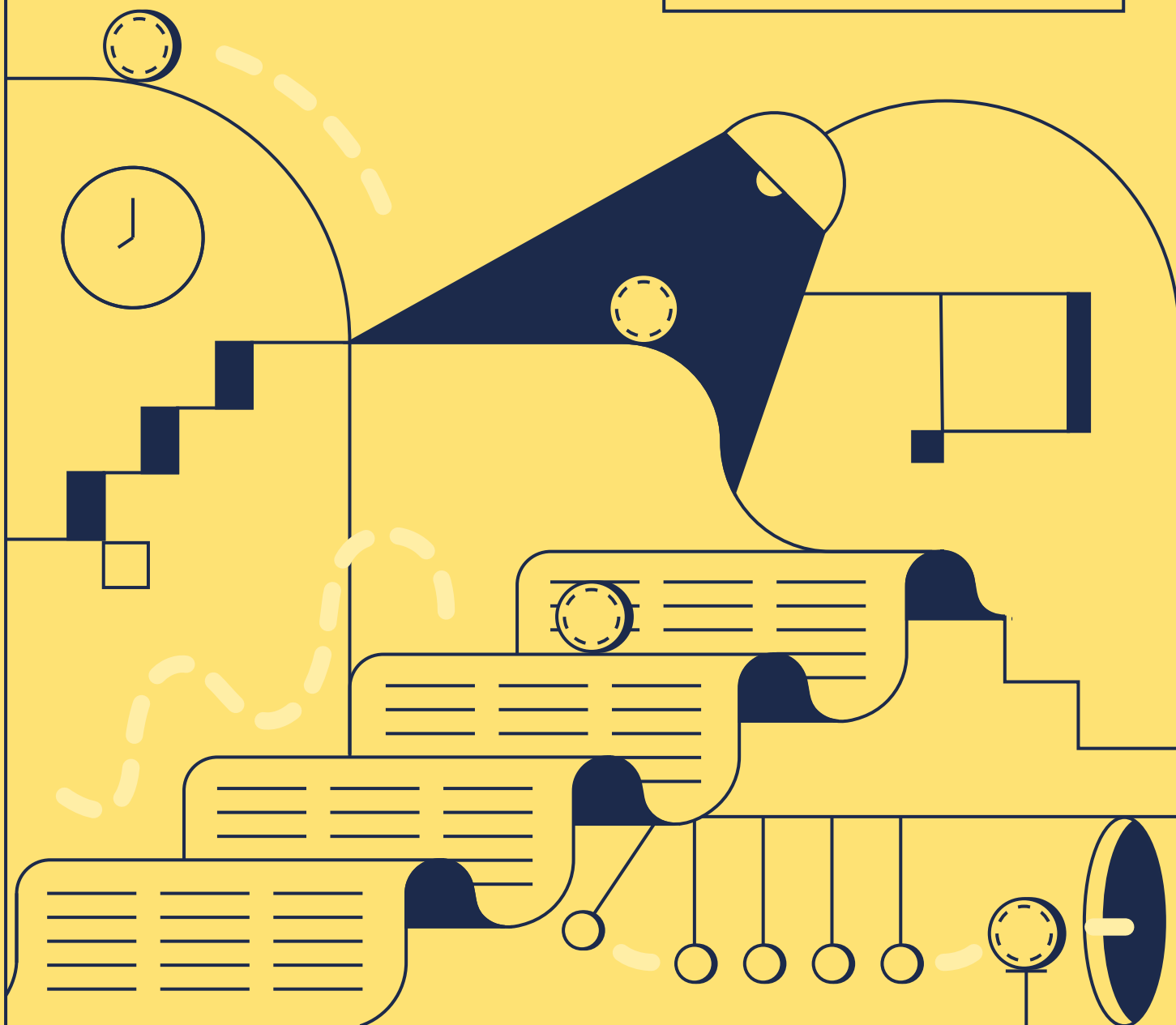
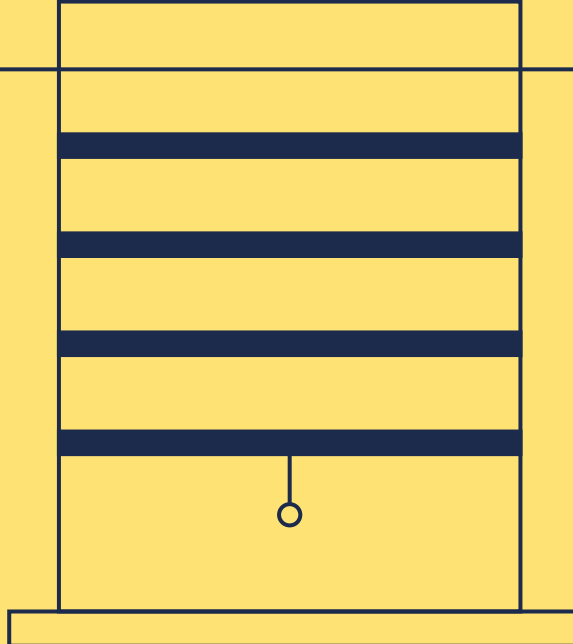


