

FORMATION INTER ENTREPRISE : CREDIT MANAGER

OBJECTIFS

Public concerné :

- Nouveau Credit manager.
- Responsable financier.
- Responsable ADV.
- Responsable comptable.
- RAF

A la fin de ce stage, les stagiaires devront être capables de :

- Mettre en place une démarche de prévention du risque client.
- Réussir sa prise de fonction de credit manager.
- Bâtir une procédure de recouvrement amiable.
- Identifier les crises de trésorerie.
- Gérer les conséquences du dépôt de bilan de ses clients.

PROGRAMME

Formateur :

Thierry Bezanson
En partenariat

Date :

Paris : - 15, 16 octobre 2015
- 12, 13 novembre 2015
- 19, 20 novembre 2015
- 17, 18 décembre 2015
- 14, 15 janvier 2016
- 14, 15 avril 2016
- 12, 13 mai 2016
- 26, 27 mai 2016
- 16, 17 juin 2016
- 23, 24 juin 2016
- 11, 12 juillet 2016
- 15, 16 septembre 2016
- 13, 14 octobre 2016
- 09, 10 novembre 2016
- 17, 18 novembre 2016
- 15, 16 décembre 2016

Durée :

6 jours (42 heures)

Tarif :

3 075, 00 € HT
Forfait repas : 114 € HT

Partie 1 : Prévenir le risque-client (2 jours)

1 Définir la politique crédit

- Analyse marginale : combiner maîtrise des risques et dynamisme commercial.
- Segmentation de la clientèle.
- De la procédure à la charte crédit.
- Fonctionnement du comité de crédit.

2 Évaluer la solvabilité des clients

- Sources externes : enquêtes commerciales, assurance-crédit, autres fournisseurs...
- Repérer les informations clés des enquêtes commerciales.
- Déterminer les critères de risque terrain spécifiques à son activité.
- Associer les commerciaux, l'ADV... à l'évaluation du risque.
- Habitudes de paiement.
- La méthode des points de risque.
- Méthodes de fixation de limite de crédit.
- Évaluer et garantir le risque client à l'international.

3 Bien gérer les encours

- Évaluer le besoin d'encours et l'encours à risque.
- Anticiper les situations de blocage par la gestion prévisionnelle de l'encours.
- Négocier des garanties.

4 Créer une synergie avec la vente

- Développer un esprit relation client.
- Solliciter l'intervention des commerciaux dans la prévention et le recouvrement.
- Savoir mener une réunion avec les commerciaux.

Partie 2 : Organiser le recouvrement amiable (2 jours)

1 Maîtriser le cadre juridique et financier de la relance

- Incidence des retards de paiement sur la trésorerie et le résultat.
- Lois sur les délais de paiement.
- Escompte pour paiement anticipé.
- Exploiter les pénalités de retard.
- Arguments pour négocier les délais de paiement.
- Conditions générales de vente.
- Les différents moyens de paiement.

LES + :

- Des modules e-learning permettent à l'apprenant d'acquérir individuellement des compétences transverses pour développer ses talents de négociateur et pour travailler son assertivité.

- Un module e-learning retrace les différentes étapes et techniques de l'entretien de relance téléphonique des impayés.

- Jeux de rôle de négociation sur la limite de crédit et les délais de paiement. Modèle de procédure de gestion du risque et du crédit remis sur support informatique, argumentaire pour négocier les délais de paiement.

- Quizz d'audit de la fonction crédit.
- Outils développés sur tableur : grille d'analyse financière sur tableur, Pareto client, modèles de courrier et de garanties, tableaux de bord.

- Cycle de formation animé par des praticiens du credit management.

2 Diagnostiquer l'encours client

- Identifier les causes de retard de paiement internes et externes.
- Définir un plan d'actions préventif.

3 Relancer efficacement les retards de paiement

- Indicateurs de performance.
- Bâtir des calendriers de relance.
- Faire du traitement des litiges l'occasion de renforcer la relation client.
- Avantages des différents modes de relance.
- Les 4 étapes d'une relance téléphonique.
- Exploiter la balance âgée dans la relation avec les commerciaux.
- Rédiger des lettres de relance efficaces, modèles de lettres.
- Spécificités du recouvrement à l'international, sur des particuliers, sur le secteur public.

4 Bien négociier

- 5 règles d'une négociation réussie.
- Rechercher une solution "gagnant - gagnant".
- Développer l'affirmation de soi.
- Savoir répondre non et préserver la relation commerciale.

5 Réaliser une injonction de payer

- Dans quelle situation choisir cette procédure ?
- Étapes de la procédure.
- Étude cas : réaliser soi-même une injonction de payer.

6 Activité(s) à distance

- Pour s'entraîner sur des sujets abordés en formation : un @expert "Étude de cas : analyse financière d'une entreprise".
- Pour découvrir un sujet en lien avec votre formation : un module e-learning "Réussir ses relances téléphoniques".

Partie 3 : Diagnostic financier, contentieux client (2 jours)

1 Mener un diagnostic financier

- Les 4 étapes : activité, profitabilité, capitaux investis et structure financière.
- Interpréter l'évolution du résultat : effet ciseau et effet point mort.
- La Capacité d'Autofinancement.
- Équilibres financiers : fonds de roulement (FR), Besoin en fonds de roulement (BFR), Trésorerie nette.
- Principaux ratios : gestion du BFR, structure financière, trésorerie, couverture des frais financiers.

2 Identifier les crises de trésorerie et les signes de dégradation

- Les 5 crises de trésorerie.
- Repérer les signes de dégradation sur les documents comptables :
 - étude de cas : analyse financière sur 3 ans, détection des signes de dégradation en lecture directe, savoir poser les bonnes questions.

3 Gérer les conséquences du dépôt de bilan d'un client

- Etapes et acteurs de la procédure.
- Les réflexes du fournisseur : produire ses créances, revendication des marchandises, continuation des contrats en cours, quand obtenir la compensation des créances réciproques ?
 - exercices : gérer les conséquences du dépôt de bilan d'un client.
 - Déclarer ses créances. Juger une proposition d'apurement du passif.

4 Piloter la fonction crédit

- Élaborer le budget de la fonction.
- Tableau de bord de sa fonction.
- Organiser une réunion commerciale.