



Guide

Quelles procédures de relance pour être payé plus rapidement ?

Sage

Février 2022

Sommaire

Page 4

Pourquoi mettre en place une procédure de relance ?

Page 5

Quelle procédure mettre en place ?

Page 9

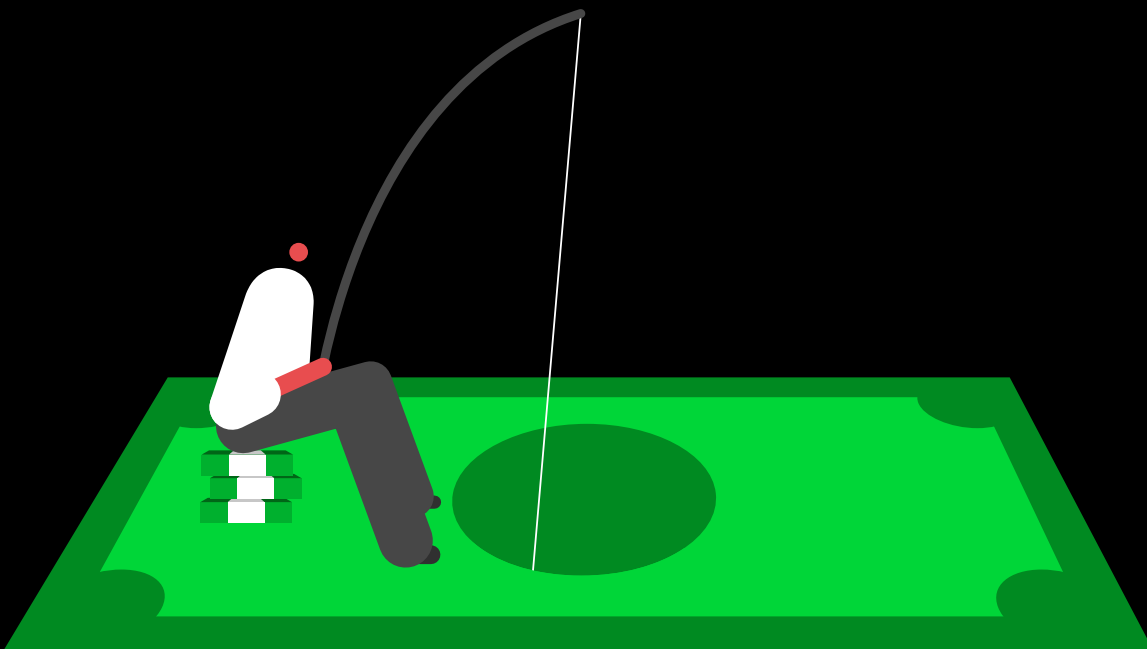
Comment s'y prendre pour mettre en place la procédure ?

Page 10

Comment s'assurer que la procédure de relance est correctement suivie ?

Page 11

Sage Recouvrement Créances pour optimiser et personnaliser votre relance client





Vous avez des difficultés à vous faire payer dans les temps ?

Tout le process en amont du règlement des factures mobilise outre mesure le temps et l'énergie de vos collaborateurs ?

Voici des solutions efficaces pour réduire les délais de paiement tout en allégeant la charge de travail de vos équipes.

Pourquoi mettre en place une procédure de relance

Rares sont les clients à régler leurs factures en temps et en heure, sans relance préalable.

Si ce n'est par mauvaise foi, c'est tout simplement par manque d'organisation ou parce que comme l'entreprise créancière, le client doit faire avec un emploi du temps chargé – les tâches sont traitées par ordre de priorité, et rares sont les cocontractants à placer en haut de leur liste le paiement de leurs factures... Certaines entreprises, en outre, attendent systématiquement d'être relancées pour payer : cela fait partie de leur process interne!

Dans ce contexte, la relance client ne doit pas être appréhendée comme une tâche contraignante, mais comme une valeur ajoutée tant pour votre entreprise que pour vos débiteurs :

- > Côté entreprise : la relance optimise les chances d'encaisser plus rapidement les sommes dues.
- > Côté client : le client qui ne paye pas dans les délais, par simple oubli, se fait rappeler son obligation. Pas besoin de se noter un rappel, son créancier le fait pour lui.