GOCARDLESS

**Le guide complet
pour optimiser le
poste clients**



Intro ————— 03

Tout repose sur la trésorerie

Qu'est-ce que le poste clients ?

Ce que couvre ce guide

1 Optimiser vos processus ————— 06

Définir vos objectifs et vos indicateurs-clés de performance

Garder un oeil sur les créances clients en cours

Exploiter les bonnes données

Rationaliser vos processus de facturation

Automatiser vos options de paiement

2 Optimiser la gestion de vos clients — 14

Envoyer des rappels au bon moment

Décrocher le téléphone

Facturer des intérêts aux « mauvais payeurs »

Offrir des remises aux « bons payeurs »

Annuler le crédit en dernier recours

Conclusion ————— 18

Introduction

Tout repose sur la trésorerie

La gestion des flux de trésorerie est une préoccupation qui peut sembler ne concerner que les petites entreprises. En effet, à partir d'une certaine taille, une société devient suffisamment solide pour surmonter les difficultés liées aux fluctuations de ses flux de trésorerie.

En réalité toutefois, maintenir une trésorerie solide est une priorité pour toute entreprise quelle que soit sa taille. Certes, les grandes sociétés ne courent pas le risque d'assécher leurs liquidités aussi rapidement que les plus petites, mais une faible trésorerie peut affecter leur capacité à réaliser les investissements dont elles ont besoin pour se développer.

En tant que directeur financier, vous êtes habitué à gérer les risques au quotidien. Une mission qui doit inclure la gestion des risques spécifiques liés aux problèmes de trésorerie. Ce guide vous montre comment améliorer la gestion de votre poste clients, dont l'efficacité est directement liée à la santé de votre trésorerie au global.

Qu'est-ce que le poste clients ?

Dans un monde idéal, tous les clients paieraient leurs factures à réception, de préférence via un système de règlement en ligne. Ce peut être le cas pour certaines de vos factures, mais de plus en plus de clients repoussent progressivement les délais de paiement pour satisfaire leurs propres besoins de trésorerie. En particulier lorsque le client en question est une entreprise plus grande que la vôtre.

Dans les faits, le poste clients est un prêt consenti à vos clients par votre entreprise. Le client s'engage à régler le solde impayé avant une certaine échéance.

Octroyer ces « prêts » peut s'avérer intéressant d'un point de vue commercial, mais c'est quand vos clients ne tiennent pas leurs promesses que les difficultés se présentent.

Implémenter, au sein de votre entreprise, un processus efficace de gestion du poste clients vous aidera à gérer et à réduire le risque de problèmes de trésorerie.

Bien entendu, aucune entreprise ne se dote volontairement d'un processus bancal ou mal géré. En général, cela se produit spontanément, en raison d'un manque de planification, de mise en oeuvre, de ressources ou de vision stratégique.

