

TÉMOIGNAGE CLIENT

Visiativ a gagné 15 jours de DSO grâce à la mise en place de CashOnTime

VISIATIV

Le groupe Visiativ dont le siège est à Charbonnières (69) adresse les entreprises du mid-market depuis sa création en 1987. Il est articulé autour de 4 pôles (ABGI Consulting, Moovapps, Visiativ Solutions et Visiativ Accelerator) qui répondent aux attentes de ses clients en matière d'innovation et de financement, de transformation et de continuité numérique, d'hébergement cloud, d'infogérance et d'impression 3D.

Afin d'accompagner sa forte croissance externe, le groupe s'est doté d'une solution de recouvrement performante.

CHIFFRES CLÉS

18 000 clients

190 M€, de CA en 2020

Plus de 1 000 collaborateurs

LES OBJECTIFS



Passer d'Excel à une gestion électronique au quotidien



Structurer le recouvrement et homogénéiser les pratiques



Gagner en productivité

QUAND EXCEL NE SUFFIT PLUS À GÉRER LA CROISSANCE

Philippe Besson, Responsable comptabilité client en charge du recouvrement, raconte que son équipe travaillait à partir de suivis Excel, de balances âgées, d'impressions de factures papier ressorties périodiquement. Le groupe ayant grossi très vite, certains processus sont devenus caducs. Une étude de marché a permis de mieux cerner ses besoins. **" L'enveloppe budgétaire entrainait nos attentes. Par ailleurs, nous connaissons bien DIMO Software à travers divers partenariats. Cette proximité, cette confiance et le sérieux de l'accompagnement étaient rassurants "**.

LA NÉCESSITÉ D'HOMOGENÉISER LES PRATIQUES

CashOnTime est en place depuis novembre 2017. Visiativ avait besoin de structurer le recouvrement et d'homogénéiser les pratiques suite au rachat de plusieurs entités. Il a fallu structurer les équipes, les outils et monter une organisation au niveau du groupe. Les tâches de recouvrement étaient réalisées jusque-là par deux personnes. **L'équipe en compte désormais cinq et est appelée à grandir.**

LA VOLONTÉ DE PROMOUVOIR LA CULTURE DU RECOUVREMENT

Visiativ travaille avec une société d'affacturation qui traite une partie de ses créances. Les créances non éligibles chez le factor sont traitées en interne. " Au départ, la situation n'était pas trop problématique et le sujet n'était pas crucial car les 3 structures majeures passées par l'affacturation. Avec l'arrivée de deux nouvelles sociétés dans le groupe, et il nous a fallu trouver des solutions innovantes. Par-delà l'outil, l'impulsion de la direction en matière de recouvrement est primordiale " reconnaît Philippe Besson.

Le contexte de confinement a poussé au travail collaboratif. Si le groupe est orienté vers le chiffre d'affaires, une évangélisation était encore nécessaire en interne pour promouvoir les vertus du recouvrement et la récupération du cash, notamment auprès des équipes commerciales.

Dans ce contexte, la solution CashOnTime était très intéressante, car elle fonctionne en mode Saas et est donc très facile d'emploi. Un commercial peut se connecter rapidement et avoir une vision de son périmètre pour connaître le statut de ses comptes clients. Cinq agents assurent le recouvrement pour le compte d'une dizaine d'entités juridiques. Ils constituent le point névralgique des relations interservices sur leur périmètre à travers les litiges identifiés et se réunissent régulièrement avec les parties prenantes : l'Administration Des Ventes (ADV), le Commerce, la Formation...

" Je génère hebdomadairement des reportings généraux sur les échus, le top 20 des clients les plus en retard, la problématique et le montant des litiges, les temps de résolution etc. Toutes ces informations issues de CashOnTime sont ensuite présentées à la direction financière. Par ailleurs, nous constituons des comités d'impayés, par exemple en impliquant les directeurs régionaux dans le suivi des impayés sur leur périmètre " explique Philippe Besson.

