



FÉVRIER 2021

Comment votre organisation
résiste-t-elle à la tempête
financière ?

Atteindre la stabilité pendant une période turbulente

Les contrôles clients sont plus critiques que jamais en période d'incertitude

En plus de tous les dommages sur la santé, la pandémie du coronavirus a également un impact énorme dans les domaines financier et économique. Il reste à voir exactement quelle sera cette influence au final. Et en attendant de savoir, cela laisse une période extrêmement incertaine et difficile.

Compte tenu des perspectives financières inconnues et de l'augmentation de la collaboration numérique, il est essentiel que les organisations aient leurs processus commerciaux en ordre. L'avenir reste flou pour le moment. Par conséquent, concentrez-vous sur les choses que vous pouvez influencer aujourd'hui.

Ne vous fiez pas uniquement aux belles paroles des clients et des fournisseurs. Les contrôles de solvabilité, l'acceptation des clients et la détection des fraudes sont plus importants que jamais.

Et si les aides d'État s'arrêtaient ?

Des secteurs entiers sont stables depuis des mois ou sont jusqu'à présent toujours bloqués. De nombreuses entreprises ont un chiffre d'affaires limité ou inexistant depuis un bon moment, alors que les coûts fixes perdurent. Curieusement, le nombre d'entreprises qui ont fait faillite était plus faible que jamais. En France et en Grande-Bretagne en 2020, le nombre de faillites a chuté de pas moins de 40% en 2020 par rapport à 2019, écrit [le New York Times](#). Il y a eu 25% de faillites en moins dans l'Union européenne.

Comment est-ce possible ? Les aides d'État des gouvernements européens ne semblent pas seulement maintenir à flot des entreprises qui seraient normalement en parfaite santé. Ceux qui prenaient déjà l'eau avant cette crise bénéficient également des aides d'État. Ces entreprises, [dites zombies](#), n'existent que grâce au soutien du gouvernement. Mais elles auraient été déclarées en faillite depuis longtemps si la crise du coronavirus n'avait pas éclaté.

Les [chiffres de Graydon](#) soutiennent ces résultats. Par exemple, le nombre de faillites en Belgique en 2020 était pas moins de 33% inférieur au nombre d'entreprises qui ont fait faillite en 2019.

Le fait qu'une entreprise existe encore aujourd'hui ne signifie pas que ce sera également le cas après la crise du coronavirus. Graydon s'attend même à ce que dans les années à venir, quelques 50.000 entreprises belges échouent, en plus des « faillites habituelles » (environ 10.000 par an). Vous pouvez le lire dans le livre blanc « À la fin du moratoire sur les faillites », que Graydon a rédigé en collaboration avec la Verbond van Belgische Ondernemingen /Fédération des entreprises de Belgique (FEB FEB).

La sécurité de l'entreprise est menacée

Comme si les préoccupations financières n'étaient pas assez importantes, le nombre de tentatives de fraudes identifiées a également fortement augmenté en 2020. Graydon a constaté que la valeur des tentatives de fraude en Grande-Bretagne au cours des six premiers mois de 2020 était jusqu'à 66% plus élevée que l'année précédente. 26,3 millions de livres sterling de fraude au crédit commercial, ce qui équivaut à plus d'un million de livres sterling par semaine ! Ce sont des menaces supplémentaires auxquelles votre entreprise est confrontée.

Alors que les risques de blanchiment d'argent étaient déjà considérables, et ce indépendamment de la crise du coronavirus actuelle, on estime qu'environ 800 à 2 milliards de dollars sont blanchis chaque année. En 2020, les organismes de surveillance financiers ont infligé des amendes de [9 milliards de dollars](#). Un record. La grande majorité de cela peut être attribuée à la violation des lois et règlements applicables concernant, par exemple, la directive anti-blanchiment (AML).

Comment résister à la tempête ?

En période d'incertitude, la stabilité financière offre aux entreprises et aux employés une tranquillité d'esprit. Les obligations légales en vertu du Know Your Customer (KYC)/ Customer Due Diligence (CDD) apportent une contribution fondamentale à la réalisation de cette stabilité financière.

Même lorsque tout va bien, il est nécessaire de savoir qui sont vraiment vos clients et fournisseurs. Comment vont-ils financièrement ? Ont-ils une réputation irréprochable ? Vous ne savez jamais ce que vous financez lorsque vous travaillez avec des organisations douteuses. Le terrorisme ? Le commerce des armes ? Le travail des enfants ? L'esclavage moderne ?