En négligeant votre processus de gestion du poste clients, vous prenez le risque de mettre votre société au bord du gouffre en termes de trésorerie.

Selon Business Insider, 82 % des entreprises qui mettent la clé sous la porte souffrent de problèmes de trésorerie, et 29 % échouent précisément parce qu'elles se retrouvent à court de liquidités.

En France, les délais de paiement contractuels avoisinent les 50 jours, auxquels s'ajoutent des retards de paiement de 10,9 jours environ.

Selon la Banque de France, près d'une entreprise sur trois supporte ainsi des paiements à plus de 60 jours.

Ce que couvre ce guide

En optimisant vos flux de trésorerie grâce à un meilleur processus de gestion du poste clients, vous donnez non seulement à votre entreprise une assise financière plus stable, mais pouvez aussi investir plus de temps et de ressources dans les activités qui vous permettent de garder une longueur d'avance sur vos concurrents : stratégie de croissance, formation des salariés et maximisation des rendements pour vos actionnaires.

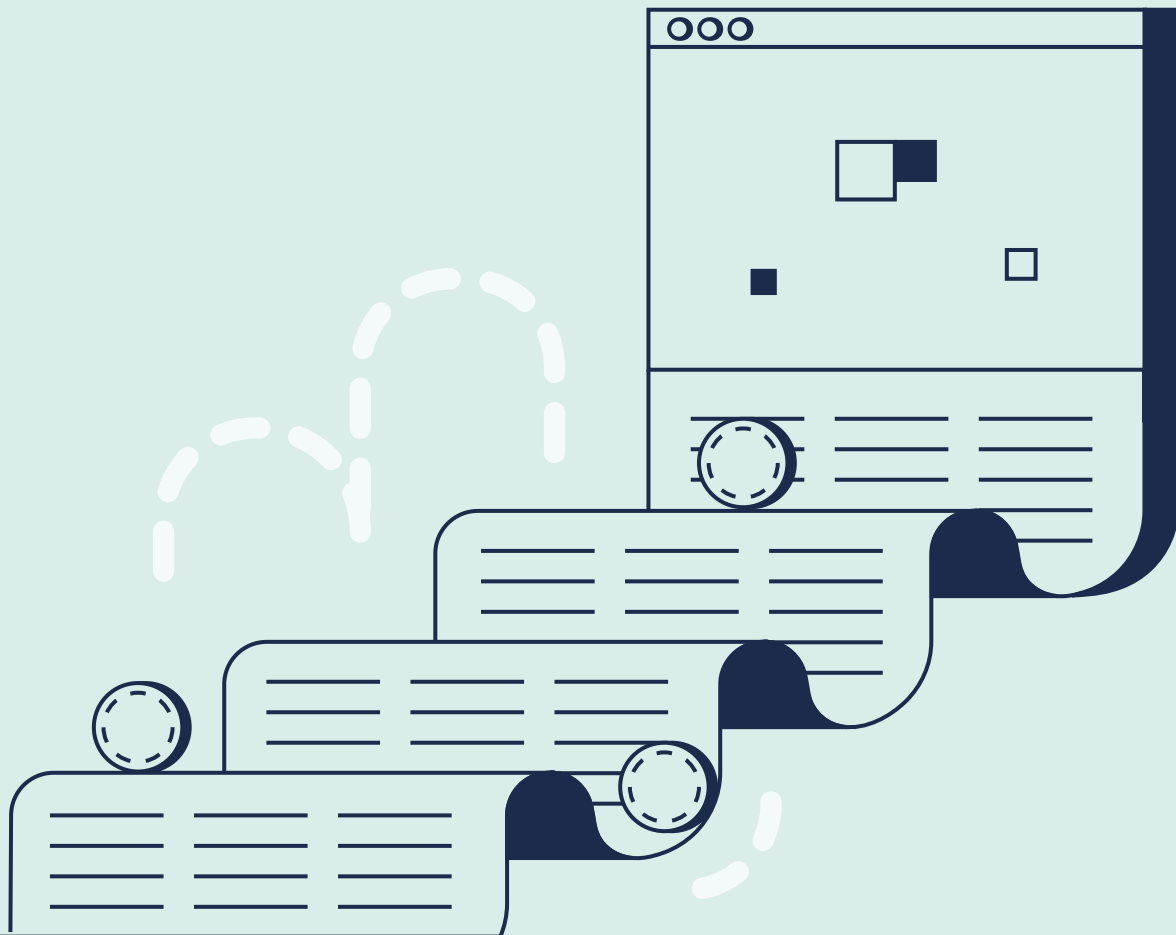
Dans ce guide, nous vous présenterons plusieurs moyens d'optimiser la gestion de votre poste clients.


