

Gérez vos flux de trésorerie

*Vendez plus grâce aux retours de vos clients.
Les 8 meilleures façons de demander à être payé
et comment maîtriser vos flux de trésorerie*



Sommaire

Chapitre 1

Qu'est-ce qu'un flux de trésorerie ?

Chapitre 2

Comment maîtriser vos flux de trésorerie

Chapitre 3

Boostez vos bénéfices : un guide spécialisé

Chapitre 4

Comment gagner de l'argent

Chapitre 5

La meilleure façon de demander à être payé

Chapitre 6

Les 5 principales justifications des retards de paiement

Chapitre 7

Checklist : 10 façons d'éviter une crise de trésorerie

Qu'est-ce qu'un flux de trésorerie ?

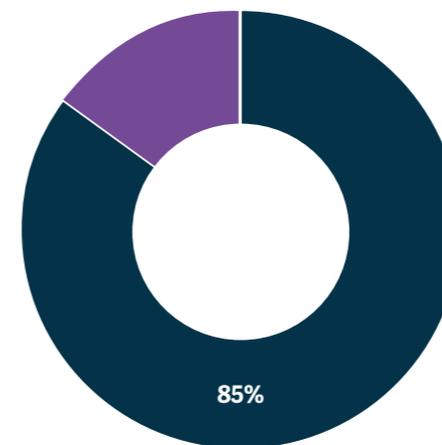
Comme tout conseiller ou chef de petite entreprise vous le dira, la trésorerie, c'est le nerf de la guerre. Cela paraît logique, mais que veut-on dire par là exactement ?

Pour simplifier, à long terme, ce qui fait couler une entreprise, c'est l'absence de bénéfices. Mais à court terme, elles échouent car elles n'ont pas assez d'argent pour régler leurs factures. Le flux de trésorerie est ce qui permet à une entreprise de survivre. Les problèmes de trésorerie sont de loin la première cause de dépôt de bilan.

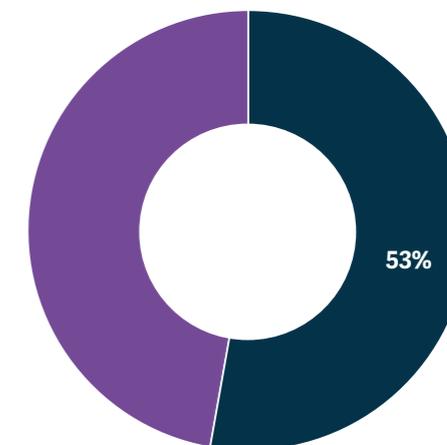
Les principes d'une bonne gestion des flux de trésorerie sont simples. Tout d'abord, vous devez faire en sorte de faire rentrer plus d'argent qu'il n'en sort. L'argent doit également rentrer en temps et en heure, afin que vous puissiez payer vos fournisseurs et investir dans le stock. En ayant de l'argent en réserve, vous aurez un meilleur pouvoir d'achat et de négociation, ce qui pourrait vous faire économiser sur le long terme. Anticiper le moindre déficit est également important, car cela vous permet de prévoir des plans de secours pour votre trésorerie, par exemple en prolongeant la durée d'un crédit.

Il est crucial pour une petite entreprise de bien gérer son argent et ses flux de trésorerie, mais si vous maîtrisez les bases, vous serez en position de force.

Les entreprises vérifient leurs flux de trésorerie...



Quotidiennement



Une fois par semaine

Comment maîtriser vos flux de trésorerie

1. Contrôle du crédit

Mettre en place un bon système de contrôle du crédit n'est pas forcément compliqué, l'essentiel est d'être payé aussi vite que possible... mais il est crucial d'avoir des procédures établies. Tout d'abord, vous devez établir des limites de crédit et des conditions de paiement claires pour vos clients, envoyer les factures rapidement et exiger fermement le paiement de toutes les dettes échues. Vous devriez également surveiller les paiements de vos clients et cesser rapidement d'accorder du crédit aux mauvais payeurs.