Les obligations légales ne sont pas seulement un outil pour éviter de lourdes amendes et des atteintes à la réputation. Ils aident également à maintenir votre entreprise sur la bonne voie en période d'incertitude. Comment pouvez-vous mieux façonner cela en tant qu'entreprise ?

- 01. Avec un parcours d'intégration client optimal**
- 02. En libérant des ressources grâce à l'automatisation**
- 03. En prenant votre responsabilité et en limitant les risques**
- 04. Vous devez le réaliser. c'est ensemble que nous le faisons**

Un parcours d'intégration client **optimal**

Les ventes garanties jouent un rôle essentiel dans la création de la stabilité financière. Et pour garantir un chiffre d'affaires, vous avez besoin, entre autres, de clients satisfaits. La dernière chose sur laquelle vous devez économiser en période de turbulence est votre expérience client. Ce qui est parfois en contradiction avec les obligations de conformité de votre organisation.

Les clients qui ont de bonnes intentions ne doivent pas être victimes de quelques pommes pourries. Par conséquent, assurez-vous qu'un parcours d'intégration client optimal s'inscrit dans le cadre des obligations légales. Quelqu'un qui veut devenir client et qui n'a rien à vous cacher devrait pouvoir travailler sans effort avec votre entreprise. Mais comment savoir qui est bon et qui ne l'est pas ?

Si vous investissez dans l'optimisation de votre parcours d'intégration client, vous en récolterez également les bénéfices lorsque les affaires reprendront leur cours normal. Les clients qui n'ont rien à cacher savent qu'ils sont au bon endroit dans votre organisation et peuvent faire des affaires rapidement.

L'ajout d'étapes supplémentaires au processus n'est que contre-productif dans ce contexte. Investissez donc dans des solutions intelligentes. Cela vous permet d'automatiser

et d'optimiser votre parcours d'intégration client et de vous conformer aux lois et réglementations en vigueur.

La relation client devient encore plus digitale

En raison de la pandémie du coronavirus, les relations clients ont été encore plus numérisées. Les clients arrivent via des canaux numériques et se connectent à votre organisation via ces mêmes canaux numériques. Votre organisation répond-elle pas de manière adéquate à cela ? Sinon, vous perdrez de nombreux clients à long terme. Le libre-service numérique était déjà en plein essor, [également au sein du B2B](#), mais a trouvé un catalyseur dans la crise du coronavirus.

Ces dynamiques changeantes entre votre entreprise et vos clients nécessitent également un parcours d'intégration client optimisé.



Libérez des ressources grâce à l'automatisation

L'automatisation signifie que de nombreux processus sont plus rapides et sont beaucoup moins sujets aux erreurs. C'est aussi libérer des ressources, notamment via les employés : un personnel qui était auparavant occupé par des tâches répétitives qui n'apportaient guère de valeur ajoutée à l'entreprise.

Vous pouvez également automatiser de nombreuses actions autour du devoir de diligence client. La grande majorité de votre clientèle est constituée de parties fiables. Les contrôles clients doivent donc pouvoir se dérouler de manière fluide et rapide, sans l'intervention de (nombreuses) mains humaines. Cela laisse le temps à vos employés de se concentrer sur les clients et les prospects qui nécessitent davantage de recherches.

L'automatisation vous permet d'effectuer au moins autant de contrôles avec une petite équipe, sans avoir à faire de compromis sur la sécurité.

L'automatisation crée une uniformité cruciale

L'automatisation crée également une uniformité autour de la prise de décision. C'est crucial, surtout maintenant

que les employés travaillent ensemble à distance. La subjectivité pose donc un danger encore plus grand lorsque vous devez prendre des décisions difficiles. Avec l'aide de l'automatisation, vous pouvez - à distance - créer plus de lignes autour des clients et des fournisseurs à problèmes et à propos desquels vous devez vraiment prendre des décisions.

Afin d'automatiser ces processus et de les exécuter aussi facilement que possible, des données de haute qualité sont essentielles. Ce n'est qu'alors que vous serez en mesure de prendre des décisions éclairées dans le contexte de la diligence raisonnable du client/du Know Your Customer.

Prenez votre responsabilité pour les risques

L'époque où les risques de paiement relevaient uniquement de la direction financière et les problèmes de sécurité à l'IT sont derrière nous. En fin de compte, tout le monde au sein de votre organisation est, dans une plus ou moins grande mesure, responsable des risques et des menaces. Et cela ne s'arrête pas aux frontières de votre propre organisation.

