


« GESTION DES RELATIONS AVEC LES CLIENTS ET LES FOURNISSEURS »

SAVOIRS ASSOCIÉS & EXERCICES

- Les mentions obligatoires de la facture
- L'établissement des offres de prix : le devis
- Recherche, comparaison et sélection de fournisseurs
- Le tableau comparatif et le tableau multicritères
- Exercice « Mettre en place une procédure de relance et relancer »
- Les lettres de rappels et la mise en demeure
- Exercice « Rédiger une fiche de suivi des réclamations »
- Notions sur la prospection
- Évaluation et suivi de la prospection.
- Notions sur le Plan comptable général.
- Notions comptables et enregistrement comptable dans le livre-journal.

► 4. Les mentions obligatoires de la facture

 Les **mentions obligatoires** qui doivent figurer sur la facture sont toutes les informations relatives au fournisseur, au client, au document lui-même et aux produits achetés : désignations, quantités, prix à payer.


Pour être conforme, la facture doit comporter ces informations obligatoires. Si l'une d'elles manque, la facture ne sera pas valable et ne pourra donc pas être enregistrée dans la comptabilité du client.

Exemple :

Le 13/05/N, la société CUIS'IN vend à la société Les meubles parisiens :

- 2 cuisines Plein Sud – 6 éléments à 1 400,00 € l'unité ;
- 1 cuisine Julie – 8 éléments à 2 200,00 € l'unité.

Le client bénéficie d'une remise de 5 % et d'un escompte de 2 %. Le taux de TVA applicable est de 20 %.

		CUIS'IN 1 Fabricant de meubles de cuisine 23 rue de Toul – 75020 PARIS Tél. : 01 48 76 89 00 Fax : 01 48 67 77 89	2 SA au capital de 50 000 € RCS : Paris B 407 044 456 00012 TVA intracommunautaire : FR 34 407 044 456 NAF : 520 D								
		DOIT 3									
4 <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th colspan="3">FACTURE</th> </tr> <tr> <td>DATE 13/05/N</td> <td>NUMÉRO 4056</td> <td>CLIENT 0678</td> </tr> <tr> <td colspan="3">COMMANDE : N° 345 DU 10/05/N</td> </tr> </table>		FACTURE			DATE 13/05/N	NUMÉRO 4056	CLIENT 0678	COMMANDE : N° 345 DU 10/05/N			5 LES MEUBLES PARISIENS 18 avenue Leclerc 75014 Paris TVA intracommunautaire : FR 34 406 043 456
FACTURE											
DATE 13/05/N	NUMÉRO 4056	CLIENT 0678									
COMMANDE : N° 345 DU 10/05/N											
		6	7								
Référence	Désignation	Quantité	Prix unitaire	Montant HT							
187	Cuisine plein sud – 6 éléments	2	1 400,00	2 800,00							
189	Cuisine Julie – 8 éléments	1	2 200,00	2 200,00							
Total brut HT				5 000,00							
Remise 5 %				250,00							
Net commercial HT				4 750,00							
Escompte 2 %				95,00							
Net financier				4 655,00							
Total de TVA (20 %)				931,00							
NET À PAYER TTC				5 586,00							
<ul style="list-style-type: none"> • Livraison : par nos soins, franco de port. • Règlement : paiement à 60 jours fin de mois. • En cas de retard, il sera appliqué une pénalité de retard de 0,50 % par mois de retard. 		9	8								

D'autres mentions, non obligatoires, sont aussi très souvent présentes :

- la date d'exigibilité du règlement de la facture et le moyen de paiement ;
- si l'entreprise adhère à un centre ou une association de gestion agréée (CGA ou AGA), elle doit inscrire la mention : « Membre d'un centre de gestion agréé (ou d'une association de gestion agréée), le règlement par chèque est accepté. »

L'entreprise est redevable d'une amende de 15 € par mention manquante ou inexacte sur une facture. L'amende, par facture, est plafonnée au quart de son montant.

