

Aston iTrade Finance accompagne la révolution des credit managers

Les nouvelles technologies révolutionnent la fonction finance et offrent de nouvelles solutions au credit manager, l'accompagnant aussi bien dans l'optimisation du poste clients que dans ses relations avec les services commerciaux, qui tendent à s'amplifier.



Amaury de la Lance

Le credit manager se trouve actuellement au carrefour de différents métiers : l'optimisation du poste client, le pilotage du risque crédit et la maximisation de l'encours financier. Il lui incombe également de protéger les intérêts financiers de son entreprise, alors même que la situation économique reste tendue, tout en participant à son développement commercial. «Trop longtemps le credit manager a été considéré comme un frein au business alors que son rôle consiste à collaborer à la sécurité et à l'optimisation des ventes, souligne Amaury de la Lance, PDG Aston iTrade France. Aujourd'hui, il ne suffit plus de vendre, il faut bien vendre. A ce titre, la collaboration entre les credit managers, les commerciaux et les partenaires externes de gestion du risque client est indispensable.»

Sécuriser ses ventes avec le big data et une plateforme IT

Pour autant, le moyen le plus couram-

ment utilisé pour sécuriser les ventes repose encore trop souvent sur la relance-recouvrement. «Pour aller plus loin et sécuriser ses paiements, il y a à notre sens quatre solutions complémentaires : l'optimisation de la relance en l'activant avant même l'échéance, le calcul de limites de crédits internes basées sur des sources financières récentes, le croisement en temps réel de l'encours et de ces limites de crédits et, enfin, une approche amont du risque de crédit incluant la gestion des commandes», ajoute Amaury de la Lance. Des enjeux auxquels répondent les fintechs avec leurs plateformes de gestion du poste client qui reposent sur trois piliers essentiels, le SaaS, le cloud et le big data.

Vers une gestion préventive du poste client

Ces plateformes permettent notamment d'industrialiser la relance préventive, de la personnaliser mais aussi de la partager au sein des équipes avec une réelle collaboration de confiance entre

le credit manager et le commercial, qui travaillent alors avec les mêmes outils. Elles contribuent ainsi à intégrer la gestion des commandes et le commercial dans le processus «order to cash». L'avènement du big data leur confère également une puissance d'analyse des données en temps réel sans limite de capacité. Ces plateformes permettent par ailleurs de comparer l'encours réel, la limite de crédit interne et la limite de l'assureur crédit. «A cet effet, elles doivent être capables de remonter les informations comptables, de les afficher et de gérer les limites de crédit internes pour ensuite les croiser en temps réel avec les limites de l'assurance crédit, souligne Amaury de la Lance. Seule une plateforme qui donne la possibilité de croiser les trois encours contribuera à optimiser et à développer à bon escient l'activité de l'entreprise.»

Enfin, alors même que les entreprises souhaitent de plus en plus différencier les services et choisir un expert de chaque métier, ces plateformes doivent

également être capables de communiquer avec les prestations de services du choix de l'entreprise : externalisation ou non de la relance ou du recouvrement, base de données de rating, assureurs crédits, factors... L'entreprise est libre de son choix mais peut se connecter à tous.

Un poste client valorisé

Grâce à ces technologies, le credit manager va pouvoir se concentrer sur les tâches prioritaires ou à plus forte valeur ajoutée pour l'entreprise en automatisant tous les processus standard comme, par exemple, la relance. Par ailleurs, elles lui permettent également de consolider les informations de son choix en temps réel et non plus via des reportings manuels et décalés dans le temps. Enfin, il va pouvoir accéder aux tableaux de bord de son choix qu'il construira lui-même en temps réel de manière fine grâce à la manipulation aidée de chiffres (il s'agit alors de business intelligence).

Plus de cash et plus de financement

Le paradoxe est que le but primordial des entreprises est d'avoir plus de cash et plus de financement court terme. Face à ce besoin, il existe un actif : le poste clients et les factures en attente de paiement. Une optimisation de son poste clients permet ainsi d'augmenter fortement sa trésorerie à condition d'avoir une plateforme digitale qui va valoriser cet actif vivant.

Aston iTrade Finance, partenaire des credit managers

C'est ainsi pour accompagner les credit managers dans leur révolution qu'Aston iTF met à leur disposition la première plateforme de relance clients ouverte en marketplace aux assureurs crédit, factors et fonds d'investissements. En trois clics relancez, assurez et financez vos factures avec le partenaire de votre choix ! ■

Amaury de la Lance, PDG et fondateur d'Aston iTrade France

- Pendant plus de 20 ans, AMAURY DE LA LANCE, a occupé différents postes dans les domaines de la finance et des nouvelles technologies.

QUESTIONS À... Comment percevez-vous les enjeux liés à la gestion du poste client ?

Les factures client représentent 40 % des actifs d'une entreprise et un formidable potentiel de valorisation, avec un chiffre s'élevant à 650 milliards d'euros. De plus, 25 % des dépôts de bilan sont dus aujourd'hui à des factures impayées. Il convient donc pour les entreprises de réduire leurs délais de paiement, de couvrir leur risque de crédit et de financer leurs factures. Des enjeux forts auxquels les nouvelles plateformes de services fintech peuvent répondre.

Concrètement, quelles sont les principales clés pour optimiser le poste client ?

Tout d'abord, il faut avoir une vision à 360° de son poste clients, analyser ses informations internes mais aussi celles de ses partenaires. La plus forte évolution dans la demande des entreprises actuelles est ce besoin d'une vision globale et en temps réel de leur poste client mais aussi fournisseur. Ceci par le biais de la BI (business intelligence) permettant du reporting, des tableaux de bord et le croisement des informations en temps réel. L'objectif ultime consiste à bâtir un scoring interne, une notation du risque crédit des clients des entreprises. Avec comme élément clé la consolidation au niveau national ou international de l'ensemble des données.

Quelles sont les autres pistes ?

D'abord la réduction du délai de paiement. Les entreprises doivent disposer d'un module de relance recouvrement qui permette l'automatisation des processus les plus courants, avec notamment la relance de masse. Elles ont en outre besoin d'agendas et de procédures personnalisables pour les clients stratégiques. Ensuite la réduction du risque d'impayés, qui suppose de faire appel à un assureur crédit (la plateforme doit alors proposer d'être reliée à l'ensemble des acteurs), et de gérer les limites de crédit interne. Enfin, le financement de ses factures, pour obtenir du cash immédiatement. Les plateformes de dernière génération permettent de simplifier les procédures avec un lien automatique et de choisir librement le financeur de son choix.

Quel est alors le rôle des fintechs ?

L'avènement des fintechs, par rapport aux éditeurs de logiciels, permet de basculer d'un mode «achat de logiciels» et installations en local peu évolutives et lourdes à maintenir à une offre de services en ligne personnalisable et performante. L'avantage repose sur trois piliers : le SaaS, qui permet de disposer en permanence de la dernière version du système, le cloud qui permet de se décharger de toute contrainte d'hébergement informatique et enfin, le big data, qui offre une analyse fine en temps réel des données, pour aboutir in fine à un scoring crédit en temps réel. Aston iTF offre la première plateforme de relance clients ouverte en marketplace aux assureurs crédit, factors et fonds d'investissements.