



LE CREDIT CLIENT QUELS RISQUES POUR L'ENTREPRISE

PUBLICS CONCERNES	PRE-REQUIS	OBJECTIFS
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Personne appelée à avoir des fonctions de recouvrement, comptable, gestionnaire, chef d'entreprise et créateur d'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Connaissance préalable des documents comptables 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Maîtriser le risque client en matière d'utilisation du crédit accordé et d'optimiser le recouvrement et diminuer les impayés.

MOYENS PEDAGOGIQUES	METHODES PEDAGOGIQUES	EVALUATION/VALIDATION
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Petit groupe : 8 personnes maximum. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Alternance des phases d'acquisition théorique et des phases d'application concrète (ces dernières étant largement privilégiées). ◆ Possibilité pour les stagiaires d'enregistrer leurs travaux et/ou des exercices complémentaires sur leur clé USB. ◆ Un support imprimé est remis en début de session. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Evaluation tout au long de la formation. ◆ Attestation de stage.

DUREE	NIVEAU FORMATION	LIEU
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 14 heures 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Niveau 3 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 53 rue de la Varenne SAINT MAUR DES FOSSES

PROGRAMME	
<p><u>Le service crédit client</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Sa place dans l'entreprise: position au carrefour des services de l'entreprise. ◆ Son rôle, ses objectifs. ◆ De la politique commerciale au crédit client. ◆ L'informatique économique intra/extra entreprise. 	<p><u>Méthodes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Préserver la bonne relation commerciale. ◆ Relance: Quand? Comment ? ◆ Relance téléphonique, préparation de l'entretien, analyse, reportings, suivis. ◆ Relance manuscrite ou informatique. ◆ Négociation: fermeté, flexibilité. ◆ L'impayé, le dépôt de bilan.
<p><u>Conditions et moyens à mettre en œuvre</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Incidence du retard de paiement sur l'entreprise. ◆ Connaître son client, ses produits, son marché. ◆ L'information collectée comme base d'appui au recouvrement des créances. ◆ Un bon recouvrement suppose une organisation en amont. ◆ L'agenda. 	<p><u>Gestion et reflexes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Transmettre l'information dans l'entreprise. ◆ Intéressement de l'équipe, contrôle d'objectifs. Erreur à éviter.
<p><u>Créer les bases d'un recouvrement efficace</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Le recouvrement, parti d'un tout. ◆ Le service client à la croisée des flux de l'entreprise. ◆ Les objectifs du recouvrement. ◆ S'appuyer sur une informatique rigoureuse. 	