2. Prévisions de ventes

Pour faire simple, les prévisions de ventes consistent à prédire ce qui vous attend afin de mieux gérer les aléas en matière de trésorerie. Dès la fin de votre premier mois de ventes, vous pouvez commencer à prévoir vos flux de trésorerie. Grâce à votre connaissance du marché, réfléchissez à vos prix, au niveau de la concurrence, à l'état de l'économie et ainsi de suite, pour évaluer la demande. Souvenez-vous, il vaut mieux être trop prudent que trop optimiste... avec un peu de chance, vous éviterez ainsi de mauvaises surprises.

3. Réduire les frais et les dépenses inutiles

Quand il s'agit de préserver le flux de trésorerie, pensez « austérité et dynamisme ». Étudiez minutieusement tout ce que vous achetez, sachez exactement où va votre argent, et tirez-en toujours le meilleur profit. Déterminez également ce dont vous avez vraiment besoin. Ces plantes en pot pour votre bureau sont effectivement très jolies, mais elles ne feront pas avancer votre entreprise.

4. Négocier des conditions avantageuses avec vos fournisseurs

Cela vaut toujours la peine de demander si vous pouvez étendre les délais de paiement auprès de vos fournisseurs. Après tout, si vous pouvez régler votre facture au bout de 60 voire 90 jours au lieu de 30, vous pouvez garder votre argent pendant plus longtemps, et cela vous aidera à réguler votre flux de trésorerie. Si vous songez à passer une grosse commande, n'oubliez pas de négocier ! Vous pourriez par exemple mettre en place un plan de paiement échelonné, au lieu de payer les montants dus en une seule fois.

5. Gérer les stocks

Surveiller les stocks de près et ne commander que ce dont vous avez besoin est primordial pour éviter de dépenser inutilement de l'argent. Déterminez ce qui se vend rapidement et ce qui rapporte afin d'avoir des revenus stables et d'éviter de bloquer des fonds dans des produits difficiles à écouler. Si vous avez besoin d'une injection de liquidités rapide, essayez d'écouler à prix réduit les produits anciens ou obsolètes que vous avez en stock.

6. Ne pas immobiliser votre argent

Si vous recevez des commandes, il peut être tentant d'acheter de l'équipement tout neuf ou de vous faire plaisir avec du nouveau matériel. Mais réfléchissez bien avant de faire des folies sur des achats inconsidérés et essayez de garder des liquidités. Si vous investissez dans des actifs comme des ordinateurs par exemple, demandez à votre fournisseur s'il peut vous proposer un financement sur un an, ou envisagez un découvert.

7. Rester en bons termes avec vos créanciers

Les temps sont durs, et obtenir un prêt est plus difficile qu'auparavant, mais cela paie toujours de bénéficier du soutien de votre banquier. Gardez toujours vos comptes à jour, afin de pouvoir montrer vos chiffres au cas où vous auriez besoin d'emprunter, et n'oubliez pas : si vous avez du mal à rembourser, parlez avec votre créancier au lieu de faire l'autruche à propos de votre dette.

8. Escompte de factures

Cela ne conviendra pas à tous les modèles économiques, mais une façon de réguler le flux de trésorerie est d'utiliser l'escompte de règlement : un tiers « rachète » votre facture et libère des fonds en fonction de sa valeur. Si vous êtes en développement, cela peut être une bonne option et certains prêteurs peuvent vous accorder jusqu'à 90 % du montant de la facture. Les frais peuvent cependant être élevés, alors renseignez-vous et comparez les prix, c'est un marché très concurrentiel.

9. Repérer les signes avant-coureurs

Votre chiffre d'affaires chute, vos clients mettent plus de temps à payer, les services des impôts vous facturent des pénalités de retard, et vous-même réglez les factures de vos fournisseurs plus tard que d'habitude : voilà des symptômes classiques d'un problème de trésorerie. N'ignorez pas ces avertissements : il est généralement plus facile d'augmenter le fonds de roulement avant d'avoir accumulé trop de dettes.

10. Être réaliste vis-à-vis de votre entreprise

Il faut parfois prendre un peu de recul pour voir les choses clairement, et la gestion d'une entreprise ne fait pas exception. Si vous êtes constamment en difficulté et que votre trésorerie ne s'améliore pas, demandez-vous pourquoi.

