



**GROUPE
INTERSUD**
FACILITATEUR DE CHIFFRE D'AFFAIRES

Lettre d'information n°60- Janvier 2018

Cette lettre vous est proposée par INTERSUD, AFRECO et G2C et sera diffusée à leurs fidèles clients

Le crédit management, à la croisée de la technologie et des relations humaines

Il a travaillé dans le domaine des travaux publics (Jean Lefebvre, Viafrance, Cochery), le matériel agricole (Fiat Machines Agricoles), la sécurité (APS Euroguard), ou encore le torrificateur italien, roi de l'expresso Segafredo Zanetti). Directeur administratif et financier pendant 25 ans, puis crédit manager depuis 20 ans, Georges Paul Grigliatti est aujourd'hui indépendant, et sa société Agima dispense son savoir-faire auprès de jeunes pousses et d'entreprises de plus grande taille.

-Comment voyez-vous évoluer les pratiques du crédit management ?

-GPG : il me semble important de souligner l'importance du volet préventif de notre fonction. Il est souvent laissé un peu de côté, les commerciaux étant toujours très enthousiastes lorsqu'ils décrochent de nouveaux contrats. Et cela est vrai également pour les start-up : j'en conseille quelques-unes, et je constate que si créer sa jeune pousse est en vogue, les jeunes chefs d'entreprise ne sont souvent ni formés, ni sensibilisés à cet aspect de leur activité. Or beaucoup de jeunes entreprises ferment leurs portes en raison de retards de paiement ou d'impayés.

Il est donc primordial de se renseigner systématiquement sur un futur client, voire de ne prospecter qu'auprès de clients bénéficiant d'une bonne notation ou sur lesquels on aura réalisé une enquête préalable. J'ai connu INTERSUD dans les années 1994/1995, époque où j'étais en poste chez Segafredo. J'utilisais les services d'enquêtes à valeur ajoutée pour compléter les renseignements obtenus auprès des bases standard, accessibles au grand public et alimentées par les informations officielles.

INTERSUD permet, à travers ses collaborateurs très compétents, d'obtenir des informations de la plus haute importance : fiabilité d'un client, surface patrimoniale d'un dirigeant ou d'un cautionnaire, liste des hypothèques ou des nantissements, le débiteur en RJ respecte-t-il son échéancier de remboursement ?, obtenir des plafonds d'encours pour des engagements supérieurs à 20 000 €...

-Quels outils pouvez-vous recommander ?

-GPG : il existe des outils comme les bases de données, qui permettent de cibler des types de clients. De plus en plus aussi, l'on s'achemine vers un monde où il sera important de savoir traiter des données venant de canaux très différents, y compris des réseaux sociaux. Cela permet de chercher des informations tous azimuts et mieux cerner ses clients ou ses fournisseurs. Les credits managers doivent être en veille sur ces sujets. Mais à côté du big data, n'oublions pas l'aspect humain qui est, à mes yeux, primordial. Lorsque je travaillais pour Segafredo (le torréfacteur italien) qui traitait pour une part importante avec le secteur de la grande distribution, je cherchais à rencontrer les directeurs financiers des grandes enseignes afin de mieux discuter des délais et des modalités de règlement. Il est important de nouer des relations humaines, cela permet de mieux se comprendre, et d'entretenir une certaine convivialité. Et ce, même lorsque les clients sont des mastodontes qui imposent leurs conditions. Malheureusement, ce n'est pas encore une habitude dans nos milieux ! Pour ce faire, appartenir à des associations est toujours un plus, cela permet de rentrer en relation sur des sujets connexes.



-Comment faire lorsque l'on est confronté à des retards de paiement ?

-GPG : savoir relancer ses clients est primordial. C'est du reste l'une des formations « best-sellers » que je dispense. Le plus efficace est la relance par téléphone, même si c'est très chronophage. Il existe en outre désormais d'excellents outils logiciels qui permettent de piloter le poste client, ils sont très précieux.

Je recommande également l'utilisation de l'outil FNIP (fichier national des incidents de paiement). A condition que son utilisation soit bien annoncée dans les documents commerciaux, il permet aux abonnés d'ajouter au fichier, les mauvais payeurs qu'ils auront détectés en suivant un process rigoureux. C'est extrêmement dissuasif et bien souvent, la crainte d'être fiché convainc de payer !

Mais là encore, les procédures de relance doivent être automatisées par les entreprises. Je

rencontre encore trop de patrons de start-up ou de PME qui intègrent à leur jugement des éléments subjectifs, ou craignent de perdre un client s'ils lui rappellent qu'il doit payer. Or, payer pour un service rendu est tout de même la moindre des choses !

Intersud

 04 91 19 02 00

Afreco

 04 78 53 12 99

G2C

 04 72 88 69 00