1	Le nom et l'adresse du fournisseur ou vendeur
2	Si l'entreprise est une société : sa forme juridique et son capital, ses codes RCS et NAF. Si la transaction concerne une autre entreprise appartenant à l'Union européenne : son numéro d'identification intracommunautaire
3	La mention « FACTURE » et/ou « DOIT »
4	Le numéro et la date de la facture
5	Le nom et l'adresse du client ou acheteur Si la transaction concerne une autre entreprise appartenant à l'Union européenne : son numéro d'identification intracommunautaire.
6	Les désignations précises des produits achetés Les quantités précises des produits achetés Les prix unitaires des produits achetés
7	Le total brut hors taxes des produits achetés Les éventuels montants des réductions et frais accessoires Le montant de la TVA (ou les montants s'il existe plusieurs taux) Le total toutes taxes comprises des produits achetés
8	Le ou les taux de TVA
9	Les conditions de pénalités si elles sont prévues

Les conditions de vente relatives à la livraison ou au règlement sont facultatives.

Application

Le 14/05/N, la société CUIS'IN vend à la société Top Cuisines :

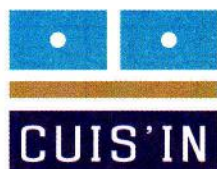
– 3 cuisines Ubac – 8 éléments à 1 800,00 € l'unité ;

– 2 cuisines Joli Mont – 8 éléments à 2 000,00 € l'unité.

Le taux de TVA applicable est de 20 %. La dernière facture était numérotée 4056.

Fiche client :

Numéro	0059
Nom	Top Cuisines
Adresse	25, rue des Halles - 75012 Paris
Conditions	Remise de 10 % - Escompte de 1 %



CUIS'IN

Fabricant de meubles de cuisine
23 rue de Toul – 75020 PARIS
Tél. : 01 48 76 89 00
Fax : 01 48 67 77 89

SA au capital de 50 000 €

RCS : Paris : B 407 044 456 00012

TVA intracommunautaire : FR 34 407 044 456

NAF : 520 D

DOIT

FACTURE		
DATE	NUMÉRO	CLIENT
_____	_____	_____
COMMANDE : N° 346 DU 11/05/N		


Référence	Désignation	Quantité	Prix unitaire	Montant H.T.
180	Cuisine Ubac – 8 éléments			①
188	Cuisine Joli Mont – 8 éléments			②
Total brut HT				③
Remise ___ %				④
Net commercial HT				⑤
Escompte ___ %				⑥
Net financier				⑦
Total de TVA (___ %)				⑧
NET À PAYER TTC				⑨

- Livraison : par nos soins, franco de port.
- Règlement : paiement à 60 jours fin de mois.
- En cas de retard, il sera appliqué une pénalité de retard de 0,50 % par mois de retard.

L'établissement des offres de prix : le devis

► 1. Présentation d'un devis

Coordonnées du fournisseur Intitulé et n° du document Coordonnées du client



8 allée de la Pinéa
ZIA de l'Argentière
38600 Sassenage

Tél. : 04 76 52 75 01

SARL au capital de 10 000 euros
SIRET 326598412873005
APE 4333Z

DEVIS n° 305

Entreprise GRUET

Parc les Engenières

38600 Sassenage

Sassenage, le 5 octobre N

Informations juridiques de l'émetteur

Descriptif détaillé des biens et prestations en dénomination, quantité et prix de chaque prestation

Durée de validité de l'offre

Conditions de règlement

Lieu et date d'établissement du document

Prix à payer HT, TVA, TTC avec taux de TVA précisé

NATURE DES TRAVAUX				
Ravalement du bâtiment principal				
1. Nettoyage mur face, mur opposé, 1 côté + 1 pignon avec remise en état des fissures				
2. Projection de peinture sur ces mêmes surfaces				
Surface totale : 210 m ²				
Durée des travaux : 3 jours				

FOURNITURES				
Réf.	Désignation	Qté	PU HT	Montant HT
GDB005	Peinture Crème, teinte 005 – 10 l	5	48,00	240,00

MAIN-D'ŒUVRE				
Désignation	Unité	Qté	PU HT	Montant HT
Nettoyage	Heures travail	2	25,00	50,00
Ravalement	m ² peint	210	6,25	1 312,50