Boostez vos bénéfices : un guide spécialisé

Emma Warren est experte du monde des affaires, entrepreneuse et directrice générale de Portfolio Directors, qui conseille les petites entreprises en croissance. Elle leur donne des conseils sur la façon de booster leurs bénéfices.

- Gérez vos fournisseurs. N'ayez pas peur de demander une remise pour booster vos bénéfices, mais ne soyez pas impitoyable ou vous risquez de détériorer votre relation. Négocier des créneaux de livraison moins chers, en dehors des heures de pointe par exemple, est généralement un bon moyen de faire baisser les coûts.
- Gérez votre cycle de trésorerie en tenant des registres de vente précis. Vous pourrez ainsi conserver une marge bénéficiaire élevée et repérer très vite les problèmes. Une augmentation du prix des matières premières peut par exemple vous obliger à réviser vos prix à la hausse. Ou il vous faudra peut-être organiser une promotion spéciale en basse saison.
- Discutez avec vos clients et vos fournisseurs pour connaître les dernières innovations et tendances. Soyez à l'affût pour découvrir de nouvelles idées et identifier ce qui se vend bien dans votre secteur : pouvez-vous en profiter ?
- Faites en sorte que vos produits ou services soient reproductibles autant que possible. Même si vous devez offrir une remise pour ce faire, cela vaut en général la peine au vu des bénéfices en termes de trésorerie. Par exemple, si vous êtes une société spécialisée qui vend des formations à des entreprises, offrez un mix de formation et de coaching sur six mois avec un forfait régulier tous les mois, plutôt qu'une session ponctuelle.
- Encouragez vos clients à acheter tous les mois, que ce soit par le biais d'une alerte e-mail ou d'une newsletter présentant votre toute dernière gamme. Mieux encore, personnalisez-les en fonction des goûts et des préférences d'achat de vos clients.

Il est plus facile et moins onéreux de garder vos clients existants que d'en conquérir de nouveaux.

Méthodes privilégiées pour évaluer les flux de trésorerie dans les petites entreprises



Comment gagner de l'argent

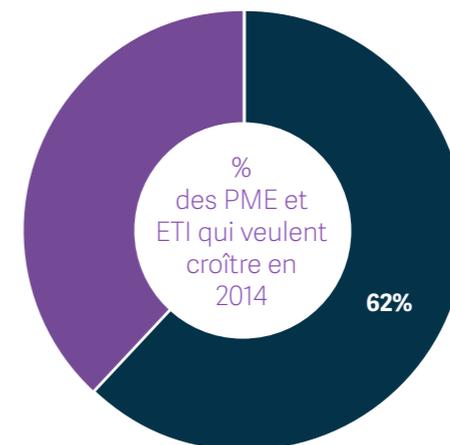
Augmenter les ventes grâce aux retours clients

Il est bien connu que vos clients existants font partie des atouts les plus précieux de votre entreprise. Après tout, ils vous ont déjà trouvé, vous ont choisi vous plutôt que vos concurrents, et connaissent vos produits et services. Il est également moins cher et plus facile de les garder que de chercher à conquérir de nouveaux clients par le biais de ventes directes ou de campagnes marketing.

Vos clients existants peuvent être extrêmement précieux quand il s'agit d'augmenter les ventes. Comment faire alors pour tirer profit de votre clientèle pour vendre plus ?

- Tout d'abord, recueillez ses commentaires. Les gens qui ont acheté vos produits ou services sont souvent les meilleurs juges de ce qui se vend bien et pourquoi, et à partir de là, vous pouvez déterminer quelle sera la stratégie de vente la plus efficace. En déterminant de quoi vos clients ont besoin, et quand ils en ont besoin, vous pouvez également prédire la demande. Essayez de passer un appel de courtoisie ou d'envoyer un questionnaire de satisfaction client après une vente pour obtenir les commentaires de vos clients.
- Ne négligez pas non plus les réseaux sociaux, qui peuvent être une façon très rentable de recueillir les opinions de vos clients. Sondez vos followers sur Twitter ou Facebook pour les nouveaux produits ou services, ou allez voir ce que fait la concurrence. Si l'organisation de votre secteur d'activité a un forum, envisagez de lancer une discussion pour obtenir des commentaires.
- Songez à la meilleure façon d'exploiter les ventes croisées et les incitations pour vos clients existants en augmentant soit la gamme, soit la valeur de votre offre. Si vous vendez en ligne, utilisez votre site Internet et des campagnes de marketing par e-mail pour proposer des suggestions basées sur les habitudes d'achat de vos clients.
- Déterminez ce que vos clients les plus précieux, ceux qui dépensent le plus, attendent réellement de vous. Pour les encourager à acheter, vous pouvez leur offrir des remises ou des promotions spéciales sur leurs futurs achats.