Pas de procédure de relance en place	Procédure de relance client rodée
Encours client important	Réduction des encours clients et des délais de paiements (DSO)
Perte de temps	Gain de temps grâce aux processus d'automatisation des tâches et de la relance
Désorganisation au sein des équipes	Mise en place d'un process structuré où chacun sait ce qu'il doit faire
Risques d'oublis	Relance systématique sur l'ensemble des clients en retard de règlement
Source de stress pour la personne en charge et la direction	> La personne en charge s'appuie sur une procédure stricte et rodée > La Direction a l'assurance d'une procédure préservant la relation client qui est 100 % appliquée. Résultat : moins de réunions et plus de visibilité en temps réel
Impayés forts	Réduction du risque d'impayés. Les problèmes de potentiels impayés étant décelés très en amont
Image de marque dégradée	Image de marque renforcée par une communication client qualitative et personnalisée des services comptables
Difficulté à piloter efficacement l'encaissement	Meilleure visibilité et pilotage simplifié des clients en retard de paiement

Quelle procédure mettre en place ?

Mettre en place une procédure de relance client est bénéfique quelle que soit l'envergure de l'entreprise, dès lors qu'elle permet de réduire les délais de paiement dans une large mesure : terminé l'argent qui dort dehors, vous l'investissez désormais pour financer vos projets et développer l'activité de votre entreprise. Moins de stress, de meilleures relations avec la banque, une image de marque valorisée : vous avez tout à gagner !

Facturer c'est bien,
encaisser c'est mieux !

Intéressé ? Voici les moyens
à mettre en œuvre pour organiser
en interne les procédures de relance
amiable les mieux adaptées...





1. Personnaliser vos relances en fonction du profil client

On ne relance pas un client standard comme on relance un grand compte : en fonction de l'enjeu de la relation commerciale, de la structure de l'entreprise cliente et du profil payeur, il est primordial d'adapter sa procédure.

Pour illustration

- > La communication avec un grand compte avec qui vous envisagez une relation sur le long terme doit être d'autant plus subtile et précautionneuse.
- > Pour un client à risque, la relance peut intervenir plus tôt et suivre une procédure plus insistante.
- > En fonction de la réactivité du client, il est judicieux d'adapter le mode de communication - email ou téléphone.
- > La procédure de relance varie avec le mode de paiement : le client prélevé automatiquement nécessite la mise en place d'un scénario distinct (en vue de gérer un éventuel rejet de paiement) de celui qui paye par chèque et du client qui règle par virement.

- > La relance peut aussi être personnalisée en fonction de la nature de la relation entre l'entreprise et le client. Un client généralement mauvais payeur pourra se voir relancé selon une procédure plus stricte que les autres.
- > La relance est également fonction des coordonnées disponibles, notamment concernant les emails. Il sera nécessaire de prévoir des procédures (par courrier et téléphone) pour les clients dont l'adresse email est inconnue et de récupérer l'email lors des relances téléphoniques.

2. Déroulement de la relance : les 3 grandes étapes

Si la procédure doit être personnalisée en fonction de chaque profil client, il est important en tout état de cause de respecter les 3 grandes étapes de la relance :

1 - Prévenance

Envoyer un relevé de compte par email pour rappeler une échéance imminente, c'est rendre service au client débiteur. Vous prenez à votre charge le rappel de sa tâche – le paiement de ses factures – un service supplémentaire qui le met dans les meilleures dispositions pour s'acquitter de ses obligations en temps et en heure !

2 - Relance

Une fois la facture échue, et jusqu'à son règlement, la relance doit être graduelle et le niveau de pression adapté.

- > Le retard de paiement doit être traité par 2 mails de relance successifs à 8 jours d'intervalle.
- > Ensuite, il est opportun de passer un appel directement à la personne en charge du règlement des factures.
- > Si le retard persiste, il est important de commencer des démarches par courrier : un courrier simple, un avis de suspension de service ou une alerte sur le fait que les futures commandes seront conditionnées au règlement préalable des factures impayées, et si besoin une mise en demeure par LRAR à titre de dernier avis avant poursuites.
- > Dans le cadre d'une procédure appliquée aux clients dont les coordonnées email ne sont pas connues, il est nécessaire de passer rapidement à une relance téléphonique. Pour éviter le coût induit par de multiples relances courriers, et pour récupérer l'adresse email à utiliser pour les futures relances.