Total HT	1 602,50
TVA 20 %	320,50
Total TTC	1 923,00

Prix fermes pour une durée de 45 jours à compter de la date du devis
Règlement : 20 % à l'acceptation du devis, solde à la fin des travaux

Signature de l'assistant de gestion

Signature du client
(Précédée de « bon pour accord »)

► 2. L'établissement d'un devis

2.1. La réception d'une demande de prix

L'entreprise reçoit régulièrement des demandes de prix émanant d'anciens ou de nouveaux clients. Ces demandes peuvent prendre la forme :

- d'un appel téléphonique ;
- d'un courrier, d'un courriel ou d'une télécopie ;
- d'un appel d'offres.

Ces demandes peuvent être plus ou moins précises selon que le client connaît ou non les références des produits demandés.

À la réception de la demande, l'entreprise doit :

- vérifier si elle a dans son catalogue le ou les articles souhaités ;
- vérifier si elle peut faire face à cette demande compte tenu du délai de livraison attendu par le client ;
- faire une offre de prix regroupant toutes les conditions de vente.

Cette offre de prix peut prendre n'importe quelle forme, sauf si elle est la réponse à un appel d'offres. Dans ce cas, l'entreprise retourne cet appel d'offres renseigné.

Ces propositions de prix s'appellent des « devis » ou des « factures *pro forma* ».

2.2. L'établissement d'un devis

Le devis est un document écrit par lequel le fournisseur s'engage sur les conditions (tarifs, réductions, conditions de livraison, conditions de paiement) pour la vente de biens et/ou de prestations.

Il a une durée de validité limitée, mais suffisante pour laisser le temps au client de décider s'il accepte ou non les conditions.

Le devis est obligatoire pour tous les travaux d'un montant supérieur à 150 € TTC et devient un contrat qui engage les deux parties (le fournisseur et le client) dès lors que le client l'a accepté.

Très fréquemment, le corps du devis se compose de trois parties :

- une première partie relate **la nature ou la désignation des travaux**, ce qui permet au client de repérer exactement le contenu de l'intervention de l'entreprise ;
- une deuxième partie répertorie l'ensemble des **biens et fournitures** nécessaires à la réalisation de ces travaux ;
- une troisième partie détaille précisément la quantité de **main-d'œuvre** nécessaire à la réalisation de ces travaux.

Même si le devis peut ne porter que sur des marchandises, il est le document référent en matière de proposition de prix des prestations de services. C'est pourquoi on y retrouve une rubrique relative à la main-d'œuvre.

Je teste mes connaissances Cochez vrai ou faux.

Affirmations	Vrai	Faux
1 - Un devis est une proposition de prix et de conditions de vente qui engage momentanément le client qui le reçoit.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 - Un devis est une proposition de prix et de conditions de vente qui engage momentanément le fournisseur qui l'établit.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 - Un devis est obligatoire pour toutes les offres de prestations de service dépassant 150 € TTC.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 - Un devis a une durée de validité de 45 jours.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 - Une fois le devis signé par les deux parties, la prestation peut être réalisée.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 - Une fois le devis signé par les deux parties, aucune rétractation n'est possible.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

NOTIONS SUR :

RECHERCHE, COMPARAISON ET SÉLECTION DE FOURNISSEURS

Objectifs :

Identifier le fournisseur capable de répondre aux besoins de l'entreprise :

- obtenir la qualité désirée ;
- augmenter la fiabilité ;
- diminuer les coûts,
- recevoir rapidement les fournitures nécessaires, ...

I. LA RECHERCHE DE FOURNISSEURS

- Les sources internes : les fichiers et les dossiers fournisseurs de l'entreprise ;

- Les sources externes :

- la presse professionnelle (L'Usine Nouvelle, ...),
- les salons,
- les annuaires professionnelles (Pages Pro pour les entreprises, le Kompass France, ...),
- la recherche sur Internet (consultation des sites de fournisseurs potentiels, demandes de devis par mail aux fournisseurs présélectionnés, ...).