Ces optimisations concernent essentiellement deux aspects de votre entreprise :



Nous examinerons chacun de ces aspects tour à tour, en vous présentant des actions concrètes à mettre en oeuvre dès aujourd'hui pour améliorer la trésorerie de votre entreprise.

Optimiser vos processus



■  Considérons avant tout l'aspect sur lequel vous avez le plus de contrôle : vos processus actuels de gestion du poste clients. Commençons par examiner certains éléments communs du processus, le plus souvent responsables d'une mauvaise approche en matière de recouvrement des paiements au sein d'une entreprise.

Définir vos objectifs et vos indicateurs-clés de performance

Avant d'améliorer votre processus, il est important de définir vos objectifs sous forme d'indicateurs-clés de performance (KPI). Ceux-ci peuvent être intégrés à vos reportings habituels de suivi des revenus et des profits, afin de vous donner une image complète de la situation de votre trésorerie.

Le critère de mesure le plus courant d'un poste clients est le nombre de jours de crédit clients (encore appelé délai moyen de recouvrement des créances ou DSO). Pour une entreprise française, le délai légale est de 30 jours, mais dans les faits, le délai moyen constaté par les entreprises françaises en 2017 est de 74 jours.

Le nombre de jours de crédit clients est le nombre moyen de jours qui s'écoulent entre le moment où l'entreprise envoie les factures à ses clients et le moment où elle reçoit le paiement.

"Tout ce qui se mesure peut s'améliorer"

Peter Drucker

Parce qu'ils impactent significativement la trésorerie d'une entreprise, ces jours de crédit clients doivent figurer parmi vos principaux indicateurs-clés lorsque vous planifiez une stratégie de gestion du poste clients.

Réduire ce nombre de jours doit être l'un de vos principaux objectifs, car plus ce délai est grand, plus votre entreprise aura besoin de trésorerie. Si votre société ne reçoit pas les niveaux de liquidités attendus, elle devra recourir à d'autres méthodes de financement, comme par exemple l'extension de ses propres délais de paiement aux fournisseurs (vous générez ainsi le même problème pour ces derniers) ou encore, la souscription d'un prêt bancaire.

Ces options sont facteurs de risque et doivent être évitées si possible.

Vous pouvez choisir les indicateurs les plus adaptés à vos besoins spécifiques et les utiliser comme point de départ pour votre stratégie d'optimisation. Améliorer chacun de ces indicateurs implique d'en réduire la quantité au minimum.

Parmi les autres indicateurs utiles

Le pourcentage de clients « mauvais payeurs »	Le pourcentage de dettes annulées.	
La dette accumulée (le montant des créances à la fin du mois ou de l'année)	Le nombre d'appels de suivi d'encaissement effectués	Le nombre de relances émises

**“Vous gagnerez
à vous doter
d’une politique
commerciale
claire”**

Vous avez défini vos indicateurs-clés ? Passons maintenant aux étapes incontournables qui permettront de renforcer votre processus de gestion du poste clients.

Garder un œil sur les créances clients en cours et revoir votre politique commerciale

Le poste clients est une forme de prêt que vous accordez à vos clients. A ce titre, vous gagnerez à vous doter d’une politique claire encadrant précisément la cible et le montant des crédits octroyés, ainsi que les moyens envisagés pour les recouvrer.

