

Organiser ma comptabilité

En tant que chef d'entreprise, vous allez devoir vous imposer une certaine rigueur dans le classement de vos documents liés à la comptabilité de votre entreprise. Plus vous serez organisé, plus ce sera simple !

Si le cabinet s'occupe de la saisie de votre comptabilité :

Vous devrez alors nous transmettre les documents comptables suivants :

- >> Relevés bancaires et autres documents bancaires (comme les bordereaux de remise, justificatifs de mouvement et du solde des SICAV, etc.)
- >> Feuilles de caisse mentionnant le solde journalier qui doit correspondre au solde présent chaque jour en caisse.
- >> Factures fournisseurs (mention de la date et du mode de règlement : chèque n°..., espèces...)
- >> Factures clients (mention de la date et du mode de règlement également)
- >> Autres documents comme les contrats de location, de crédit bail, déclarations de TVA, avis d'imposition...

Si vous saisissez vous-même votre comptabilité :

Votre comptabilité doit alors être mise à jour avant l'intervention du cabinet :

- >> Saisie de toutes les factures clients et fournisseurs
- >> Saisie des comptes de trésorerie (caisse et banque)
- >> Les rapprochements bancaires doivent être établis et vérifiés
- >> Les comptes de virements internes et les comptes d'attente doivent être soldés
- >> Les comptes de tiers doivent être lettrés

Pour réaliser au mieux notre mission, vous devrez par la suite mettre à notre disposition :

- >> les éditions comptables : balance, grand livre
- >> les factures d'achats et de ventes
- >> les contrats et échéanciers d'emprunt
- >> les rapprochements bancaires
- >> les contrats de crédit-bail et de location
- >> l'inventaire du stock et des en-cours
- >> les documents fiscaux et sociaux
- >> l'inventaire de caisse



PÉRIODICITÉ :

En fonction de l'organisation comptable choisie au préalable, le cabinet peut intervenir mensuellement, trimestriellement, semestriellement.

>> Se référer au calendrier fiscal

PRINCIPES DE BASE À RESPECTER :

Vous devez impérativement nous transmettre tout document fiscal ou social que vous ne pouvez ou ne savez pas remplir seul.

Vous devez également nous prévenir si vous rencontrez des difficultés au sein de votre entreprise ou si des changements ont lieu.

Mon tableau de bord

Afin d'organiser au mieux la gestion de votre entreprise, nous mettons en place avec vous des indicateurs de gestion, vous permettant d'analyser tous les mois les éléments financiers importants de votre activité.

Piloter son activité passe par :

- >> la collecte
- >> le suivi
- >> l'amélioration

de certains indicateurs financiers que nous aurons préalablement déterminés.

Nous vous proposons une analyse régulière de ces indicateurs durant 6 mois. Une synthèse téléphonique mensuelle vous sera faite afin de vous expliquer les différents indicateurs et vous permettre d'évaluer vos performances dès votre début d'activité.

Les indicateurs les plus étudiés sont :

- >> le chiffre d'affaires
- >> la marge
- >> l'analyse d'un poste spécifique tel que la masse salariale, le développement d'un produit spécifique, les marges réalisées, etc.

Ces indicateurs permettent de suivre, d'anticiper et de procéder à d'éventuels ajustements de votre activité afin d'optimiser la situation de votre entreprise.

Exemples d'activités :

- >> Restauration : analyse du nombre de couvert moyen ;
- >> Boulangerie : nombre de baguettes vendues par rapport à son estimation ;
- >> Épicerie : suivi du panier moyen d'un client.



Cet outil de pilotage mensuel s'établit sur la base des informations que vous nous aurez préalablement transmises.



Mon conditions générales de vente

Document incontournable, que ce soit pour être en conformité avec la loi ou pour se protéger dans le cadre de votre activité, l'établissement des conditions générales de vente (CGV) est une étape à ne pas négliger.

Pourquoi rédiger vos CGV ?

- >> **Obligatoire à l'égard d'un consommateur et fortement recommandé entre professionnels :**
 - > Elles doivent être fournies en cas de demande d'un acheteur ;
 - > Elles définissent les relations avec vos clients ;
 - > Elles répartissent les obligations entre les parties ;
 - > Elles prévalent sur toutes autres conditions.

- >> **Lorsqu'elles sont établies entre professionnels, elles doivent correspondre à votre processus commercial et doivent contenir des mentions obligatoires :**
 - > Les conditions de vente ;
 - > Le barème de prix ;
 - > Les modalités de réduction de prix ;
 - > Les conditions de règlement.

- >> **Il sera de votre intérêt de compléter ces mentions obligatoires par des clauses dites «utiles» portant sur :**
 - > Les délais de livraison ;
 - > La réserve de propriété en cas de non règlement ;
 - > La limitation ou l'exclusion de votre responsabilité ;
 - > L'attribution de compétence à une juridiction ;
 - > La définition des cas de force majeure.

EN OPTION :

Nous pouvons vous accompagner pour l'établissement de vos CGV. Demandez plus d'informations auprès de votre Expert-Comptable.