II. LA COMPARAISON ET LA SÉLECTION DES FOURNISSEURS

Une fois les fournisseurs présélectionnés, il est nécessaire de comparer les différentes offres. Pour procéder au choix final du fournisseur, il convient de définir au préalable les critères sur lesquels seront évalués les différents fournisseurs (exemples : prix, caractéristiques techniques, délai de livraison, SAV, ...).

Les propositions des fournisseurs sont étudiées et comparées au moyen d'un **tableau comparatif** et la sélection d'un fournisseur se fait au moyen d'un **tableau multicritères** regroupant les critères sélectionnés (prix, garantie, délai de livraison, ...).

Il est souhaitable dans le tableau multicritères d'effectuer des coefficients de pondération en fonction de l'importance des critères.

Exemple : le critère « prix » a un coefficient plus important que les autres critères.

Chaque fournisseur obtient une note finale. Celui qui a la note la plus élevée est celui qui doit en principe être sélectionné (ou tout du moins c'est celui qui propose la meilleure prestation).

Définitions :

Tableau comparatif : compare les différents critères des offres des différents fournisseurs.

Tableau multicritères : attribue une note à chaque critère (utilisation d'un coefficient de pondération pour les critères les plus importants). Le fournisseur qui obtient la meilleure note doit en principe être sélectionné.

TABLEAU COMPARATIF DES OFFRES FOURNISSEURS

PRODUIT : Plancher			
FOURNISSEURS	RESEAU PRO	STARMAT	POINT P
FRAIS DE PORT	121 €	87,50 €	125 €
MONTANT DE LA COMMANDE HT	2 565 €	4 359,58 €	3 515,10 €
DELAIS DE LIVRAISON	3 à 4 jours	2 semaines	1 semaine
CONDITIONS DE PAIEMENTS	A la réception de la marchandise	A la réception de la marchandise	A la réception de la marchandise
OBSERVATIONS	-Frais de port élevé	-Frais de port intéressant	-Frais de port élevé
	-Tarif intéressant	-Tarif trop élevé	-Tarif élevé
	-Livraison rapide	-Livraison trop longue	-Livraison longue
DECISION	Fournisseur à retenir	-	-

TABLEAU MULTICRITERES DES OFFRES FOURNISSEURS

Critères	Coefficient de pondération	STARMAT		RESEAU PRO		POINT P	
		Note	/5	Note	/5	Note	/5
Prix	3	1	3	3	9	2	6
Délais de livraison	3	3	9	5	15	4	12
Frais de port	2	5	10	2	4	2	4
Délais de paiement	1	3	3	3	3	3	3
TOTAL	9	12	25	13	31	11	25
SELECTION		A SELECTIONNER					

Notation : Prix

1	> 4000
2	> 3000
3	> 2500
4	> 1500
5	> 1000

Notation : Frais de port

1	> 100 €
2	60 à 100 €
3	40 à 60 €
4	20 à 40 €
5	0 à 20 €

Notation : Délais de livraison

1	1 mois
2	3 semaines
3	2 semaines
4	1 semaine
5	3 à 4 jours

Notation : Délais de paiement

1	Insuffisant
2	Moyen
3	Correct
4	Bien
5	Très bien

Dénomination : AED ALARME ELECTRICITÉ DOMOTIQUE

Forme juridique : SARL au capital de 8 000 €

Gérant : M. Metge

Associés : 6

Siège social : 21, impasse des Rives 34690 Fabrègues (Près de Montpellier)

Date de création : 1999

Effectif : 2 salariés

Chiffre d'affaires 2001 : 64 760 €

AED a choisi d'exercer son métier d'électricien dans le créneau très spécialisé de la domotique. Elle fournit et installe des systèmes d'alarme, des systèmes d'ouverture automatique de portail ou volets roulants, des systèmes d'interphonie et de vidéo-surveillance et des climatiseurs.

Soucieuse de développer une image de sérieux, de qualité, de fiabilité et de professionnalisme, AED fournit et installe uniquement des produits professionnels haut de gamme qu'on ne trouve pas en grande distribution : ARITECH pour les alarmes, CAME pour les automatismes d'ouverture et CARRIER pour les climatiseurs. L'électricité générale est pour AED une activité secondaire.

