

Gestion de crédit:

“Cash is King” et le client est roi

En temps de crise, le fonds de roulement, la gestion de la trésorerie et les relations avec la clientèle occupent la plus haute priorité. Respecter l'équilibre entre ces 3 aspects et arriver à un bon chiffre d'exploitation n'est pas une mince affaire. Un paramètre important de ces activités est la gestion des débiteurs: le processus financier et administratif visant à obtenir le paiement à temps des clients.

Avant la livraison

L'évaluation des risques des débiteurs et de la solvabilité précède les livraisons, et peut s'effectuer tant par un tiers externe qu'en interne. Plusieurs possibilités s'offrent à vous, dont faire appel à un assureur-crédit ou un bureau de crédit, ou installer un logiciel ERP.

Après la livraison

Une fois les livraisons effectuées, il faut assurer le suivi des créances commerciales.

Une facturation optimale doit tenir compte des incoterms, des conditions générales et des conditions de TVA corrects afin d'éviter tout litige.

Le contrôleur de crédit est chargé du suivi administratif et commercial des créances, ce qui implique par exemple l'"ageing", le DSO (day sales outstanding ou le nombre de jours nécessaire à encaisser une facture) et des rappels écrits et par téléphone.

Si un arrangement à l'amiable s'avère impossible, il faut entreprendre une action juridique. L'injonction de payer par un avocat ou l'avis d'un huissier de justice influe souvent de manière efficace sur le comportement du client. Si le recouvrement ne peut être forcé, il ne reste plus qu'à annuler la dette et documenter le dossier à des fins fiscales ou pour le règlement juridique de procédures de faillite ou de LCE.

Une situation win-win: trouver la voie royale vers un équilibre entre la trésorerie et le client!

Viser un DSO (l'Argent est roi) aussi bas que possible n'exclut pas une politique de la clientèle (le Client est roi) ciblée. La gestion des débiteurs ne peut donc pas seulement porter sur l'assouplissement du processus de paiement, mais doit aussi comporter une meilleure communication avec le client et une compréhension mutuelle. Afin de garantir cette relation, une bonne politique de la clientèle s'impose, ainsi qu'une gestion intelligente des risques et des délais de paiement.



Steven Doms
sdoms@deloitte.com

Kristine Dooreman
kdooreman@deloitte.com

