

Poste client - Les directions financières s'approprient les nouvelles technologies



Dans un contexte marqué par une détérioration de la situation financière de certaines TPE-PME et l'impossibilité d'accéder aux données financières de plusieurs de leurs partenaires commerciaux, de nombreuses entreprises cherchent à renforcer leur gestion du poste client. Un objectif que leur permettent d'atteindre les solutions innovantes mises à leur disposition par les spécialistes du secteur, qui reposent de plus en plus sur l'intelligence artificielle.

Les acteurs de la gestion du poste client se veulent plus que jamais à la pointe de la technologie. En octobre dernier, l'Association française des credit managers (AFDCC) créait une commission dédiée à l'innovation, dont la mission consiste notamment à effectuer un travail de veille sur les nouveautés (intelligence artificielle, open data, etc.) susceptibles d'influencer le quotidien de ces professionnels.

Une démarche qui n'est pas isolée, les spécialistes du poste client ayant dernièrement accru leurs investissements dans le

développement d'outils digitaux embarquant des technologies innovantes : Factofrance et BNP Paribas Factor s'appuient ainsi dorénavant sur des robots pour automatiser l'imputation des règlements et accélérer la mise à disposition des fonds auprès de leurs clients, tandis qu'Elliphère recourt au machine learning pour modéliser des scores de défaillance d'entreprises plus performants et que Sidetrade utilise le traitement automatique du langage naturel (natural language processus) pour automatiser des tâches liées à la communication avec le client..

Trois quarts des comptes publiés sous couvert de confidentialité

Ces développements interviennent alors que les attentes des entreprises en matière de services se sont renforcées sous l'effet d'un environnement réglementaire et conjoncturel devenu moins favorable. «Suite à la loi Hamon de 2014 et à la loi Macron de 2015 autorisant la confidentialité des comptes annuels d'un certain nombre de TPE et PME, 76 % des entreprises ont, l'an passé, publié leurs comptes sous couvert de confidentialité, contre moins de 40 % avant ces lois, explique Laura Delmas, dirigeante du cabinet de conseil en credit management ACM Experts et membre de la Commission Innovation de l'AFDCC. Principale conséquence pour les entreprises : elles ont beaucoup moins de visibilité sur la santé

financière de leurs clients.» Une situation d'autant plus préjudiciable que la dynamique de reflux des défaillances d'entreprises, perceptible depuis 2016, a été freinée en 2018. De même, les retards de paiement, bien qu'ils se soient globalement stabilisés sous la barre des 11 jours en 2018, repartent à la hausse depuis le début de cette année, continuant de peser sur un certain nombre de trésoreries de sociétés.

Dans ce contexte devenu moins porteur, un nombre toujours plus important de groupes cherchent donc à revoir leur politique de gestion du risque clients. A cet effet, ils s'attachent de plus en plus à automatiser leurs processus en adoptant des solutions intégrant, pour certaines, des technologies très innovantes. «Ces logiciels embarquent par exemple des technologies d'intelligence artificielle capables de capter et de



«L'intelligence artificielle va simplifier et faire évoluer le métier des credit managers, qui deviendra plus prédictif et plus collaboratif.»

Laura Delmas, dirigeante, ACM Experts et membre de la commission innovation, AFDCC

consolider des données internes et externes à l'entreprise, puis de calculer des cotations automatisées sur le niveau de risques des clients et ce, parfois, dès la phase de prospection, précise Laura Delmas. Ces technologies permettent ensuite d'alimenter ces cotations en fonction de l'évolution financière de l'entreprise (comportement de paiement, inscription aux privilèges, bilans, etc.). Les entreprises disposent alors d'informations précises pour sécuriser leur poste client et optimiser la gestion du recouvrement de créances.»

Versalis International, société spécialisée dans la commercia-

Des systèmes de flashcode permettent aujourd'hui de diriger les clients sur le portail de gestion de l'entreprise en attente d'un règlement, à partir duquel un ordre de virement automatique peut être lancé immédiatement.

lisation de produits chimiques (4,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel consolidé), a ainsi fait le choix de mettre en place un portail de gestion du crédit client. «Le système calcule la limite de crédit que le commercial peut octroyer à son client en fonction d'un score de 1 à 10 obtenu sur la base de rapports des sociétés d'informations Altares et BVD, explique Sébastien Cordier, credit manager référent de Versalis International. En cas de doute sur la santé financière d'un client ou de manque d'informations, nous consolidons ces données avec celles obtenues auprès de sociétés d'investigation telles qu'Intersud Services, BEIC ou encore GCI.» Ces der-