La clientèle d'AED est composée de particuliers, d'entreprises et d'administrations.

Comme dans de nombreuses PME, M. Metge est particulièrement attentif à sa situation de trésorerie. Il redoute notamment les problèmes d'impayés. Jusqu'à ce jour, les clients négligents ont réglé leur dette dès la première relance téléphonique qui a lieu quinze jours après la date d'exigibilité.

Au cours d'un entretien (annexe 1), M. Metge vous a exposé la procédure de relance des impayés qu'il souhaite mettre en place. En effet, il attend de vous que vous réalisiez un schéma. Celui-ci doit permettre de visualiser les actions à réaliser à chaque étape de la procédure en fonction de la réaction des clients.

1. Présentez le schéma de l'ensemble de la procédure de relance demandé par M. Metge.

M. Metge vous a chargé d'effectuer la relance téléphonique. Afin de faciliter votre tâche, vous décidez d'élaborer un guide d'entretien téléphonique. Ce guide doit vous aider à préparer l'appel en envisageant les réponses à apporter aux clients en fonction des raisons qu'ils invoqueront pour justifier leur retard de règlement.

2. Établissez le guide d'entretien téléphonique utilisé lors de cette relance.

Vous éditez tous les quinze jours la balance âgée des clients (annexe 2).

3. Réalisez la lettre à adresser à M. Rousseau domicilié 41 place de la République – 34150 Gignac. Facture V 571 du 12 janvier N.

ANNEXE 1 Notes prises lors de l'entretien avec M. Metge

Mise en demeure envoyée 45 jours après la date d'exigibilité de la facture aux clients qui n'ont pas répondu aux deux précédentes relances.

- 1^{re} relance : par téléphone, 15 jours après la date d'exigibilité

- 2^e relance : par courrier, 30 jours après la date d'exigibilité

NB : certains clients paient au comptant, d'autres à 30 jours fin de mois.

8 jours après la mise en demeure, procédure de contentieux assurée par le cabinet comptable (coût à la charge du client = 15 % de la somme due).

ANNEXE 2 Balance âgée

A.E.D.		Balance âgée					
Édition au 05/03/N							
Comptes 41							
Situation au 28/02/N							
N° Compte	Intitulé	De 1 à 15 j	De 16 à 30 j	De 31 à 45 j	De 46 j à 60 j	Plus de 60 j	Total
411ROUS	M. Rousseau				1 868,42		1 868,42
411AUB	EURL Aubert	1 287,04					1 287,04
411VIGI	Cabinet Vigier	- 82,60	90,90				8,30
411LOR	Lorimier SA	1 190,76					1 190,76
Total des encaissements		2 395,20	90,90	0,00	1 868,42	0,00	1868,42

LES LETTRES DE RAPPELS ET LA MISE EN DEMEURE

Référence : XXXXXX

Objet : Relance de paiement
Lettre recommandée avec accusé de réception

Ville, date

Madame, Monsieur,

Nous vous rappelons que votre compte client présente à ce jour un solde débiteur de XXX €.

En effet, nos factures n° XXXXX du JJ/MM/AAAA et n° XXXXX du JJ/MM/AAAA arrivées à échéance n'ont toujours pas été réglées à ce jour.

Nous vous demandons de nous faire parvenir leur règlement sous huitaine.

Nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.

M. XXXXX

Gérant

Référence : XXXXXX

Objet : 2^e relance
Lettre recommandée avec accusé de réception

Ville, date

Madame, Monsieur,

Vous ne semblez pas convaincu(e) de l'importance du respect des règlements contractuels puisque, sauf erreur de notre part, vous n'avez pas été sensibles à notre précédente lettre de rappel du JJ/MM/AAAA. En effet, vous n'avez toujours pas réglé nos factures n° XXXXX du JJ/MM/AAAA et n° XXXXX du JJ/MM/AAAA.

