

Conseils en Credit Management

L'efficacité dans les relances de débiteurs par téléphone

Appeler un client par téléphone pour lui parler de ses impayés présente un grand avantage par rapport aux notes de rappel. Il s'agit là d'une approche plus directe et qui offre la possibilité d'un contact plus personnalisé en vue de provoquer le résultat escompté. Avant de prendre le téléphone, veillez à disposer d'informations complètes sur votre client. Voici comment procéder :

Avant d'appeler	
Qui peut appeler le client ?	<p>N'importe quel collaborateur n'est pas susceptible d'appeler votre client pour une question aussi délicate. Assurez-vous de confier cette mission uniquement à des personnes qualifiées et ayant bénéficié d'une formation dans ce domaine.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ il est nécessaire de se rappeler les objections habituelles du client. ▪ il faut prévoir les arguments appropriés à opposer dans toutes les situations ▪ développez une approche centrée sur votre objectif. ▪ adoptez un ton poli et un comportement positif.
Un impératif : des objectifs clairs	<p>Prévoyez de vous en tenir strictement à vos exigences maximums ? Si ce n'est pas le cas, songez à vous replier sur des exigences minimums avant d'appeler (p.ex. un paiement partiel, des paiements échelonnés) et n'oubliez pas que vous avez affaire à un client avec qui il est peut-être opportun de poursuivre des relations commerciales.</p>
Critères à prendre en compte	<p>Quels sont les critères sous-jacents de votre appel ? Une date (paiement avant l'échéance, paiement échu, retard de paiement), un échéancier pour augmenter la pression ou, par exemple, des concessions sur le montant des factures ou des lignes de crédit ?</p>
Préparatifs	<p>Les préparatifs peuvent prendre plus de temps que l'appel téléphonique en soi. Quels sont les aspects à prendre en considération ?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Faites-vous communiquer le nom et le numéro d'appel de la personne que vous souhaitez joindre auprès de votre client. ▪ Utilisez un mémo spécial pour ce genre d'appel. ▪ Choisissez une heure adéquate pour votre appel (en général, le lundi matin et le vendredi après-midi sont à éviter). ▪ Quelles sont les démarches antérieures entreprises dans cette affaire ? ▪ Renseignez-vous sur certains éléments à prendre en compte lorsque la raison d'un retard de paiement se trouve chez vous (par ex. réclamations du client ; promesses commerciales faites à votre insu par un de vos vendeurs). ▪ Informez-vous pourquoi le client n'a pas rempli ses obligations (selon l'équipe de vente). ▪ Ayez devant les yeux un résumé avec les paiements enregistrés et les antécédents de paiements du client.

Documents à l'appui	<p>Un fichier client comportant :</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ L'historique récent des paiements effectués par le client. ■ Les antécédents en matière de notes de rappel et les relances par téléphone. ■ Si possible, recherchez des données personnelles sur votre partenaire commercial. <p>Liste d'objections :</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Il s'agit ici d'un instrument très important. Cette liste doit comporter tous les prétextes et objections avancés dans le passé par votre client avec en face les arguments à lui opposer.
---------------------	--

Au cours de l'appel	
Appel au siège central	Demandez immédiatement le nom de votre personne de contact. Si vous avez déjà eu des relations d'affaires avec ce client, demandez quel est son numéro de poste et les heures auxquelles on peut le joindre. Cela vous permettra de gagner du temps à l'avenir.
Le climat dans lequel doit se dérouler l'appel	Soyez poli ; prenez un ton optimiste. Donnez une touche personnelle à votre appel, mais restez concentré sur votre objectif, ferme et assertif.
Le ton de l'appel	Posez des questions claires et précises. Évitez les déclarations vagues et n'acceptez pas de déclarations évasives de votre client.
En début d'appel : indiquez la raison de votre appel	Considérez le début de votre appel en quelque sorte comme un service au cours d'un match de tennis. Veillez au préalable à fixer la manière dont vous allez aborder votre interlocuteur. Cela vous aidera à éviter d'utiliser de longues phrases et de laisser les questions dans le vague.
Comment « tenir bon » durant cet entretien ?	Veillez à fixer le cours de l'entretien dès le début. Cela vous permettra de marquer des points et de favoriser l'issue escomptée de l'entretien.
Objections	Rappelez-vous au préalable les dix objections les plus courantes dans votre secteur et faites en sorte que votre interlocuteur vous donne les détails les plus importants.
Solution	Une fois la situation clarifiée, l'étape suivante consiste à trouver une solution. Demandez à votre client quelle est la solution qu'il envisage.
Relancer le client	Souvent les personnes négligent de relancer leur client. Évitez cela. C'est une source de malentendus.
Conséquences	Les conséquences sont le résultat logique de votre appel. D'autre part, votre appel vise à éviter certaines conséquences. Vous êtes « la bonne fée ». Si le client en retard de paiement ne peut pas être convaincu, dites lui clairement et de manière professionnelle quelles en seront les conséquences.
Engagement à payer	L'engagement à payer est le résultat d'un bon entretien. L'information capitale pour vous est de savoir quel montant sera versé, à quel compte et comment.
Résultat	Même si le résultat est clair à vos yeux, mieux vaut en faire un résumé. Veillez à recevoir une réponse aux questions : qui fera quoi et pour quand ?

Après l'appel téléphonique

Le suivi	Faites un mémo de votre entretien et envoyez-le à la personne de contact par fax ou par e-mail.
Documentation	La documentation de ce processus est extrêmement importante ; elle permet à un tiers de suivre le traitement de l'affaire.
Tenez parole	Si vous avez convenu d'un règlement à une certaine date, faites en sorte qu'il soit effectué à cette date. Autrement, le client pourrait avoir l'impression qu'il s'agit d'une initiative sans lendemain.
Ne relâchez pas la pression	<u>Il importe de rappeler une deuxième ou même une troisième fois un client en retard de paiement</u>
Évaluation critique	<p>Une évaluation critique de vos démarches permet une amélioration constante de vos résultats de recouvrement. Les questions suivantes ont de l'importance.</p> <ul style="list-style-type: none">■ Est-ce que j'ai manifesté une attitude positive afin de garantir la qualité de mon appel téléphonique. Le ton était-il correct ?■ Suis-je resté concentré sur l'objectif principal ?■ Est-ce que j'ai accepté des promesses en l'air ?■ Ai-je reçu des réponses précises à mes questions ?■ Est-ce que j'ai souligné les aspects positifs ?■ Est-ce que j'ai fait ce qu'il fallait pour limiter la durée de l'entretien téléphonique ?■ Suis-je satisfait de mon argumentation ou dois-je l'améliorer ?

Il va sans dire qu'il n'y a pas de recette miracle pour mener avec succès un entretien de recouvrement par téléphone. Chaque débiteur est différent, et ce qui peut donner des résultats chez l'un peut ne rien donner chez l'autre. Néanmoins, c'est exactement la raison pour laquelle une bonne préparation et une certaine flexibilité augmentent considérablement les chances de succès.

Copyright Atradius. Les déclarations et recommandations faites dans cette brochure ne sont qu'à titre d'information et ne peuvent tenir lieu de conseils de nature professionnelle dans des situations spécifiques. Dès lors, vous comprendrez que nous ne pouvons assumer aucune responsabilité en la matière. Si l'avis juridique ou une autre forme d'assistance d'un expert sont requis, il y a lieu de faire appel aux services d'un professionnel.