



Lettre d'information N° 34 - Novembre 2015

Cette lettre vous est proposée par votre partenaire INTERSUD et sera diffusée à ses fidèles clients

"Le Credit Management est en pleine mutation"

Information financière, assurance-crédit, recouvrement... : depuis plus de vingt ans, Philippe Decaudin travaille en étroite relation avec les credit managers, directions financières et directions générales des entreprises. Depuis 2012, il dirige sa propre structure, fondée avec un associé et fidèle partenaire d'Intersud : [CMCA, -Credit Management Conseil et Assurances-](#).

Sa mission ? "Aider le chef d'entreprise - ou le credit manager- à gérer ses encours clients, du prospect au paiement", explique-t-il. De la start-up au grand compte, CMCA aide donc ses 70 clients à trouver des partenaires commerciaux solvables, puis à financer leurs encours, et enfin à s'assurer du paiement de leurs factures. "Cela passe par toute une série de prestations, selon les besoins", décrit-il.

Assurance crédit, affacturage, recouvrement, en sont quelques unes. Mais pas seulement : "j'aide aussi, par exemple, à la mise en place de plate-formes de gestion de crédit management, qui permettent de relier l'outil de facturation de l'entreprise à des indicateurs de contrôle de la solvabilité, de délais de paiement, etc". Ce qui facilite le suivi des clients, et assure des pratiques communes à l'intérieur de groupes éclatés entre de multiples sites.



Philippe Decaudin, président de CMCA

Et, bien entendu, CMCA propose à ses clients de vérifier la situation financière de leurs partenaires commerciaux grâce aux enquêtes à valeur ajoutée d'Intersud. Et d'Intersud, exclusivement : "autant, pour nos autres services, nous faisons appel à différents prestataires selon les besoins, autant Intersud est, en la matière, notre partenaire exclusif. Sa notoriété est forte, son professionnalisme reconnu et surtout mes clients sont satisfaits à 100% !", confie Philippe Decaudin. "Ici, toutes les enquêtes reposent sur un véritable travail d'investigation, et j'ai toujours la possibilité de discuter avec l'analyste qui réalise l'enquête, ce qui permet une approche vraiment personnalisée de la relation".



INTERSUD
RENSEIGNEMENT COMMERCIAL ET FINANCIER

Philippe Decaudin en est du reste persuadé : la place de l'enquête à valeur ajoutée devient de plus en plus importante dans le travail du credit manager. "La première raison en est la difficulté accrue pour le chef d'entreprise d'assurer de façon pérenne et stable son portefeuille de créances", assure-t-il. Faire réaliser des enquêtes sur des clients importants peut, du reste, faciliter les relations avec l'assureur crédit.

"La seconde explication est la tendance forte que nous constatons à la protection croissante des données, facilitée par les récentes lois (cf notre [newsletter de mai dernier](#))".

Une tendance qui risque de se traduire par une frilosité accrue -et parfois injustifiée- dans les relations commerciales : faute d'avoir des données précises, la tentation peut être grande de ne jauger la solvabilité d'un partenaire qu'à l'aune de son secteur d'activité ou de sa location géographique, par exemple. "L'enquête à valeur ajoutée permet de réintroduire de la finesse, ce qui est primordial notamment avec les clients stratégiques", insiste Philippe Decaudin.

L'information de qualité, il en est persuadé, deviendra de plus en plus cruciale à l'avenir : "libéralisation du crédit interentreprise, crowfounding, cryptomonnaies, etc.. : il me semble que la désintermédiation financière s'accroît chaque jour et que les entreprises se doivent d'être désormais constamment en veille sur leur environnement", estime-t-il. Et de conclure : "à nous de proposer des outils innovants et simples pour répondre à ce besoin !"

Avec, bien entendu, l'aide d'Intersud !