

Les bonnes nouvelles Commerciales **Septembre 2012**

Pas assez de résultats nets dans les entreprises !

C'est une bonne nouvelle si des investissements ont été réalisés par exemple pour :

- le lancement la promotion de nouveaux produits, l'innovation et la qualité
- l'augmentation de la capacité de la force de vente ou créer plus de réseaux de distribution
- optimiser votre marketing et la communication

Vos investissements doivent avoir favorisés la croissance en tenant compte des aspects d'acquisition de valeurs qui diminuent le turn over clients, et favorisent la stabilité d'un carnet de commandes.

Si vous n'avez pas réalisé d'importants investissements pour la création de valeur et que votre résultat net est inférieur à 3 , 10 ou 15 % de votre CA* suivant votre secteur d'activité vous devez agir avec force, transformer vos faiblesses en opportunité de croissance et agir sur les principaux leviers

Marketing, Management, et Commercial Voici 9 actions / solutions à privilégier

Marketing	Management	Commercial
Pénétrer des marchés à marge grâce à des innovations	Avoir la bonne vision stratégique et prendre les bonnes décisions	Performance de négociation et de concrétisation de vente
Créer plus de + concurrentiels pour bien se démarquer	Gérer efficacement les suivis de projets	Respecter les plans d'action et appliquer la politique commerciale
Optimiser votre business model pour rester sur les marchés porteurs	Mobiliser ses équipes	Maintenir la motivation au meilleur niveau

Pour vérifier si votre rentabilité se trouve dans la bonne moyenne suivant votre secteur d'activité [cliquez ici](#).
Si vous avez une excellente performance soit plus 15 ou 25 % de votre secteur d'activité, pour continuer à progresser privilégier l'innovation et/ou le développement horizontal.

Mon partenaire Actif finances vous propose des actions complémentaires et d'agir sur la valeur ajoutée :

Réduire les stocks, Diminuer les encours client

Objectif : Diminuer les en cours clients

- La gestion des comptes clients, est-ce seulement le boulot de la compta ?
- L'amélioration des délais d'encaissement, est-ce uniquement une question de relances téléphoniques ?
- Dans beaucoup d'entreprises, des mesures simples restent à prendre pour une bonne gestion des créances.

Objectif : réduire les stocks

Le niveau des stocks a un impact important sur la rentabilité des entreprises, bien au-delà du simple poids financier auquel on pense avant tout.

Pourquoi des stocks importants ? Plusieurs raisons, bonnes ou moins bonnes....

- Les stocks doivent permettre de répondre à toutes les demandes des clients. Une rupture dans une référence a évidemment un impact immédiat sur le niveau des ventes et les marges réalisées.
- Les stocks doivent être achetés dans de bonnes conditions, à un bon prix. Et cela se traduit souvent par l'engagement d'acheter des quantités supérieures à celles qui sont immédiatement nécessaires.
- La troisième raison de maintenir un stock élevé est due à une organisation insuffisante de l'entreprise pour le processus d'achat, la logistique et les prévisions de vente.

Diminuer les en cours clients

Voici 4 raisons de 's'y mettre'

Pourquoi ?	Parce que...
C'est l'actif le plus important de l'entreprise	Le poste client représente en moyenne 25% des actifs de l'entreprise. Et il n'est pas rare qu'il atteigne 50% du total du bilan de l'entreprise. Se préoccuper de son premier investissement est donc 'vital'.
Un actif risqué	Lorsque l'entreprise accorde un délai de paiement à son client, elle joue le rôle d'un 'vrai banquier'. Les PME savent bien l'importance que leurs banques accordent au suivi de leur compte.... Les entreprises devraient traiter d'une manière similaire leur poste client.
Un actif lié à l'exploitation quotidienne	Faut-il le rappeler ? Le processus de vente ne se termine pas avec la livraison, mais bien avec l'encaissement. Ne pas bien suivre la régularité des paiements, cela revient à négliger le suivi de la qualité de ses produits ou prestations, négliger la connaissance de ses clients, notamment leur satisfaction, leur fiabilité, leur rigueur. Quelle source d'information ... si souvent oubliée !
La complexité souvent sous-estimée de la gestion du poste client	La complexité s'explique par la nécessaire coordination de nombreuses compétences dans l'entreprise: Administration des ventes, Commercial, juridique, Comptable. Il s'y ajoute le recours à des prestataires extérieurs pour le recouvrement amiable et contentieux.