Ce processus sera d’autant plus facile que vos équipes commerciales et finances définiront ensemble ce qui convient le mieux à votre clientèle.

Pensez bien à inclure dans votre politique les circonstances précises dans lesquelles les limites de crédit peuvent être dépassées, ou les comptes clients suspendus.

Enfin, pensez à revoir votre politique régulièrement, afin de vous assurer qu’elle est toujours adaptée aux évolutions de votre entreprise.

Exploiter les bonnes données (et les mettre à jour régulièrement)

Votre système de facturation et d’encaissement doit inclure des informations détaillées sur chaque client, y compris les conditions de paiement, les limites de crédit et les remises accordées, ainsi que d’autres détails relatifs aux adresses de livraison et e-mail du client.

Avec les grandes bases de données en particulier, il y a toujours un risque d'imprécisions et de problèmes. Rien qu'une petite coquille dans l'adresse e-mail d'un client peut entraîner des retards de paiement, le client n'ayant en fait jamais reçu la facture !

Ne supposez jamais que votre base de données client est correcte à 100 %. Des contrôles réguliers et une formation complète des personnes impliquées dans la saisie de données dans votre système sont indispensables pour garantir l'exactitude des informations à tout moment.

Rationaliser vos processus de facturation

Bien que la facturation soit au coeur du succès des entreprises, un nombre surprenant d'entre elles peine encore à mettre en place un processus efficace et sans couac.

Les problèmes associés sont divers et variés : données erronées, factures non envoyées à temps, oublis...

Pour vous assurer que vos demandes de paiement incluent toutes les informations nécessaires, consultez nos modèles de factures.

Beaucoup d'entreprises facturent leurs clients par lots, généralement en fin semaine ou de mois, ce qui interrompt les flux de trésorerie. Investissez dans un logiciel de facturation (voir ci-dessous) permettant d'émettre des demandes de paiement dès que le travail est terminé ou que les biens ont été expédiés.



Automatiser tout ce que vous pouvez

L'automatisation est la clé pour résoudre ces problèmes et vous fera économiser beaucoup de temps et d'argent. Elle supprime les risques d'erreur humaine et libère votre équipe, de manière à ce qu'elle puisse se concentrer sur d'autres activités.

Les systèmes de facturation électronique tels que Xero, QuickBooks ou SAP créent un processus fluide de bout en bout, assorti de fonctionnalités pratiques comme le suivi des factures ou encore, la possibilité pour vos clients de télécharger vos factures directement dans leur logiciel de production comptable.

La plupart des logiciels de facturation simplifient davantage encore les paiements en permettant aux clients de cliquer sur une facture pour la régler sur-le-champ. Parce qu'il renforce la trésorerie des fournisseurs et réduit les temps de traitement comptable pour les clients, ce service de paiement immédiat se répand de plus en plus auprès des entreprises.

Associés à un fournisseur de paiement cloud comme GoCardless, ces logiciels offrent un processus entièrement automatisé, intégrant un système d'alertes en temps réel en cas d'échec ou d'annulation de paiement.

Témoignage client

Propel by Deloitte, le cabinet d'expertise-comptable de Deloitte, a récemment automatisé la gestion de son poste clients grâce à GoCardless. Son témoignage illustre bien les atouts de l'automatisation.

Grâce à cette transition, le cabinet a pu réduire la liste de ses clients débiteurs tout en récupérant au moins deux jours par mois qui, autrement, auraient été consacrés aux tâches administratives.

"Nous passons notre temps à courir et à éplucher les reportings pour nous assurer que les clients nous avaient payés ou pour relancer les retardataires. C'est là que nous nous sommes dit que nous devons absolument automatiser ce processus », affirme Gemma Taylor, lead technologie chez Propel.