- Alerter les clients qui figurent dans votre base de données quand des produits nouveaux, améliorés, ou associés sont disponibles est une autre façon d'augmenter les ventes.
- Vous pourriez également essayer d'attirer de nouveaux clients au travers de recommandations (c'est généralement une façon très fiable de faire de nouvelles affaires) en offrant une remise spéciale aux acheteurs qui vous recommandent à d'autres.
- Souvenez-vous, aucun client n'aime être harcelé par des arguments de vente, en particulier si le produit ou service ne répond pas à ses besoins. Vos campagnes de marketing et de vente doivent être ciblées, sinon vos clients risquent de perdre confiance en vous et cela pourrait mettre en péril votre relation. Votre but est de bâtir un lien solide sur le long terme, pas de courir après les bénéfices ponctuels.



Source: FSB Small Business Guide 2014

La meilleure façon de demander à être payé

Le point de vue d'un expert

Vous vous demandez comment approcher au mieux les clients qui tardent à vous payer ? Mike Guttridge, psychologue d'affaires et membre de la Société britannique de psychologie, donne ses conseils sur la meilleure façon d'être payé.

- Quand vous courez après le paiement d'une facture, vous devez annoncer clairement vos attentes. Assurez-vous que le client comprenne votre point de vue. Expliquez que vous avez envoyé la facture il y a 30 jours, que le délai est dépassé et que vous demandez à être payé d'ici la fin de la semaine.
- Soyez poli, restez calme, mais ne vous laissez pas faire. Il peut arriver que certains clients vous relèguent en fin de liste s'ils pensent que vous ne direz rien. Il s'agit d'exprimer clairement votre objectif.
- Rappelez les faits, indiquez quand vous avez envoyé la facture et quelles sont vos conditions de paiement. Et soyez toujours certain de ce que vous avancez. Si vous passez sur les détails (ou pire, que vous commettez une erreur), vous perdrez en crédibilité et il sera plus facile pour le client de vous ignorer.
- Contactez personnellement la personne qui a engagé votre entreprise. Il est beaucoup plus difficile d'envoyer promener quelqu'un avec qui vous avez travaillé ou bâti une relation par le passé. Demandez si cette personne peut contacter le service financier ou si elle peut glisser un mot au patron.
- Soyez tenace. Téléphonnez régulièrement. Suggérez d'organiser une réunion. Contactez le client... souvent.
- Si vous avez affaire au service comptable, soyez amical. Demandez le nom de la personne et essayez de voir les choses de son point de vue. Est-ce qu'ils paient uniquement certains jours ? La société connaît-elle des difficultés ? Traitez tout le monde avec respect, même l'assistant stagiaire. Cela s'avère payant sur le long terme.

- Utilisez toujours de l'encre rouge sur vos rappels de factures. Le rouge attire l'attention.
- Procurez-vous un tampon spécial avec le nom de votre entreprise dessus. Renvoyez votre facture avec un tampon marqué «impayé » en travers de la feuille, de préférence en rouge vif. Soyez audacieux !