Nous en sommes navrés et vous demandons de considérer cette lettre comme un dernier rappel avant facturation des intérêts de retard prévus dans nos conditions générales de vente.

Nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.

M. XXXXX

Gérant

Référence : XXXXXX

Objet : Mise en demeure
Lettre recommandée avec accusé de réception

Ville, date

Madame, Monsieur,

Vous ne semblez pas convaincu(e) de l'importance du respect des règlements contractuels puisque, sauf erreur de notre part, vous n'avez pas été sensibles à nos précédentes lettres de rappel du JJ/MM/AAAA et du JJ/MM/AAAA concernant le règlement de nos factures d'un montant total de XXXX €.

Nous vous demandons de nous faire parvenir un règlement sous huitaine. Passé ce délai, nous transmettrons votre dossier au service des contentieux et effectuerons une injonction de payer auprès du tribunal de commerce de XXXX.

Nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.

M. XXXXX

Gérant

EXERCICE « RÉDIGER UNE FICHE DE SUIVI DES RÉCLAMATIONS »

Situation

La PMI Solvanplus est une entreprise sous-traitante de l'industrie chimique et pétrochimique, située à Feyzin dans le Rhône (69). Assistant(e) de gestion, vous devez gérer un nombre important de chantiers réalisés au sein de grosses entreprises de la région. Pour faire face à la demande de travail, vous faites souvent appel à des employés intérimaires, pas toujours bien formés.

Il est assez fréquent que les entreprises donneurs d'ordre vous adressent des réclamations, que vous devez communiquer aux chargés d'affaires présents sur les chantiers. Toutefois, le document que vous utilisez pour leur transmettre ces informations ne leur permet pas d'intervenir sur les causes de réclamation ni d'en faire un suivi. Conscient(e) du problème, vous décidez de créer un nouveau document.

Consignes

- 1 Expliquez pourquoi le document actuel (annexe) ne permet pas aux chargés d'affaires d'apporter une solution efficace aux réclamations sur les chantiers.
- 2 Concevez une nouvelle fiche de réclamation.
- 3 Concevez un document « Rapport de suivi des réclamations » que vous mettrez systématiquement à jour et qui permettra d'informer tous les chargés d'affaires et le chef d'entreprise.
- 4 Quel est l'intérêt d'un tel document ?

ANNEXE – Fiche de réclamation

ANNEXE

SOLVANPLUS

FICHE DE RÉCLAMATION

Société :

Nom du responsable :

Poste :

Le : à :

Objet de la réclamation :

.....

.....

.....

Observations :

.....

.....

.....

.....

.....

NOTIONS SUR LA PROSPECTION

Définition de la prospection :

La prospection est la recherche d'éventuels clients.

Définitions du client, du prospect et du suspect :

Exemple : le marché des produits d'entretien de piscine

- le client : il a déjà acheté dans l'entreprise. Sa fidélisation doit être l'un des objectifs de l'entreprise.
- le prospect : c'est un client potentiel de l'entreprise (il a un besoin précis, il est sur un terrain favorable d'entente et il a la capacité de payer).
- le suspect : c'est un client potentiel à qui il manque au moins une condition pour être classé en prospect (ex : il a un jardin mais pas de piscine).

Notion de cible :

Personne visée par une action de communication de l'entreprise (à savoir l'acheteur du produit). Attention, l'acheteur n'est pas forcément le consommateur (ex : couche-culotte pour bébé).

Les méthodes de prospection :

- le publipostage (ou mailing) : lettre identique adressée aux prospects ou clients.
- l'e-mailing : courriel envoyé à des prospects ou clients.
- le phoning : appel téléphonique adressé aux prospects ou clients à leur domicile ou sur leur lieu de travail.
- les visites : visite chez le prospect ou client. Très onéreux.
- la participation à des manifestations commerciales : foire, salon. Objectif : se faire connaître et recueillir des informations sur d'éventuels prospects.