"Depuis que nous sommes passés à GoCardless, notre liste de clients débiteurs a sensiblement diminué. Nous sommes automatiquement informés en cas d'échec ou d'annulation de paiement, ce qui nous permet de suivre ces factures en temps réel. Globalement, le système nous est très utile et s'intègre parfaitement avec les autres applications que nous utilisons pour gérer nos clients."

Améliorer vos options de paiement

Autre élément-clé d'optimisation du poste clients : simplifier le paiement pour ces derniers. A cette fin, vous pouvez leur offrir une gamme d'options de paiement plus large et plus complète.

Chaque méthode de paiement a ses avantages et ses inconvénients.

Liquide et chèques

Ces modes de paiement traditionnels sont encore d'usage aujourd'hui, mais ils restent lents, rigides et peu pratiques, surtout pour les grandes entreprises gérant des factures de montants importants.

Cartes bancaires

Très répandu de nos jours, le paiement par carte est pratique mais comporte un risque de churn (ou taux d'attrition) non négligeable en cas de rejet, d'expiration, de vol ou de perte : 5 à 10 % des paiements par carte échouent pour l'une de ces raisons.

Virements bancaires

Autre mode de paiement très courant, les virements permettent l'exécution rapide des paiements, tout en présentant des frais et des taux d'échec peu élevés. Ses inconvénients ? Un manque de flexibilité et de contrôle pour l'entreprise qui encaisse le paiement, ainsi que l'absence de notifications en cas d'échec.

Prélèvements automatiques

Pour profiter d'une souplesse maximale et optimiser vos processus, pensez à inclure le prélèvement automatique dans vos options de paiement.

**“Aujourd’hui,
80 % des dons
mensuels par
prélèvement
automatique
sont encore
actifs après un
an. Pour la carte
bancaire, c’est
l’inverse : 80 %
ont une durée de
vie inférieure à
un an.”**

Avec le prélèvement automatique, les paiements sont automatisés. Il autorise votre entreprise à encaisser des paiements sur le compte de vos clients lorsqu’ils arrivent à l’échéance.

Les dates de collecte des paiements sont flexibles.

En passant au prélèvement automatique, vous optimisez vos flux de trésorerie.