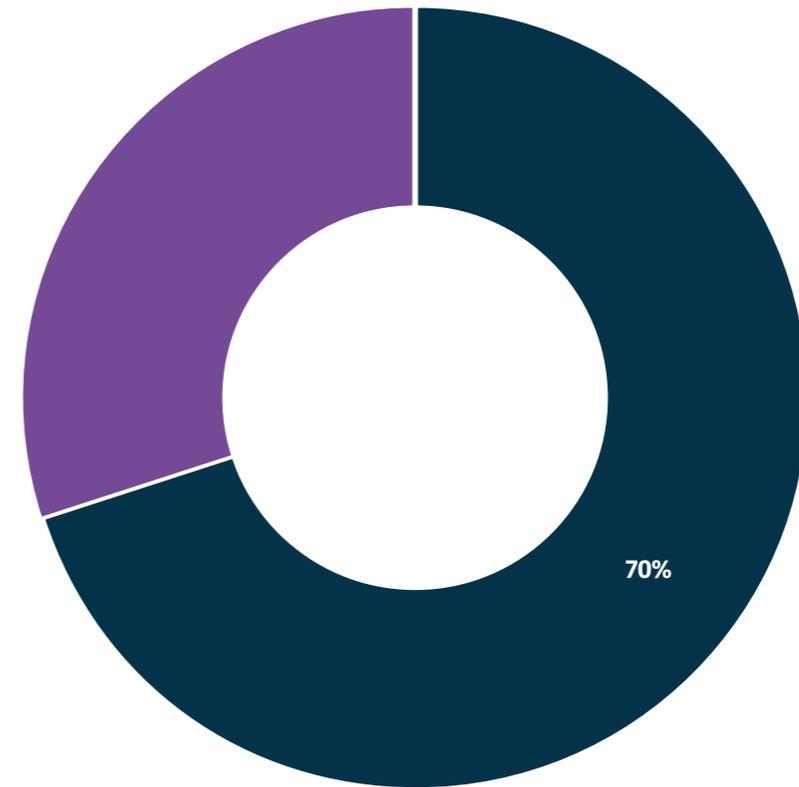
Les 5 principales justifications des retards de paiement

- 1**
Des fournisseurs qui changent leurs conditions générales
- 2**
Des clients qui retiennent les fonds pour vérifier la qualité du travail
- 3**
Des clients qui demandent des remises qui n'ont pas été acceptées d'entrée de jeu
- 4**
Des fournisseurs qui vous retirent leur crédit sans prévenir
- 5**
Des clients qui retiennent les paiements pour remettre en question la qualité du travail ou les délais de livraison

60 milliards d'euros de factures impayées ou en attente de paiement à l'heure actuelle aux PME et ETI*

*Source: Sage Pay Study, 2014

% des petites entreprises ayant connu des retards de paiement en 2013**



Source : sondage des membres de la fédération des petites entreprises 2013/2014

Checklist : 10 façons d'éviter une crise de trésorerie

1. Vérifiez régulièrement vos prévisions de trésorerie pour rester sur les rails sur le plan financier et éviter les déficits.
2. Envoyez vos factures rapidement et ne laissez pas traîner les impayés
3. Déterminez les dates de paiement de vos clients et ne négligez aucune irrégularité ni aucun retard. Un client mauvais payeur peut être au bord du dépôt de bilan.
4. Évitez de gaspiller de l'argent sur des quantités de stock inutiles.
5. Réduisez les dépenses et les frais inutiles.
6. Restez en bons termes avec votre banque et autres créanciers au cas où vous auriez besoin d'étendre vos niveaux de crédit ou de demander un prêt.
7. Boostez votre trésorerie à court terme en proposant des remises pour les achats anticipés ou les paiements rapides
8. Envisagez toutes les options de financement, y compris la vente à tempérament, le crédit-bail, les emprunts et l'escompte de paiement.
9. Déterminez la fréquence à laquelle vous payez vos fournisseurs, vos impôts, vos factures d'énergie, etc. Serait-il possible de payer de manière échelonnée ou de rendre les conditions de paiement plus souples ?
10. Mettez en place un système d'alerte de façon à être averti aussi vite que possible si vous allez être dans le rouge.

sage 50cloud Ciel

Obtenez une
version d'essai
gratuite dès
aujourd'hui.

En savoir plus >



©2018 The Sage Group plc, ou ses partenaires. Tous droits réservés.
Les marques, les logos et les noms des produits et services Sage
mentionnés sont les marques appartenant à The Sage Group plc,
ou à ses partenaires. Toutes les autres marques sont la propriété
de leurs titulaires respectifs. NA/WF 183498.