En suivant cette procédure, le temps des collaborateurs est considérablement optimisé : la prévenance, la 1^{ère} et 2nd relance ainsi que les remerciements peuvent être automatisés de manière à réduire la charge de travail des équipes pour leur permettre de mobiliser leur temps sur les appels téléphoniques – plus chronophages.

3 - Remerciement

Rares sont les entreprises à accuser réception des règlements et à profiter de l'occasion pour remercier leurs clients. Démarquez-vous en assurant cette étape de la procédure de relance, vous avez beaucoup à gagner : le destinataire des remerciements, reconnaissant de cette attention, se trouve dans les meilleures dispositions pour régler ses factures suivantes dans les meilleurs délais. Plus votre relation client est qualitative, plus vous avez de chances d'être payé en priorité !



3. Exemples de procédures

1 - Scénario standard : client TPE / Particuliers / PME Prévenance

Dans un 1^{er} temps, veillez à prévenir votre client de l'échéance imminente : ainsi informé, il est en mesure de préparer le paiement pour réduire le risque de retard. Le cas échéant, le client peut en sus informer l'entreprise de tout élément qui pourrait retarder le règlement de la facture – litige, contestation, facture égarée... Cette étape de prévenance peut intervenir 5 à 8 jours avant l'échéance.

Relance

- > Dans un délai raisonnable d'une semaine après l'échéance du terme : envoi d'un email courtois.
- > À défaut de paiement dans le délai imparti : envoi d'un 2nd email une semaine après le 1^{er} email. Le niveau de pression doit augmenter, pour inciter au règlement immédiat.
- > Une semaine après le 2nd email, si le client n'a toujours pas payé : relance par téléphone. L'appel doit suffisamment marquer l'interlocuteur pour qu'il paye sans plus attendre. Cette étape est également l'occasion de se tenir informé des causes à l'origine du retard de paiement – emails envoyés à la mauvaise adresse, personne en charge des règlements fournisseurs indisponibles...
- > Une semaine après la conversation téléphonique : envoi d'un courrier simple.
- > Une semaine après l'envoi du courrier simple : LRAR de mise en demeure de payer.

2 - Scénario Grand Compte

Pour s'assurer des revenus garantis, l'entreprise a tout intérêt à conserver ses clients grand compte sur le long terme. Les clients grands comptes répondent à des règles de relation différente de celles des clients « standards ». Il s'agit donc d'être particulièrement attentif à la procédure de relance mise en place à leur égard, et d'adopter un mode de communication d'autant plus courtois.

Conseils

- > L'étape de prévenance, en tout état de cause, doit être respectée.
- > L'appel téléphonique peut être préféré aux relances par email. Le nombre de clients grands comptes étant limité, les équipes peuvent se permettre de mobiliser leur temps sur ces appels. La conversation téléphonique est l'occasion d'identifier l'origine du retard de paiement.
- > Pas toujours facile d'avoir la bonne personne au téléphone. A défaut de résultat, il faut passer par l'email.

À noter

Difficile d'automatiser la procédure de relance du client grand compte. Ces entreprises ont des process comptables et des contraintes administratives très spécifiques, auxquels il faut s'adapter. Il s'agit donc de prévoir une procédure sur mesure pour chaque client grand compte.

3 - Scénario export

Comme pour le client PME, on mise sur un maximum de 5 relances amiables après étape de prévenance.

Même process à la différence qu'on privilégie la correspondance par email :

- > 1^{ère} relance par email une semaine après échéance.
- > 2^e relance par email une semaine après la 1^{ère} relance.
- > Relance téléphonique une semaine après la 2^e relance.
- > 3^e relance par email une semaine après la relance téléphonique.
- > Courrier recommandé AR une semaine après la 3^e relance par email.

Sans oublier les remerciements.

À noter

Pour les entreprises dont vous n'avez pas les coordonnées email, vous pouvez adresser directement des courriers.