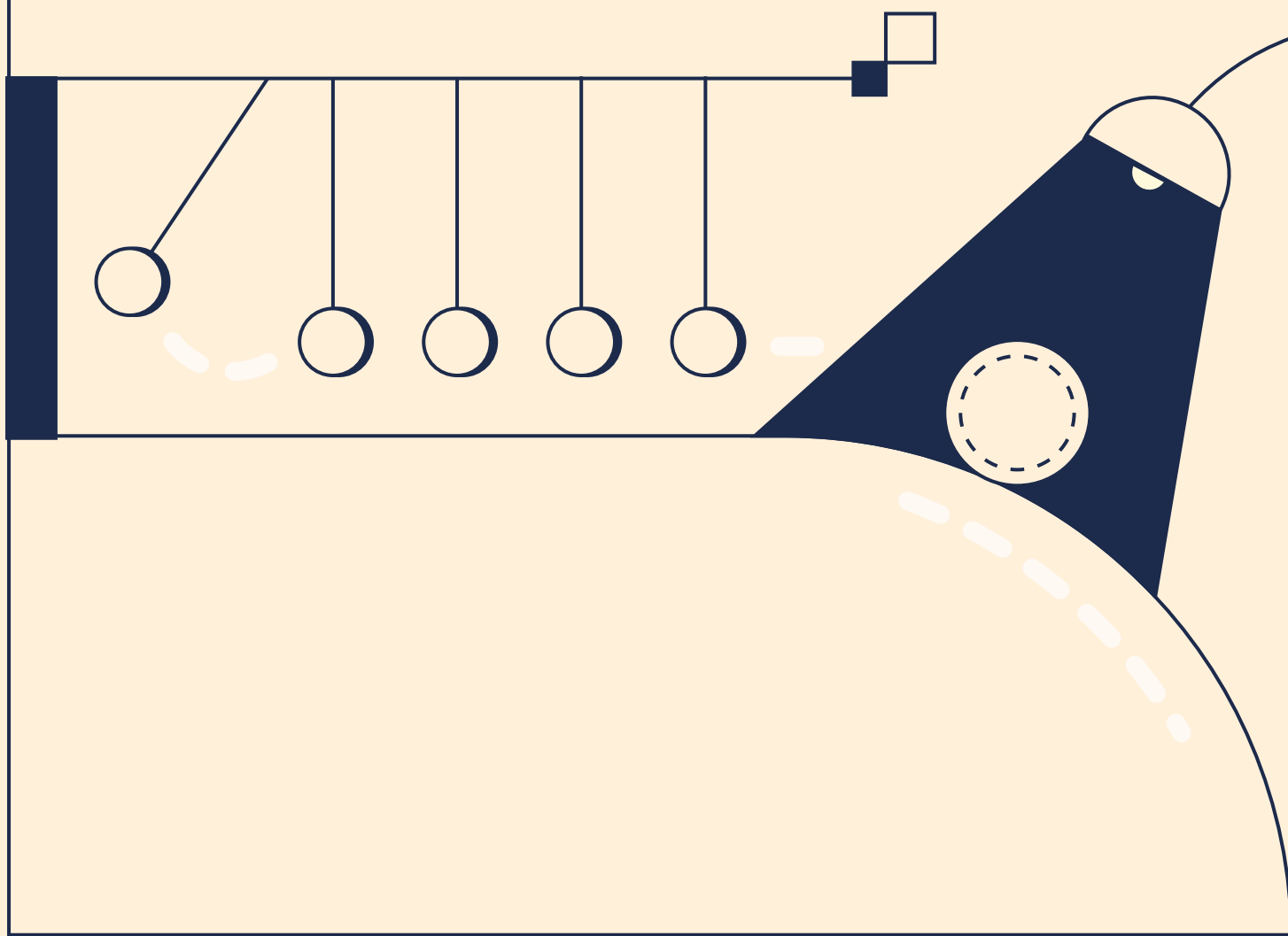
Témoignage client

Depuis qu’elle passe par GoCardless, l’association de défense des animaux utilisés dans la production alimentaire L214 convainc plus facilement ses donateurs de recourir au prélèvement automatique.

À part cela, jusqu’à ce qu’elle passe au prélèvement automatique, l’association était aux prises avec les tâches administratives très lourdes.

“GoCardless s’inscrit dans l’ensemble d’optimisations que nous avons réalisées et qui nous a permis de passer de deux personnes à une seule pour la relation donateurs et l’enregistrement des dons.”

Optimiser la gestion de vos clients



Vous avez enfin réussi à optimiser la gestion de vos processus. Vos clients constituent la dernière pièce du puzzle. En prenant des mesures supplémentaires pour minimiser les retards de paiement, vous complétez l'optimisation de vos processus internes tout en réduisant davantage encore les risques portant sur votre trésorerie. Dans cette dernière rubrique, nous allons explorer les différentes manières d'optimiser la gestion de vos clients.

Envoyer des rappels au bon moment

La plupart du temps, les clients retardataires ont simplement besoin d'un rappel. Vous pouvez configurer votre système de facturation de manière à permettre l'envoi de rappels par e-mail à une période définie après la date de la facture, ou quelques jours avant l'échéance.

Si les rappels répondent au problème, aucune action supplémentaire n'est requise : vous avez évité à votre équipe stress et perte de temps.

Le ton de vos rappels doit devenir de plus en plus pressant à mesure que vous êtes forcé de les envoyer à l'un de vos clients.

“Si vous encaissez des paiements récurrents de la part de vos clients, vous pouvez minimiser les risques de retard.”