Comment utiliser vos CGV ?

- >> Avoir ses CGV est une chose, mais pouvoir se prévaloir des clauses écrites dans ces CGV en est une autre : c'est la question dite de l'opposabilité des conditions générales.

- >> Vous devez pouvoir prouver que votre client a eu une connaissance effective de ces CGV et les a acceptées. A défaut, vous perdrez le bénéfice de toutes les clauses que vous avez pu insérer dans vos CGV et permettant, par exemple, d'empêcher le débauchage de salariés, de limiter votre responsabilité etc.

- >> Dans la pratique :
 - > Faire parapher et signer vos CGV ;
 - > Introduire une clause de renvoi aux CGV sur le devis et / ou la proposition commerciale.

Par exemple, « La signature des présentes par le Client implique l'acceptation pure et simple des CGV qui lui ont été communiquées préalablement, ce que ce dernier reconnaît expressément ».



Factures

Vous retrouverez l'ensemble des mentions obligatoires, selon les différents cas de figure, sur la fiche du même nom.

Mes assurances

En tant que dirigeant d'entreprise, vous pouvez souscrire aux contrats Madelin qui vous permettent d'améliorer votre protection sociale dans plusieurs domaines. De plus, il est fortement conseillé de sécuriser votre activité par le biais d'une assurance.

LES CONTRATS MADELIN

>> Les contrats Madelin permettent aux travailleurs non-salariés (*professions libérales, artisans, commerçants, et gérants majoritaires*) d'améliorer leur protection sociale dans les domaines de la retraite, la prévoyance, la santé, et la couverture du risque perte d'emploi. Afin d'inciter ces professions à se protéger, ces contrats Madelin sont déductibles fiscalement dans la limite d'un plafond fiscal déterminé en fonction du revenu.

Contrat santé

>> Il permet de compléter les remboursements de l'assurance maladie, en partie ou en totalité à concurrence des frais réels engagés, et ce en fonction du niveau de couverture retenue.

Contrat prévoyance

>> Il permet de s'assurer un maintien de revenu en cas de arrêt de travail du TNS et d'invalidité, et protéger leurs familles en cas de décès. En effet, contrairement aux salariés, les travailleurs indépendants sont très souvent mal protégés, et leurs protections sociales varient beaucoup en fonction de leur régime obligatoire.

Contrat retraite

>> L'objectif d'un contrat de retraite Madelin, est de pouvoir se constituer une retraite complémentaire qui sera restituée sous forme de rente en parallèle des retraites obligatoires.



SOUSCRIRE À UNE ASSURANCE

- >> Une assurance «RC Pro» sécurise votre activité et nous vous la recommandons fortement ! (obligatoire pour les activités réglementées comme les professions libérales ou profession du bâtiment). Cette assurance civile professionnelle couvre les risques causés à autrui par votre entreprise ou vos salariés.
- >> L'assurance multirisque professionnelle n'est pas obligatoire mais vous permet d'être plus serein ! Elle couvre l'ensemble des dommages causés aux locaux, aux biens et matériels de votre entreprise suite à un sinistre (vol, incendie, dégât des eaux, vandalisme...)

RAPPEL : Quels dommages ?

- >> les dommages matériels (sur les biens),
- >> les dommages corporels causés à un individu (fournisseurs, clients, employés...)
- >> les dommages immatériels (pertes financières découlant ou non d'un dommage matériel ou corporel)

Délais de paiement et pénalités

Dans les contrats entre professionnels, le paiement fait l'objet d'une négociation entre les partenaires commerciaux. Le délai de paiement, ainsi que les pénalités de retard, doivent obligatoirement figurer sur la facture et dans les CGV.

Les délais de paiement

>> Dans tous les cas, ces délais seront au maximum de 60 jours après l'émission de la facture ou, à condition d'être mentionné sur la facture, 45 jours fin de mois.

Le mode de calcul retenu pour le « 45 jours fin de mois » et les conditions de règlement doivent être précisés dans les CGV ou dans le contrat.

>> Pour le délai de «45 jours fin de mois», deux modes de calcul sont possibles :

- > Ajouter 45 jours à la fin du mois d'émission de la facture (une facture datée du 2 janvier doit être payée avant le 17 mars),
- > Ajouter 45 jours à la date d'émission de la facture, la limite de paiement intervenant à la fin du mois au cours duquel expirent ces 45 jours (une facture datée du 2 janvier doit être payée avant le 28 ou 29 février).

>> Les factures périodiques (ou récapitulatives) doivent être payées dans un délai de 45 jours maximum après leur émission.

>> A défaut de délai convenu entre les parties, un délai supplétif de 30 jours s'applique, à compter de la réception des marchandises ou d'exécution de la prestation demandée.

>> Dans le cas où une procédure d'acceptation ou de vérification des marchandises est prévue dans le contrat, elle est fixée conformément aux bonnes pratiques de la profession et des usages commerciaux, mais ne doit pas dépasser 30 jours à compter de la réception des marchandises ou la réalisation de la prestation.