LE DÉVELOPPEMENT D'UNE « PÉDAGOGIE ITÉRATIVE »

CashOnTime est considéré comme un projet quick win réussi dont les effets positifs s'inscrivent dans la durée. Le projet s'est déroulé étape par étape en tenant compte des particularités de Visiativ. Il a fallu tracer toute la chaîne de facturation pour bien comprendre les tenants et aboutissants du processus global et pour finir, identifier les actions à anticiper en termes de paramétrage. **Deux mois ont suffi pour mettre en œuvre CashOnTime et avoir les premiers résultats.**

Un des points nécessaires pour le succès de ce projet est la bonne communication en interne auprès de tous les acteurs concernés par le cash. Une information concernant la mise en place du recouvrement a été diffusée en interne. Philippe Besson a participé à des réunions avec l'ADV, la Formation et le Commerce pour expliquer sa méthode de travail. "Nous avons travaillé au départ plus facilement avec l'ADV. Ensuite avec les commerciaux, dans le cadre de résolutions de litiges ou

des relances afin de les impliquer sur les retards de paiement. Pour cela nous avons utilisé des stratégies de relance via des notifications pour les informer et leur demander des informations complémentaires. Nous avons procédé par itération. Les changements ont été très graduels et se sont accélérés car la direction financière est devenue plus sensible sur le sujet du recouvrement, covid oblige ".

LA PLUS-VALUE DE L'ACCOMPAGNEMENT

Le relationnel avec l'équipe DIMO Software a été excellent, notamment avec le consultant, expert en credit management, qui a apporté une vraie plus-value par ses connaissances. CashOnTime est interfacé avec notre ERP sur lequel sont récupérées les informations comptables. " Nous sommes en train de changer d'ERP, mais nous savons que ce changement n'affectera pas notre fonctionnement sous CashOnTime ".

DES BÉNÉFICES CHIFFRÉS ET LE DÉVELOPPEMENT D'UNE « CULTURE CASH »

" Pendant le confinement, nous avons gagné 15 jours de DSO. Depuis mars 2020, nous avons pu récupérer 4 millions d'euros à plus de 60 jours grâce à l'exploitation de l'outil et l'implication des commerciaux via l'outil. Aujourd'hui, notre taux d'échus à plus de 60 jours avoisine les 16 % sur un encours global d'environ 10 millions, ce qui est plus que raisonnable " déclare Philippe Besson.

En mettant CashOnTime en place, Visiativ a optimisé ses délais de paiements et ses rentrées de cash, ainsi que sa productivité sur ses processus de relance.

Le groupe a aussi diminué de moitié le montant de ses litiges. Autre point positif : **CashOnTime est un outil structurant permettant d'optimiser certains modes de fonctionnement et de développer une « culture cash » au sein du groupe.** CashOnTime a été rapidement adopté par les utilisateurs et les améliorations d'ergonomie ajouteront à sa fluidité de prise en main.

DES RÉSULTATS QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

Visiativ est passé du classeur et d'Excel à une gestion électronique au quotidien. La solution est utile à d'autres services pour la gestion des litiges et le commerce sera appelé à s'impliquer plus largement.

Quelques mois après la mise en place de CashOnTime, le Groupe Visiativ a constaté une consolidation de son DSO dans un contexte économique pourtant propice à la dégradation des délais de paiement. Le gain est dès à présent de 15 jours de trésorerie.

Au-delà de la réduction du DSO, CashOnTime apporte confort et productivité indéniables aux agents et pilotes du cash. La facilité d'accès et la lisibilité des informations favorisent la diffusion de la culture cash.

L'augmentation de la visibilité sur le Cash offerte par CashOnTime permet une meilleure prévision de trésorerie.

« Ce qui est certain, c'est que les banques sont sensibles au fait que l'on dispose d'un outil de recouvrement dans le cas de demandes d'investissements » conclut Philippe Besson.