D'une manière générale, impliquer les commerciaux peut contribuer à accélérer les délais de règlement. Le commercial, sur le terrain, peut par exemple profiter de voir le client pour le relancer oralement. Au cours de ses déplacements, le commercial peut aussi profiter de son temps pour passer des appels. En tout état de cause, il est judicieux de mettre en copie les commerciaux concernés. Le client a une relation privilégiée avec le commercial, il est utile de s'en servir !

À noter

Certaines entreprises vont loin dans l'implication de leurs commerciaux, puisqu'ils les commissionnent à l'encaissement !



Comment s'y prendre pour mettre en place la procédure ?

1 - Définir le profil de chaque client

Par exemple : un client est une PME, un client à l'export, un compte interne (société-mère, filiale...) ou un grand compte. Attention à ne pas définir trop de profils, 3 à 5 doivent suffire.

2 - Pour chaque profil, élaborer

le scénario type. Canaux de relance, fréquence des rappels, délais entre 2 actes de procédure, modèles de mails et de courriers... Chaque scénario doit être élaboré avec la plus grande précision, pour un gain de temps d'autant plus important.

Au moment d'élaborer chaque scénario, se poser la question suivante : ce scénario spécifique est-il parfaitement adapté à ce profil client ? Plusieurs clients doivent partager le même profil, et se voir appliquer la même procédure de relance.

Comment s'assurer que la procédure de relance est correctement suivie ?

Pour une procédure d'autant plus efficace et bénéfique, il est primordial d'en assurer le suivi. Pour cela, quelques outils à mettre en place :

1. Un système qui permet de visualiser l'historique des relances par client : vous savez en un clin d'œil où en est la procédure, ce qui a été envoyé et quand. L'archivage automatique permet en outre de conserver une trace écrite des échanges datés, en cas de contentieux.
2. Une plateforme qui permet de partager les informations : pour permettre une meilleure collaboration des équipes - service comptabilité, direction et commerciaux, par exemple.
3. Un état des anomalies : l'outil alerte lorsque les actes de procédure n'ont pas pu être effectués et informe des raisons à l'origine de ces anomalies - mauvais numéro ou adresse email par exemple. Cela permet d'améliorer les process, et de réagir plus rapidement pour corriger ces anomalies.



Sage Recouvrement Créances pour optimiser et personnaliser votre relance client



Solution en ligne à la fois innovante et simple à prendre en main, Sage Recouvrement Créances, directement connecté à votre comptabilité, est un outil tout-en-un pour le suivi et la relance des paiements.

- > Des scénarii entièrement personnalisables en fonction de chaque profil client, prêts à l'emploi, à moduler à votre gré. En un clic, activez ou désactivez les étapes de votre choix, pour adapter chaque procédure à vos profils de clients!
- > Des rappels quotidiens des relances à effectuer, ainsi que la possibilité de relancer tous vos clients en quelques clics seulement. Le gain de temps est considérable...
- > Étapes de prévenance, relance et de remerciements incluses: envoyez automatiquement vos emails personnalisés !

Sage Recouvrement Créances vous offre un service à forte valeur ajoutée, de manière à améliorer vos relations clients. Une bonne communication, c'est l'assurance de se faire payer plus rapidement !

Plus qu'un outil en ligne, Sage Recouvrement Créances est un véritable appui pour vos équipes en charge de la relance clients, qui bénéficient des meilleurs conseils sur les bonnes pratiques à adopter.

4 avantages

- > Une visibilité parfaite sur l'encours client grâce à un tableau de bord ergonomique et complet.
- > Une communication efficace, variée, exhaustive et qualitative tenant compte du profil de chaque client.
- > Une collaboration simple grâce à un système de partage basé sur le cloud.
- > Faciliter la vie du client, un client satisfait, dès lors que le processus de règlement de ses factures est simplifié.

Résultats

+30% de trésorerie

Vous gagnez jusqu'à 30 % sur vos délais de paiement et votre encours client.

-50% de temps

Vous économisez 50 % du temps dans le suivi, la relance et le paiement des factures !

Glossaire

Cash Management :

Le Cash Management est l'ensemble de méthodes dont dispose une société pour améliorer la gestion de sa trésorerie.