Des financements plus facilement accessibles

- **Au-delà du financement en lui-même, l'affacturage séduit de plus en plus pour sa facilité d'accès. Ces dernières années, les factors ont en effet redoublé d'efforts et d'investissements dans les nouvelles technologies pour simplifier les processus de cessions de créances et accélérer la mise à disposition des fonds.**
- **Dans le cadre de cette démarche, ils ont notamment mis en place des robots pour, par exemple, assister les clients lors de la saisie des contrats d'affacturage, scanner intelligemment les données sur les factures ou automatiser l'imputation des règlements. «Les technologies mises en place par BNP Paribas Factor nous permettent de connaître en moins d'une heure, contre plusieurs jours auparavant, la qualité de nos acheteurs, précise Delphine Monnet, dirigeante de l'Atelier Cuir (2 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2018). De plus, nous pouvons suivre en temps réel le statut de chaque demande de financement.»**

nières renseignent par exemple sur la réalisation récente d'une augmentation de capital, une perte ou un gain de marché, un changement d'actionnaire ou de dirigeant mais aussi l'opinion des banquiers qui travaillent avec l'entreprise. «Des données qui peuvent influencer à la hausse ou à la baisse les limites de crédit que nous octroyons», poursuit Sébastien Cordier.

Des clients plus impliqués

Les technologies d'intelligence artificielle permettent même parfois aux entreprises d'impliquer leurs clients dans le processus de credit management. Un choix notamment opéré par IDEX, qui opère dans les infrastructures énergétiques (1 milliard d'euros de chiffre d'affaires en 2018). Le groupe a déployé en 2016 la plateforme d'intelligence artificielle Sidetrade et, entre autres, son module de relance Digital Collection. «Avec ce module, le client que nous relançons accède à sa situation de compte et peut faire lui-même la qualification de ses factures, explique Jean-Pierre Nègre, secrétaire général d'IDEX. Cette information s'actualise en temps réel sur notre plateforme Sidetrade, et l'agenda de nos chargés de recouvrement priorise automatiquement leurs tâches de relances. Cette inte-

ractivité avec le client contribue à l'accélération du paiement des factures et à la résolution d'éventuels litiges. Nous avons gagné 3 jours de délai de paiement soit un gain en cash de 8 millions d'euros depuis la mise en place de l'outil.»

Des délais de paiement clients abaissés


Les évolutions technologiques concernent également les processus de paiement. La société d'intérim USG People (720 millions d'euros de chiffre d'affaires) a ainsi mis en place, sur son portail client, un système de «TIP dématérialisé». «Nous envoyons à notre client une facture dématérialisée qui comprend un flashcode à scanner à partir de son smartphone, indique Linda Roger-Maurice, credit manager d'USG People et membre de la commission Innovation de l'AFDCC. Il est alors renvoyé sur notre portail de gestion du poste client, à partir duquel un ordre de virement automatique peut être lancé, à date d'échéance de la facture. Nous sommes ainsi assurés que le paiement sera réalisé dans les délais négociés. Nos équipes de recouvrement n'ont plus à faire de relances intempestives auprès de ces clients. Dès cette année, nous entendons, notamment grâce à cette technologie,

diminuer nos délais de paiement (actuellement à 63 jours) d'un jour par an.»

C'est également pour réduire les délais de paiement mais aussi pour permettre à ses équipes de credit management de gagner en productivité que Doctolib a mis en place le système de prélèvement automatique de GoCardless. «La solution de GoCardless s'est parfaitement intégrée à Zuora, notre système de facturation des abonnements à notre plateforme, précise Mong-Trang Sarrazin, directeur financier de Doctolib. Nous pouvons suivre nos paiements en temps réel, facilitant ainsi notre gestion du poste client tout en faisant gagner du temps à nos équipes administratives.»

Alors que les entreprises commencent juste à s'approprier ces nouvelles technologies, d'autres, à venir, pourraient les emmener encore plus loin dans leur démarche d'amélioration du poste client. C'est notamment le cas avec les algorithmes de natural language processing (NLP) sur lesquels certains prestataires de la gestion du poste client commencent à investir et qui pourraient, à terme, automatiser davantage de tâches liées à la communication avec le client. ■

Anne del Pozo

 @anne_delpozo