L'évaluation de l'efficacité de la prospection (utilisation d'indicateurs, de ratios) :

Efficacité de la prospection : $(\text{Nombre de prospect contactés} / \text{Nombre total de prospects}) * 100$

Efficacité du prospecteur : $(\text{Nombre de prospects intéressés} / \text{Nombre de prospects contactés}) * 100$

Taux de réussite de la prospection : $(\text{Nombre de nouveaux clients} / \text{Nombre de prospects contactés}) * 100$

Taux de retour (dans le cadre d'un publipostage) : $(\text{Nombre de réponses} / \text{Nombre de courriers envoyés}) * 100$

Montant moyen des commandes : $\text{chiffre d'affaires réalisé} / \text{Nombre de commandes reçues}$

Les indicateurs des efforts de prospection

L'assistant(e) de gestion doit garder des traces des contacts obtenus à l'aide de simples fiches clients ou prospects, de rapports de visite ou par la mise à jour de la base de données clients pour effectuer un suivi. Il (elle) complète son travail par le calcul de ratios d'efficacité.

Indicateurs	Ratios
Taux de prospection	$\frac{\text{Nombre de prospects contactés}}{\text{Nombre total de contacts}} \times 100$ (base de données prospects et clients)
Efficacité de la prospection	$\frac{\text{Nombre de prospects contactés}}{\text{Nombre total de prospects}} \times 100$ (base de données prospects)
Efficacité du prospecteur	$\frac{\text{Nombre de prospects intéressés}}{\text{Nombre de prospects contactés}} \times 100$
Taux de réussite de la prospection	$\frac{\text{Nombre de nouveaux clients}}{\text{Nombre de prospects contactés}} \times 100$

Le suivi d'une action de prospection

L'assistant(e) de gestion doit évaluer le coût de son action de prospection afin de le comparer aux résultats obtenus et d'évaluer sa rentabilité. Si la rentabilité est positive, il (elle) peut renouveler l'opération.

Exemple : l'envoi des 1 000 courriels a coûté à l'EURL Les Chutneys d'Éloïse 345 € HT. Les 93 clients qui ont passé commande ont généré un CA de 1 026 € HT.

La rentabilité de l'action d'e-mailing est de : 1 026 - 345 = 681 € HT.

Le coût de l'e-mailing (les frais engagés) représente 33,6 % du CA obtenu, ce qui est correct.

3. Analyser les performances de la prospection

Situation

La société NetoyPro, installée à Châteaulin dans le Finistère (29), est spécialisée dans le nettoyage à domicile. Elle compte 56 personnes, dont deux commerciaux chargés du suivi des clients. Les clients de la PME se situent principalement dans le Finistère. Ils sont des particuliers ou des entreprises. Tony Dupont, le chef d'entreprise, insiste très souvent auprès des deux commerciaux sur l'importance de la prospection téléphonique car elle permet d'obtenir de nouveaux contrats. Il souhaite qu'une étude soit réalisée pour évaluer cet aspect de leur travail. Il vous communique les chiffres de prospection du mois dernier (annexe 1).

Consignes

- 1 Calculez les ratios de prospection dans le tableau donné en annexe 2 afin d'évaluer les performances des commerciaux (voir fiche ressource 3).
- 2 Qu'en déduisez-vous ?

1 ANNEXE 1 - Résultats de la prospection de m-1

Nom du commercial	Nombre total de prospects	Nombre de prospects contactés	Nombre de prospects intéressés	Nombre de nouveaux clients
M. Martin	500	230	205	105
M. Durand	500	270	245	95

2 ANNEXE 2 - Calcul des ratios de prospection

Nom du commercial	Efficacité de la prospection	Efficacité du prospecteur	Taux de réussite de la prospection
M. Martin			
M. Durand			