Le Cash Management, ou pilotage des liquidités, permet de mieux contrôler les flux financiers et les flux de trésorerie, et d'améliorer la collecte d'informations. Dans le cadre d'un groupe d'entreprises, le Cash Management permet de gérer différents risques comme les risques de liquidités. Il permet également de contrôler les taux d'intérêt ou les taux de change qui pourraient affecter l'entreprise.

DSO :

Le DSO (Days of Sales Outstanding) correspond au délai moyen de recouvrement (DMP - Délai Moyen de Paiement Clients ou NJC - Nombre de Jours de Crédit Clients). Ce DSO va déterminer le délai moyen (en jours de Chiffre d'Affaires) des encaissements Clients. Cet indicateur de performance de l'entreprise et de sa fonction crédit va déterminer le besoin de trésorerie nécessaire pour financer ce décalage entre l'émission de la facture et son encaissement.

Encours :

Ensemble d'actifs détenus à un moment donné. On parle d'encours pour les stocks, pour les crédits aux clients dans une banque. Les encours Fournisseurs sont les crédits en cours des entreprises au profit de leurs fournisseurs. Les encours Clients sont les crédits en cours émis par les entreprises sur leurs clients. Il y a encours Clients chaque fois qu'un fournisseur accorde un délai de paiement (30, 60, 90 jours ou plus) à son ou ses clients. Le montant des sommes à encaisser par le fournisseur constitue l'encours à recevoir. Pour calculer l'encours moyen d'une entreprise sur ses clients, il faut prendre le Chiffre d'Affaires annuel et le rapporter au délai de paiement moyen des clients.

Pénalités de retard :

Cette sanction s'applique à l'acheteur qui ne paie pas son dû dans les délais fixés dans les conditions générales de vente. Les pénalités de retard sont exigibles le jour suivant la date de règlement figurant sur la facture. Le Code du Commerce préconise d'appliquer le taux de refinancement de la Banque Centrale Européenne + 10 points et, au moins, 3 fois le taux d'intérêt légal.

La loi délai de paiement LME indique que désormais le délai de paiement convenu entre les parties ne peut dépasser 60 jours à compter de la date d'émission de la facture ou 45 jours fin de mois (FDM). Et si aucun délai de paiement n'est indiqué dans les CGV, le règlement est dû à 30 jours date de facture. Le taux de la BCE est disponible sur :

www.ecb.int/index.html

Depuis le 1^{er} janvier 2015, le taux de l'intérêt légal applicable aux créances des entreprises et professions indépendantes est fixé chaque semestre et publié au Journal Officiel (www.banque-france.fr).

Recouvrement :

Le recouvrement désigne le fait d'utiliser l'ensemble des moyens existants pour inciter et/ou contraindre un débiteur à procéder au remboursement d'une dette due à un créancier. Ces moyens utilisés peuvent être des moyens amiables et/ou judiciaires. On emploie l'expression de recouvrement de créances. En France, le recouvrement est une activité extrêmement réglementée. Les sociétés de recouvrement doivent ainsi respecter un certain processus (procédure de recouvrement) et des étapes obligatoires pour pouvoir procéder au recouvrement. Un créancier souhaitant récupérer ses fonds peut faire appel à une société de recouvrement ou gérer lui-même cet exercice. Un recouvrement passe d'abord par un arrangement amiable, puis par une mise en demeure, une instance de paiement ou la mise en œuvre d'une procédure d'exécution.

