

Comment améliorer les relations bancaires



ISABELLE COHEN SOLAL
Membre du Comité du Cercle Suisse des Administratrices

Certains conseils d'administration me demandent de les accompagner dans leurs relations bancaires. Pourquoi, dès lors qu'ils bénéficient d'un conseil

clientèle? Il y a dans les faits plusieurs raisons. Sans être exhaustive, la liste suivante permet d'envisager comment agir.

1. LE TEMPS À DISPOSITION

Les chefs d'entreprise et les administrateurs considèrent le service bancaire comme une gestion simple de leur portemonnaie d'entreprise, qui ne leur demande pas trop d'investissement... en temps. Il faut pourtant que les organes dirigeants sachent ce qu'ils attendent de leur service bancaire en établissant une liste des services requis: des paiements, du reporting, des crédits, du leasing, de l'accompagnement dans des projets de grand envergure, etc. Cela permet à la banque de se positionner et de savoir à quels

types de relation, et surtout de rentabilité, elle peut s'attendre.

2. LE JARGON

La finance se sophistique beaucoup. Tant nous pouvons nous réjouir de la multiplicité des solutions, de l'arsenal juridique de protection des avoirs des agents économiques, de la digitalisation, tant cela ne simplifie pas le dialogue. Les anglicismes sont également largement employés, avec parfois des locutions idiomatiques intraduisibles. Les chefs d'entreprises et les administrateurs non financiers se sentent rapidement perdus, mais ils doivent apprendre.

3. LA CONFIANCE

Le climat qui s'installe entre les personnes impliquées n'est

parfois pas des plus sereins. Pourtant, c'est précisément le type de service qui demande que chacun puisse se faire confiance et que les échanges se fassent en toute transparence, à savoir ni trop, ni trop peu. Sur ce point, le respect mutuel doit s'installer et chacun doit trouver sa place: par exemple en considérant les délais d'envoi des documents de part et d'autre et une disponibilité raisonnable, la connaissance réciproque des correspondants et de leurs responsabilités, en somme: que chacun soit là pour avancer et s'entendre.

4. LA COMPRÉHENSION DU BESOIN CLIENT

Il est primordial d'accorder la plus grande importance aux

premiers échanges, lorsque chaque partie exprime ce qu'elle attend de l'autre. Pour que cette étape se passe dans les meilleures conditions, il est incontournable de se discipliner à une écoute particulièrement attentive de la part des deux parties. Cette étape est le départ de toute la relation bancaire, au-delà des documents, et donne beaucoup de clés de compréhension pour la suite des opérations.

5. LA MISE EN CONCURRENCE

Il est essentiel de mettre en concurrence les services proposés. La réglementation pousse pour de meilleures transparence et comparabilité, à savoir que le calcul du Total Expense Ratio (TER, ratio des

coûts totaux) soit calculé de la même manière par tous les établissements financiers.

Les instituts financiers sont des partenaires incontournables des activités économiques. Afin de pouvoir établir des liens de partenariat, le dialogue doit être constructif entre les entreprises et les conseillers.

Les chefs d'entreprise et les administrateurs ne voient pas la relation opérationnelle du quotidien, mais ils doivent se sentir en confiance lorsqu'ils choisissent avec quel organisme les grands engagements financiers doivent être conclus et définir chacun des nombreux paramétrages des comptes bancaires. ■