Diminuer les en cours clients

Voici quelques solutions souvent négligées

Champ d'action	Objectif
La gestion du fichier client.	La responsabilité et la qualité de la tenue de ce fichier est essentielle pour optimiser le crédit client.
La communication entre le service commercial et la comptabilité.	Elle n'est pas naturelle. C'est la Direction de l'entreprise qui doit être moteur pour inciter à un travail d'équipe. Il est évidemment plus confortable pour le service commercial de ne pas se sentir concerné par le sujet du recouvrement.... Mais c'est terriblement couteux pour l'entreprise.
Les délais de paiement	L'échéance, c'est l'échéance.... Est-ce anormal qu'un client paye à l'échéance fixée ? C'est ce que l'on peut se demander en voyant la gêne ou la timidité de certains à réclamer le strict respect de respect de l'engagement pris.
Les litiges commerciaux	Pour retarder le paiement des sommes dues à l'échéance, certaines entreprises 'organisent' le système des litiges. C'est au créancier de prendre toutes les initiatives pour résoudre les problèmes. En commençant par s'intéresser sans délai aux questions de la satisfaction relative aux produits ou aux prestations.
Deux outils simples de suivi	<u>La 'balance âgée clients'</u> : C'est un document issu du logiciel comptable, et triant les soldes clients selon leur ancienneté Tous les logiciels comptables, même les plus simples, en disposent. <u>Le nombre de jours de crédit accordé</u> : C'est l'indicateur essentiel pour suivre la bonne santé du poste client. Cet indicateur indique en nombre de jours de Chiffres d'affaires, l'importance du crédit accordé.

Réduire les stocks

Voici 3 raisons de 's'y mettre'

Pourquoi ?	Parce que...
C'est un frein pour le développement commercial !	Avoir trop de stock peut conduire à perdre des ventes car la capacité de réaction à la demande client est inférieure à celle d'un concurrent moins 'chargé'. L'entreprise n'a plus la capacité financière à s'adapter autant qu'il le faudrait 'au marché' Et puis, le poids financier pour le stock freine l'investissement dans le commercial, le marketing, le matériel,
C'est un coût important	Le coût de détention physique des stocks, c'est : Les locaux, le matériel, les assurances, l'entretien, le personnel de manutention et gestion... Ces coûts sont évidemment plus faciles à connaître lorsque la fonction stockage est externalisée. Si ce n'est pas le cas, ils sont rarement évalués à leur niveau réel.
C'est une charge financière	La réduction des frais financiers du fait de la baisse des stocks, c'est une économie appréciable qui devrait, en plus, satisfaire le banquier car cela diminue son risque !

Comment réduire les stocks ?

Voici 4 solutions à privilégier

Champ d'action	Objectif
Prévisions de ventes.	Pour bien gérer ses stocks, il faut donc avoir des prévisions commerciales qui 'tiennent la route'.
Les décisions d'achat	Quel que soit la taille de l'entreprise, le lien entre la fonction achats et la fonction ventes nécessite une concertation systématique puis un 'arbitrage' du dirigeant.
L'outil de gestion	Savoir, pour chaque article ou type d'article, combien les quantités détenues représentent de jours ou de mois de ventes c'est le fameux ' <u>état de rotation des stocks</u> ' qui fait défaut à beaucoup d'entreprises. Pour les entreprises industrielles, Il s'y ajoute le logiciel de gestion intégré de la production et des stocks
L'animation commerciale	Un produit dont le poids en stock devient excessif ne fait pas toujours aussi rapidement qu'il le faudrait l'objet d'une action commerciale ou d'une promotion.

Chers clients, partenaires, pour mener à bien ces projets qui demandent une expertise complète vous pouvez compter sur nos accompagnements pour optimiser votre croissance

Frank THEVENEAU
externCom

Olivier Avril
Acting Finances

Optimisation de la performance Marketing & Commerciale

Direction financière « on demand »