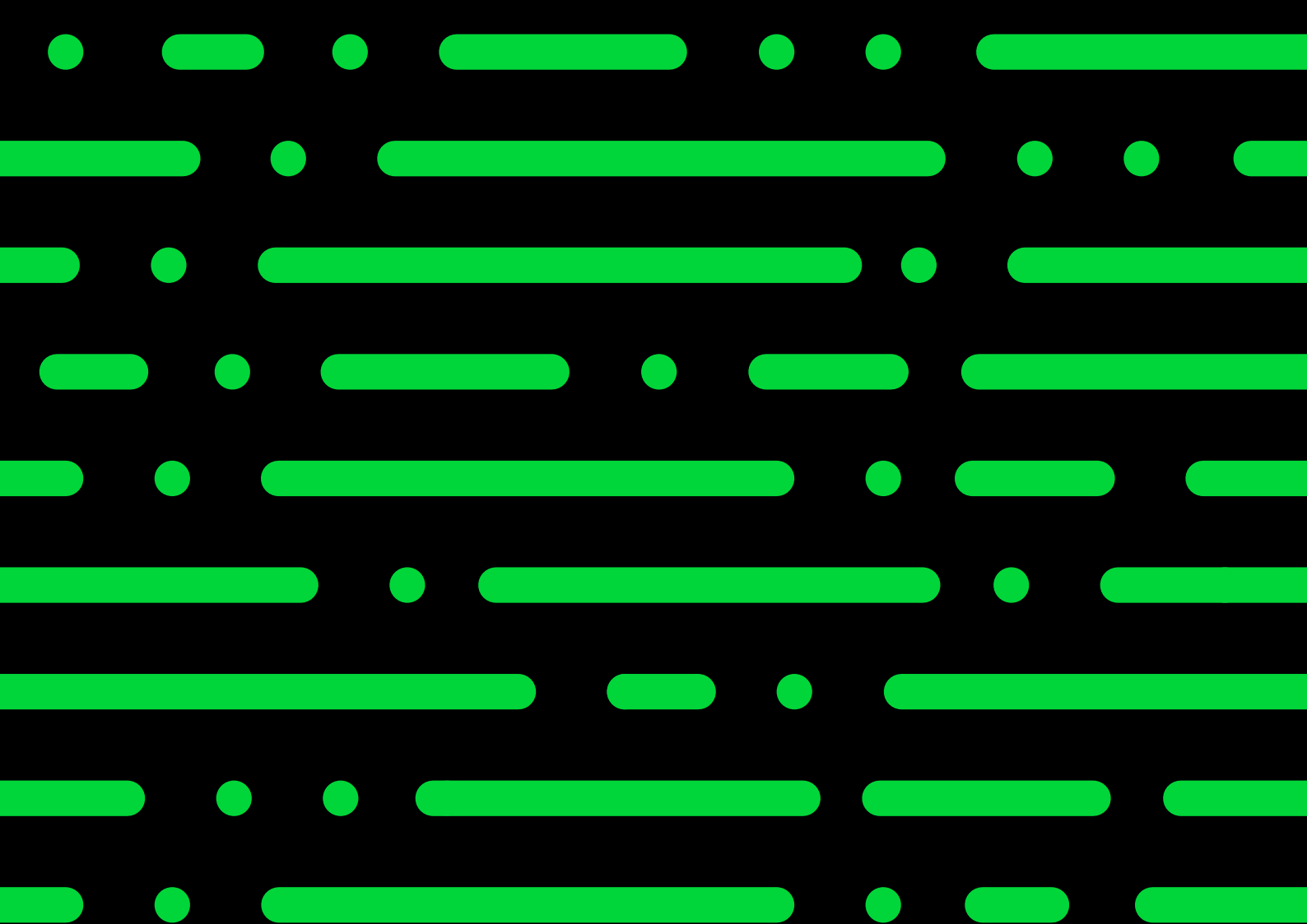
À propos de Sage

Sage est le leader mondial des technologies qui offrent aux entreprises de toutes tailles la capacité d'adaptation, l'agilité et l'efficacité nécessaires à la gestion de leurs finances, de leurs opérations et de leurs ressources humaines.

Dans le monde entier, ce sont des millions de clients qui ont choisi de faire confiance à Sage et à ses partenaires pour les accompagner et leur apporter le meilleur de la technologie Cloud.

Grâce à nos années d'expérience, nos collaborateurs et nos partenaires assistent nos clients et tout notre écosystème, ce même dans des périodes difficiles. Nous sommes là pour leur apporter tout le soutien, le conseil, les solutions et les services dont ils ont besoin.





01 41 66 25 91
sage.com



Sage

© Sage 2022 Tout droit réservé. Société par Actions Simplifiée au capital de 6 750 000 € - Siège social: 10 place de Belgique, 92250 La Garenne Colombes - 313 966 129 RCS Nanterre - Les informations contenues dans ce document peuvent faire l'objet de modifications sans notification préalable. Création - Rédaction: ND Conseil & Idées et Compagnie