Passer un coup de fil

Même à l'ère de l'automatisation, le contact humain demeure le meilleur moyen de résoudre des situations délicates, par exemple des clients mauvais payeurs malgré des rappels répétés. Ces clients peuvent avoir de bonnes raisons de ne pas payer leurs factures à temps. Leur passer un coup de fil vous permettra de trouver ensemble une solution à l'amiable, par exemple en changeant la date de paiement ou en lui permettant de payer en plusieurs fois.

Les retards de paiement sont un sujet qu'il peut être difficile d'aborder avec vos clients, mais lorsqu'elle est bien formée, votre équipe financière devient aguerrie à la gestion ferme et diplomate de ces problèmes. De plus, si vous encaissez des paiements récurrents de la part de vos clients, vous pouvez minimiser, voire supprimer, les risques de retards de paiement en les encourageant à régler leurs factures par prélèvement automatique.

Facturer des intérêts aux « mauvais payeurs »

La plupart des clients répond positivement aux relances téléphoniques. Toutefois, malgré tous vos efforts, certains d'entre eux continueront de régler leurs factures en retard, même sans fournir de raison valable.

Dans ce cas, envisagez la facturation d'intérêts de retard sur les factures impayées. Même si décidez de l'annuler par la suite, la facturation d'intérêts permet au client de comprendre à quel point vous tenez absolument à percevoir ce qui vous est dû.

La facturation d'intérêts de retard doit être clairement mentionnée dans votre politique interne, ainsi que dans les conditions de règlement de la facture elle-même. Idéal aussi pour faciliter la gestion des problèmes de retard de paiement par la suite.

Offrir des remises aux « bons payeurs »

Pour encourager vos clients à payer tôt, vous pouvez envisager de leur proposer des remises.

Il peut s'agir par exemple d'un arrangement dans lequel les clients profitent d'un rabais de 2 % sur une facture payée en dix jours, le montant total étant dû dans les 30 jours si cette échéance n'est pas respectée.

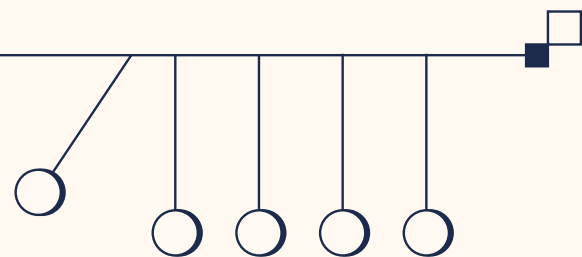
Certaines entreprises vont encore plus loin, offrant des remises de 5 % ou de 10 % pour un règlement dans les 10 jours.

Annuler le crédit en dernier recours

Si aucune des méthodes ci-dessus ne fonctionne, une dernière option peut être d'annuler le crédit du client.

Après tout, en autorisant des conditions de paiement généreuses sur vos factures, vous offrez à vos clients un financement gratuit - aux risques et périls de votre entreprise.

Pour garder le contact avec vos clients, assurez-vous de bien indiquer que vous arrêtez le crédit en dernier recours, et que cette situation pourra être rectifiée dès vous recevrez le paiement.



Conclusion

Laisser de l'argent bloqué sur votre bilan n'est pas pertinent pour votre entreprise, quelle que soit sa taille. Au contraire, libérer les flux de trésorerie peut s'avérer bénéfique à plusieurs niveaux. Comment y parvenir ? Essentiellement en optimisant le processus de gestion de votre poste clients.

Nous vous recommandons de suivre cette approche en deux étapes, d'abord en vous concentrant sur le processus interne en lui-même, puis en améliorant la gestion de vos clients « mauvais payeurs ».

Vous gagnerez à automatiser vos processus pour les rendre évolutifs et durables.

Améliorer la gestion du poste clients n'a jamais été et ne sera jamais chose aisée, mais en exploitant les pistes abordées dans ce guide, vous pourrez réduire autant que possible votre nombre de jours de crédit clients. A la clé : des flux de trésorerie prévisibles et durables.

[Cliquez ici pour en savoir plus](#) sur la manière dont GoCardless peut vous aider à automatiser vos encaissements sans effort.

