



Edito

Vous êtes, quel que soit votre métier ou votre secteur d'activité, confrontés à des problématiques de même ordre, qu'il s'agisse de pratiques managériales ou de pratiques liées à la relation client. Instruits des solutions que nous avons élaborées avec nos clients, nous nous proposons de faire office de **Trait d'Union** afin de vous informer régulièrement de façon simple et pratique sur les réponses apportées. Si vous le souhaitez, nous pourrions vous mettre en relation avec ces entreprises pour échanger avec elles.

Nos deux premières situations :

- ✓ Comment entraîner les chargés de clientèle Entreprises du secteur bancaire à préserver les marges commerciales ?
- ✓ Comment renforcer l'efficacité des Chargés de Recouvrement en leur permettant de récupérer rapidement les créances en évitant les non respects d'accords

Marie-Pierre GALLEY
PDG

Préserver ses marges

Environnement :

La concurrence entre les établissements financiers se fait de plus en plus forte. Les clients comparent attentivement les offres qui leur sont faites. Ils n'hésitent pas à « mettre la pression » auprès de leurs chargés de clientèle Entreprises (CCE).

Les comportements d'achat se modifient également :

- ✓ Internet qui favorise l'information et la comparaison des offres,
- ✓ La crise qui impose aux entreprises de réduire leurs charges.

Constat :

Les CCE ont de plus en plus de mal à vendre au prix. De ce fait, les marges qui leur sont déléguées deviennent souvent les prix tarif.

Solution :

- ✓ Apprendre à « vendre avant de négocier » et non « négocier pour vendre »
- ✓ Mener un entretien de négociation dans une relation « gagnant-gagnant »
- ✓ Entraîner les CCE à partir de situations réelles
- ✓ Co-animer les formations entre les Directeurs de Centre d'Affaires et MTD

Résultats observés :

- ✓ Les CCE savent quand négocier
- ✓ Ils sont plus à l'aise face à des clients ou prospects ayant des comportements « négatifs »
- ✓ Les négociations sont mieux préparées
- ✓ Le management est plus impliqué dans la mise en œuvre sur le terrain
- ✓ Une amélioration des marges est constatée

Un recouvrement performant

Environnement :

L'environnement économique et législatif des établissements de crédit s'est considérablement alourdi (loi sur le surendettement et protection du consommateur).

Les clients sont de plus en plus informés : médias, associations de consommateurs, développement du consumérisme.

Constat :

Les chargés de recouvrement (amiable, surendettement, judiciaire) ont de plus en plus de mal à atteindre leurs objectifs en gérant à la fois les encaissements et les stocks. Cette difficulté se traduit souvent dans leurs entretiens par des jugements de valeur et une culpabilisation du client générateurs de non respect d'accords et de pertes de contacts.

Solution :

- ✓ Etablir un diagnostic de la situation du client en identifiant le réel motif de l'impayé
- ✓ Identifier des leviers pertinents qui motiveront le client à accepter un engagement
- ✓ Négocier en prenant des engagements fiables dans une relation qui préserve les intérêts du client et ceux de l'entreprise
- ✓ Traiter avec tous types d'interlocuteurs en réduisant leurs a priori et jugements de valeur
- ✓ Mettre en place un coaching de proximité s'appuyant sur un référentiel de compétences métier

Résultats observés :

- ✓ Diminution du non respect d'accords
- ✓ Une qualité de relation qui permet d'être privilégié par rapport aux autres créanciers
- ✓ Une meilleure gestion du stress par les chargés de recouvrement dans les situations potentiellement conflictuelles.

Dans la presse

- ✓ Vente, la méthode pour « convaincre sans esbroufe »
« la stratégie qui consiste à en mettre plein la vue ne fait plus recette. Aujourd'hui les vendeurs préfèrent recourir à des techniques douces, fondées sur la sincérité et sur l'écoute du client ».
Management – sept.2009
- ✓ Conserver les talents dans son entreprise
Journal du Net –sept 2009
- ✓ La nécessaire réhabilitation du « management intermédiaire » dans les entreprises
Le monde – 8 octobre 2009
- ✓ Jouer des émotions pour animer ses équipes
Supplément La Tribune du Lundi 5 octobre

Actualités

- ✓ M.T.D. et l'Université de Paris 1 Sorbonne ont débuté le 5 octobre leur dixième année de partenariat dans le cadre du Master « Stratégie Commerciale & Politique de Négociation ». Cet enseignement donne une large part à la maîtrise de l'Entretien de

Vente en B to B.

- ✓ Alain COLLIAUX a rejoint MTD en tant qu'associé aux côtés de Marie-Pierre GALLEY, PDG, Evelyne POTIER et Ange-Pierre TOMI associés fondateurs. Après un parcours bancaire dans le Groupe Banque Populaire jusqu'en 2005 où il a notamment occupé les fonctions de Directeur des Méthodes Commerciales, il occupait précédemment les fonctions de Directeur des Réseaux chez Meilleurtaux.com.