Des responsabilités partagées

La fourniture de produits et de services de bout en bout n'est pas une réalité pour de nombreuses organisations. La plupart du temps, ils font partie d'une chaîne de fournisseurs et de fournisseurs privilégiés. Et vous avez également des responsabilités au sein de cette chaîne d'approvisionnement : vous risquez de porter atteinte à votre réputation s'il s'avère que certains liens ne sont pas aussi fiables.

Les recherches de Deloitte, [#GetOutInFront](#), montrent qu'après la crise du coronavirus, les gens seront plus militants envers les gouvernements et le monde des affaires. Cela signifie qu'en tant qu'organisation, vous devez préparer votre histoire en tenant compte de toutes sortes de thèmes afin de prendre des mesures pour que la société civile ne boycotte pas votre entreprise.

La politique climatique, la mobilité sociale ou, par exemple, les données et la vie privée sont autant de thèmes qui figurent en bonne place sur l'agenda social. Il appartient au monde des affaires de traduire cela dans ses propres

opérations commerciales et de prévenir les atteintes à la réputation. Et ce risque est élevé, comme en témoignent les chiffres de Deloitte, entre autres. Sur les plus de 10.000 participants, pas moins de 40% indiquent qu'ils seront plus militants après le COVID-19. Vingt pour cent d'entre eux indiquent avoir déjà changé de marques, car les entreprises échouaient sur de tels thèmes.

Si vous commencez à travailler sur ces thèmes, cela profitera également à la valeur de votre entreprise sur le long terme. Cela ressort clairement de nombreuses études et articles, y compris du Financial Times, sur l'environnement, la société et la gouvernance (ESG). Ce sont les trois facteurs centraux pour mesurer la durabilité des investissements.

En tant qu'entreprise, assumez vos responsabilités à tous les niveaux. Les coûts impliqués sont éclipsés par les avantages qu'ils apportent à votre organisation. Dans le domaine de la conformité, de la réputation, de la valeur des actions et de la stabilité financière.

C'est ensemble que nous pouvons atteindre la stabilité financière !

En ces temps incertains, il y a un sentiment qui dépasse largement le niveau individuel : nous sommes tous dans le même bateau. La même chose doit être entendue par tous au sujet de la sécurité, un aspect crucial pour créer la stabilité financière.

La manière dont de nombreuses plaintes sont encore traitées dans le monde financier montre combien de possibilités les criminels ont encore. Pour donner un exemple : vous a-t-on refusé l'entrée dans une banque pour diverses raisons ? Ensuite, vous pouvez « simplement » vous inscrire auprès d'une autre banque. Au lieu d'échanger des informations entre les prestataires de services financiers, comme cela se fait, aux Pays-Bas, via la cellule de renseignement financier. Et c'est tout sauf efficace, comme indiqué précédemment, entre autres, [par la grande banque Rabobank](#).

Alors que des données sont intéressantes pour une organisation, elles peuvent également l'être pour d'autres entreprises. Ce n'est qu'ainsi que vous êtes pleinement conscient des risques encourus par votre organisation et que vous pouvez y répondre. A quelles relations commerciales peuvent-elles faire confiance et lesquelles éviter ? Quels sont les développements en cours qui pourraient affecter votre entreprise ? Des questions auxquelles vous pouvez répondre à l'aide de sources de données externes.

Voulez-vous continuer à recommencer de zéro continuellement ? Très bien, mais ensuite vous allez prendre rapidement du retard sur les faits.



Vous n'êtes pas obligé(e) de tout faire tout seul !

GraydonCreditsafe offre des informations de haute qualité basées sur des données provenant d'organisations du monde entier ! Avec l'aide de GraydonCreditsafe, vous obtiendrez rapidement un aperçu de toutes les informations dont vous avez besoin pour prendre les bonnes décisions. Automatisez autant que possible, vous permettra de prendre des décisions uniformes plus rapidement et plus efficacement, sans avoir besoin de ressources supplémentaires.

GraydonCreditsafe offre à votre organisation des informations qui vous permettent de poser les bonnes questions. Regardez non seulement le présent, mais aussi vers l'avenir.

Nous sommes là pour vous aider sur un chemin en route vers un avenir résistant aux risques. Curieux(-se) de savoir ce que nous pouvons faire pour vous ? Alors, contactez-nous immédiatement.

GRAYDONcreditsafe

Uitbreidingstraat 84-b1
2600 Anvers (Berchem)

+32 3 280 88 00

support@graydoncreditsafe.be

www.creditsafe.com/be/fr