LA CLASSIFICATION DES COMPTES DU PLAN COMPTABLE GÉNÉRAL

MAJ 12/15

LES COMPTES DE BILAN	DÉFINITION
Classe 1 : Comptes de capitaux	<p><u>Déf.</u> : Il s'agit pour l'essentiel des ressources financières durables de l'entreprise, à savoir les capitaux propres à l'entreprise et les capitaux étrangers.</p> <p><u>Exemples</u> : 101 Capital (apports effectués par les associés de l'entreprise), 16 Emprunts (emprunts effectués par l'entreprise), 120 Bénéfice (bénéfice réalisé par l'entreprise), ...</p>
Classe 2 : Comptes d'immobilisations	<p><u>Déf.</u> : Il s'agit des biens durables détenus par l'entreprise.</p> <p><u>Exemples</u> : 2131 Bâtiments, 2154 Matériel industriel, 2182 Matériel de transport, ...</p>
Classe 3 : Comptes de stocks et en-cours	<p><u>Déf.</u> : Il s'agit de comptabiliser les stocks de l'entreprise.</p> <p><u>Exemples</u> : 31 Stocks de matières premières, 355 Stocks de produits finis, 37 Stocks de marchandises, ...</p>
Classe 4 : Comptes de tiers	<p><u>Déf.</u> : Il s'agit de toutes les tierces personnes de l'entreprise.</p> <p><u>Exemples</u> : 401 Fournisseurs, 411 Clients, 42 Personnel, 44 État, 455 Associés, ...</p>
Classe 5 : Comptes financiers	<p><u>Déf.</u> : Il s'agit essentiellement des disponibilités financières de l'entreprise.</p> <p><u>Exemple</u> : 512 Banques, 514 Chèques Postaux, 53 Caisse, ...</p>
LES COMPTES DU COMPTE DE RÉSULTAT	DÉFINITION
Classe 6 : Comptes de charges	<p><u>Déf.</u> : Il s'agit, pour l'essentiel, des dépenses liées à l'activité de l'entreprise.</p> <p><u>Exemples</u> : 607 Achats de marchandises, 616 Primes d'assurances, 641 Rémunérations du personnel, ...</p>
Classe 7 : Comptes de produits	<p><u>Déf.</u> : Il s'agit, pour l'essentiel, des recettes liées à l'activité de l'entreprise.</p> <p><u>Exemples</u> : 701 Ventes de produits finis, 707 Ventes de marchandises, 76 Produits financiers, ...</p>

NOTIONS COMPTABLES ET ENREGISTREMENT DANS LE LIVRE-JOURNAL

MAJ 01/17 OK

NOTIONS COMPTABLES

- Livre-journal (ou journal) : document comptable où sont enregistrées toutes les opérations effectuées par l'entreprise.
- Grand-livre des comptes : document comptable qui regroupe tous les comptes de l'entreprise.
- Balance : document comptable qui indique les totaux et les soldes de chaque compte de l'entreprise.
- Compte de résultat : document comptable qui indique les charges et les produits et qui permet de déterminer le résultat (bénéfice ou perte) de l'entreprise.
- Bilan : document comptable qui indique à une date donnée la situation patrimoniale de l'entreprise (c'est-à-dire l'ensemble de ce qu'elle possède et de ce qu'elle doit).

LES PRINCIPAUX COMPTES DU PLAN COMPTABLE GÉNÉRAL

- 401 Fournisseurs
- 411 Clients
- 44566 TVA sur autres biens et services
- 44571 TVA collectée
- 512 Banques
- 601 Achat de matières premières
- 604 Achats d'études et prestations de services
- 607 Achats de marchandises
- 701 Ventes de produits finis
- 706 Prestations de services
- 707 Ventes de marchandises

EXERCICE ENREGISTREMENT COMPTABLE DANS LE LIVRE JOURNAL

Question : Procédez à l'enregistrement comptable des écritures ci-dessous dans le journal.

Il est précisé que vous devez créer des comptes spécifiques pour les tiers.

La TVA est au taux en vigueur.

01/10/N : achats de marchandises au fournisseur JEAN pour 2 500 € HT ; frais de port de 50 € HT.
Règlement le 02/10/N par chèque bancaire. Facture d'achat N°30.

06/10/N : Ventes de produits finis au client LECLERS pour 6 200 € HT. Remise de 5%.
Encaissement pour moitié immédiatement par chèque. Facture de vente N°154.

12/10/N : Achats d'une prime d'assurance au fournisseur AXA pour 268 € HT. Règlement immédiat par chèque. Prime d'assurance N°18.