

VOIR GRAND AVEC NOS CLIENTS



Denis Claikens

Directeur du domaine des crédits
chez CBC Banque

« Faut-il tout dire à son banquier ? »

Depuis 2013, la Loi Laruelle impose aux banques un devoir d'information sur les formes de crédits adaptées à l'entreprise et sur la motivation de tout refus. Si la transparence est désormais le maître mot dans ce domaine, les banques n'attendent pas moins de réciprocité de la part des entrepreneurs. Bien expliquer son projet en vue d'obtenir un crédit et surtout faire état rapidement de ses difficultés dans un projet en cours permet souvent d'éviter des situations compliquées.

Tout projet mérite d'être challengé

Un entrepreneur ne doit jamais hésiter à proposer un projet, qu'il s'agisse du lancement d'une start-up, de l'agrandissement d'une exploitation agricole ou encore du rachat d'une activité. Chaque projet mérite, en effet, d'être pris au sérieux mais également d'être challengé et cela au travers de trois questions simples : est-ce que son projet est recevable et finançable ? Est-ce que son effort propre est cohérent ? Dans quel délais raisonnables l'entrepreneur peut-il obtenir une décision ?

Bien comprendre son projet dans le détail, s'accorder sur les objectifs et les termes, et surtout s'entendre sur une ligne du temps précise et claire est le fondement de la relation de confiance qui se créera autour du développement d'une entreprise.

Le deal pour le deal est sans intérêt sur le long terme

« L'un des premiers enseignements dans le domaine du crédit, est de savoir dire non. Accompagner ou démarcher une entreprise, ce n'est pas essayer bonnement et simplement de lui faire plaisir, car les enjeux sont bien trop importants. Il faut être

transparent et convenir d'emblée de ce qui est possible ou non. Quand un conseiller a le sentiment qu'il ne peut plus suivre le client, il a le devoir de le lui dire et de lui expliquer pourquoi. » explique Denis Claikens, Directeur du domaine des crédits chez CBC Banque.

Il faut par contre aussi savoir dire non, mais... ! Un projet peut être intéressant mais pas en l'état, certains aménagements pouvant le rendre recevable. Diminuer le risque en trouvant des tiers partenaires, amener des garanties supplémentaires, ou revoir le périmètre du projet peuvent notamment influencer le verdict. Une franchise réciproque permettra donc d'instaurer une logique de discussion nécessaire à une relation saine. Un deal à court terme n'est donc jamais porteur et mieux vaut parfois une frustration passagère qu'une relation qui démarre mal.

Un bon entrepreneur est un entrepreneur transparent

Il fût une époque où l'on pouvait espérer qu'une information embarrassante n'arrive jamais aux oreilles de son banquier. Or, de nos jours, avec la vitesse de circulation de l'information et le

développement des moyens de communication, mieux vaut tout dire à son banquier et cela dans son propre intérêt. D'une part, si votre banque apprend des informations sensibles par un tiers, elle aura tendance à devenir moins conciliante. D'autre part, il y a très souvent une solution à chaque problème, les pires situations survenant quand l'entreprise ne se confie pas assez vite et qu'on se retrouve dos au mur.

Qu'un entrepreneur soit capable de bien expliquer ce qu'il fait et de bien vulgariser ses activités et son projet tout en suivant un bon tableau de bord est un grand atout. Une banque a besoin de visibilité dans le risque qu'elle prend. Aujourd'hui, la loi Laruelle donne des obligations de transparence tant au banquier qu'à ses clients.

Les algorithmes sont un atout, mais ils ne décident pas

La digitalisation des services bancaires facilite clairement la vie des entrepreneurs qui pour effectuer des opérations simples attendent des process rapides, efficaces et sûrs. Il est donc désormais possible de signer en ligne un crédit d'un montant moins significatif et ainsi éviter des déplacements en agence.

« Pour des projets plus importants, les machines ne peuvent se substituer à l'homme, même si elles sont un fameux atout. Nous fonctionnons sur un système de scoring. S'il est positif, nous avançons avec le client. S'il est négatif, nous appliquons le principe des 4 yeux. Derrière un scoring, il y a toujours une intervention humaine car une machine ne connaît pas le contexte social et économique de l'entreprise, ni son vécu, contrairement à un conseiller bancaire qui rencontre son client plusieurs fois par an. » explique Denis Claikens.

A propos de CBC Banque

CBC, active en banque et en assurance, est la banque wallonne autonome du groupe KBC, groupe financier de premier plan aux niveaux national et européen. Banque unique dans une région unique, CBC offre un service complet dans les secteurs de la banque et de l'assurance en Wallonie. Cet ancrage local fort choisi par le groupe permet à CBC d'être proche de ses clients et ainsi de répondre au mieux à leurs attentes.