utilisant le *Legal design*.

En dehors des réseaux sociaux, vous pouvez aussi envoyer une newsletter régulière à vos clients et partenaires (dans le respect du RGPD, bien entendu !), rédiger un livre blanc, créer un podcast, organiser des webinaires, réaliser de courtes vidéos explicatives ou vous auto-publier sur le *Village des Notaires* [9] ! En matière de communication, les canaux sont multiples et ils ont chacun leur avantage, la seule règle à respecter (en dehors de la déontologie et normes de savoir-vivre habituelles) est de s'astreindre à une certaine régularité.

4/ Un entrepreneur du droit, tu deviendras

Le notaire doit en réalité aller plus loin qu'être chef d'entreprise et devenir notaire entrepreneur, capable d'**identifier les opportunités** et d'**activer des leviers de développement**.

En recherchant la croissance interne et la rentabilité au sein des actes, vous allez être en mesure

d'activer un premier levier de développement. Comme nous l'avons vu dans le premier point de cet article, l'utilisation de l'IA facilitera ces recherches en vous fournissant des indicateurs clairs des sources de croissance interne possible tout en augmentant significativement la profitabilité des actes.

Parce que vous mettez client au centre de votre développement, vous allez être en mesure de discerner quel service en plus proposer afin d'accroître sa satisfaction et garantir ainsi une croissance organique. En effet, un client satisfait au-delà de ses attentes sera un client non seulement fidélisé, mais aussi un "ambassadeur" de votre étude qu'il ne manquera pas de recommander autour de lui.

En termes de croissance externe, ayez une approche raisonnée en cherchant soit des points d'élargissement géographiques ou en développant des expertises complémentaires, qui deviendront votre levier de développement. L'avantage d'opter pour une expertise complémentaire voire pour une expertise spécifique, c'est qu'elle vous affranchit en quelque sorte de la limite territoriale des études "classiques". Si vous proposez un service que les autres n'ont pas, il sera alors beaucoup plus logique pour vous d'étendre votre zone d'influence géographique. Dans cette recherche de nouveaux clients, la communication joue un rôle essentiel, en plus des actions que nous avons déjà détaillé, alors pourquoi ne pas proposer du *pro-bono* pour des consultations sur des actes non tarifés ? En proposant et en mettant en place une opération ponctuelle de consultations gratuites en droit des affaires, en droit des sociétés, en négociation immobilière ou sur un diagnostic patrimonial, vous pourriez **faire l'acquisition de nouveaux clients** et paradoxalement augmenter la rentabilité des actes librement négociés sur le long terme.

D'autre part, vous devez vous détacher de cette vision des évolutions réglementaires comme autant de contraintes qui vous sont imposées, et au contraire les **transformer en opportunités de développement**. Ainsi la loi PACTE, RSE, la loi Sapin ou le RGPD sont autant de possibilités pour vous de développer votre image et votre activité en vous saisissant de ces sujets. De la même façon, l'interprofessionnalité, la médiation et l'arbitrage vous permettent d'étendre votre activité en créant des synergies avec d'autres professionnels et en ajoutant d'autres services à ceux que vous proposez déjà.

Enfin, les **évolutions technologiques** sont pour vous un moyen de capter de nouveaux marchés. Il est donc essentiel de vous saisir de ces thématiques pour pouvoir accompagner vos clients. Si nous prenons l'exemple des crypto actifs, ils créent de nouvelles problématiques en matière de successions, donations, valorisation du patrimoine incorporel du dirigeant d'entreprise et même de partage des biens dans le cadre d'une dissolution de régime matrimonial. En prenant les devants des demandes de vos clients, en publiant par exemple un article sur ces questions, vous mettez en avant votre capacité à appliquer votre expertise aux nouvelles technologies.

Être un notaire entrepreneur, c'est donc utiliser les leviers de nouvelles réglementations, de la technologie à votre disposition, pour adresser de nouveaux marchés et trouver de nouveaux relais de croissance.

Dan Kohn, Directeur de la Prospective du Groupe Septeo
Ariane Malmanche, pour la Rédaction du Village des Notaires

[1] J. Melin, 26 mai 2021, [L'activité d'un office notarial](http://www.jesuisentrepreneur.fr), www.jesuisentrepreneur.fr

[2] La méthode du *design thinking* est une approche de l'innovation centrée sur l'humain ou l'utilisateur. L'empathie, la créativité, la co-création, l'itération et le droit à l'erreur sont au cœur de cette méthodologie d'innovation. Elle permet de concevoir des produits et services innovants pour les utilisateurs, collaborateurs, consommateurs ou usagers.

[3] [Voir Journal du Village des Notaires n° 86](#), numéro spécial RSE

[4] Voir not. S. Brenot, [Face à la crise, et pour la jeunesse : se renouveler](#), *Journal du Village des Notaires* n°87

[5] Voir [Miser sur l'aménagement et la décoration de son étude](#)

[6] Voir J. Belgrave, [Comment intégrer ses nouvelles recrues ?](#), *Journal du Village des Notaires* n°87

[7] Voir not. Elliott & Markus, [Notaires : pourquoi avoir un site web et une stratégie digitale](#)

[contribuent à votre activité, www.village-notaires.fr](#)

[8] Sur le sujet, voir F. Borrás, [L'utilisation des réseaux sociaux pour les notaires, www.village-notaires.fr](#)

[9] On vous dit tout [ici](#) !
