



# Guide d'organisation des relances amicales (marchés privés)



## **CODINF**

30 avenue Franklin Roosevelt

75 008 Paris

Tél : 01.55.65.04.00

Fax : 01.55.65.10.12

Mail : [codinf@codinf.fr](mailto:codinf@codinf.fr)

N° TVA CEE : FR 17 481 350 700

## 1/ Relancer selon le profil payeur

Le **bon payeur**, dont le chèque parvient le jour de l'échéance ou qui retourne l'effet de commerce à la date demandée

- relance superflue

Le **payeur négligent**, qui "gratte" toujours ou parfois quelques jours, attend d'être relancé, a égaré la facture, vous répond que le chèque est "à la signature", etc.

- le relancer très commercialement, mais rapidement

Le **mauvais payeur**, qui a les moyens de vous payer, connaît la valeur de l'argent et sait l'employer à son profit : il veut vous payer le plus tard possible, voire jamais si vous lui en laissez l'occasion. Attention aux erreurs techniques : il en profiterait à fond !

- le relancer vite et fermement et recourir sans tarder au contentieux

L'**insolvable** : il ne peut pas vous payer, du moins pour le moment si ses difficultés de trésorerie ne sont que passagères...

- faire monter la pression s'il s'agit d'une petite somme ; sinon, obtenir rapidement un paiement partiel et tenter de mettre en place un échelonnement

Le **payeur administratif** : il paie toujours très lentement, en raison de la complexité de ses circuits ou d'une hypertrophie paperassière...

- comprendre ses circuits et nouer de bonnes relations avec les personnes chargées de l'ordonnancement. En cas d'échec, durcir la position commerciale

## 2/ Organisation des relances

Pour être efficaces, les relances doivent obéir à quelques règles :

- être différenciées suivant le type de client, le montant et l'ancienneté du retard
- être graduelles et brièvement cadencées
- être crédibles (donc les menaces mises à exécution)

## 3/ Supports de relance

- privilégiez le téléphone pour les gros montants, rapide et offrant une réponse immédiate
- rédigez des lettres personnalisées pour confirmer des accords complexes ou échelonnés dans le temps
- utilisez des lettres type graduelles pour les cas répétitifs (voir lettres types)

## 4/ Destinataires des relances

Si vous n'avez pas d'interlocuteur, la première relance s'effectuera vers :

- la Comptabilité fournisseurs ou les Achats dans les grands comptes
- la Comptabilité dans les P.M.E.
- le chef d'entreprise dans les T.P.E.

En cas de lenteur, il peut être utile de faire pression via l'utilisateur de vos produits ou services s'il souhaite continuer d'être bien servi...

## 5/ La relance à l'étranger

- si possible, dans la langue du pays ; sinon, dans la langue du contrat
- par téléphone, si la langue n'est pas un obstacle ; sinon, par courrier ou messagerie électronique

## 6/ Les menaces utilisables

- l'arrêt des livraisons et/ou des prestations de services (dépannage, entretien) ; si cet arrêt risque d'être préjudiciable au client, prendre soin de l'en avertir par LRAR ou mise en demeure ; prévoir d'inclure de telles dispositions dans les Conditions Générales de Vente
- le contentieux et l'application de la clause pénale (cf. CGV)
- à l'inverse, les pénalités de retard ne doivent plus servir de menace puisqu'elles sont dues de plein droit

Quelle que soit la menace proférée, elle doit se concrétiser dans le délai annoncé pour ne pas entamer votre crédibilité.

## 7/ Le pré contentieux

Cette phase est déclenchée, après l'arrêt des relations commerciales, par la lettre de mise en demeure (exemple en lettres types) :

- courrier comportant les mots " mettre en demeure " et une date butoir de paiement
- délivrance certaine (L.R.A.R., sommation d'huissier ou remise en main propre contre décharge)

La mise en demeure sert à déterminer la date à partir de laquelle courront les intérêts légaux.

## 8/ Echelonnement de paiement

- rédiger un courrier à faire revêtir de l'accord du client
- mentionner les conditions de paiement de l'arriéré et, éventuellement, du courant
- choisir un taux d'intérêt proche des conditions du marché  
(il est recommandé de ne les facturer qu'en fin d'arrangement, de façon à permettre un éventuel " geste " commercial)
- matérialiser les paiements par une chaîne de traites pour acceptation