>> Le fait pour un débiteur d'exiger de son fournisseur qu'il retarde l'émission de la facture, afin d'allonger le délai de règlement effectif, est considéré comme un abus.

Il existe des délais dérogatoires, notamment pour les produits périssables (viandes congelées, plats cuisinés...), ou dans certains secteurs d'activité (ex : transport routier de marchandises, location de véhicules...).

Les pénalités de retard

>> Les CGV doivent préciser les modalités d'application et le taux d'intérêt des pénalités dues en cas de retard de paiement (si celui-ci intervient après la date inscrite sur la facture).

>> Ce taux d'intérêt ne peut être inférieur :

- > au taux de refinancement de la BCE, en vigueur au 1^{er} janvier ou au 1^{er} juillet, majoré de 10 points : soit 10,00 % (0,00 + 10) pour les pénalités dues à partir du 1^{er} juillet 2016 ;
- > à 3 fois le taux de l'intérêt légal : 2,79 % (à partir du 1^{er} juillet 2016 ; 3 x 0,93 %).

>> Mode de calcul : montant dû (TTC) x taux d'intérêt x (nombre de jours de retard/365)

>> Les pénalités sont exigibles sans qu'un rappel ne soit nécessaire : l'envoi d'une lettre recommandée n'est donc pas requis. Elles courent dès le jour suivant la date de règlement portée sur la facture ou, à défaut, le 31^{ème} jour suivant la date de réception des marchandises ou de la fin de l'exécution de la prestation de service.

>> Elles ne sont pas soumises à TVA.

Indemnités pour frais de recouvrement

>> Une indemnité forfaitaire de 40 € est due au créancier pour frais de recouvrement, à l'occasion de tout retard de paiement.

>> Ce montant forfaitaire s'ajoute aux pénalités de retard, mais n'est pas inclus dans la base de calcul des pénalités.

>> Même si l'entreprise créditrice n'est pas obligée de l'appliquer (il s'agit alors d'un geste commercial), l'indemnité doit être mentionnée dans les conditions de règlement de tous les documents contractuels (CGV, facture...).

>> Si les frais de recouvrement réellement engagés sont supérieurs à ce montant forfaitaire, une indemnisation complémentaire sur justification peut être demandée.

>> L'indemnité est due dès le lendemain de la date d'échéance et n'est pas soumise à TVA.

La facture est une note détaillée des prestations ou des marchandises vendues. Pour être valable, elle doit comporter un certain nombre de mentions obligatoires, sous peine d'amende.

Mentions générales

| MENTIONS | COMMENTAIRES |
|---|---|
| Date d'émission de la facture | >> Date à laquelle elle est établie |
| Numérotation de la facture | >> Numéro unique basé sur une séquence chronologique continue, sans rupture. Il est possible d'émettre des séries distinctes, utilisant par exemple un préfixe par année (2021-XX) ou par année et mois (2021-01-XX) ; >> À faire figurer sur toutes les pages, si la facture en comporte plusieurs. |
| Numéro du bon de commande | >> Lorsque celui-ci a été préalablement établi par l'acheteur. |
| Date de la vente ou de la prestation de service | >> Jour effectif de la livraison ou de la fin d'exécution de la prestation. |
| Identité de l'acheteur | >> Nom (ou dénomination sociale) ; >> Adresse du siège social d'une entreprise ou du domicile d'un particulier (sauf opposition de sa part, pour un particulier) ; >> Adresse de facturation si différente de l'adresse du siège social ; >> Numéro de TVA intracommunautaire. |
| Identité du vendeur ou prestataire * | >> Nom et prénom d'un entrepreneur individuel (suivi éventuellement de son nom commercial) ; >> Dénomination sociale d'une société (suivie du numéro Siren ou Siret) ; >> Numéro RCS pour un commerçant, suivi du nom de la ville où se trouve le greffe d'immatriculation ; >> Numéro au Répertoire des métiers pour un artisan (n° Siren + RM + n° du département d'immatriculation) ; >> Adresse du siège social (et non de l'établissement) ; >> Adresse de facturation si différente de l'adresse du siège social ; >> Si l'entreprise est une société, mention de la forme juridique (EURL, SARL, SA, SNC, SAS) et du montant du capital social ; >> Numéro de TVA intracommunautaire. |
| Prix catalogue | >> Prix unitaire hors TVA des produits vendus ou taux horaire hors TVA des services fournis. |
| Désignation du produit ou de la prestation | >> Nature, marque, référence, etc. des produits ; >> Prestation : ventilation des matériaux fournis et de la main-d'œuvre. |

* Si l'entreprise est en cours d'immatriculation, la facture doit être établie au nom de la société, avec la mention « Siret en cours d'attribution », et non au nom du créateur, sous peine de rejet de la déduction de la TVA.

Mentions obligatoires sur mes factures

| MENTIONS | COMMENTAIRES |
|--|---|
| Décompte détaillé de chaque prestation et produit fourni | >> Détail en quantité et prix (facultatif si la prestation de service a fait l'objet d'un devis préalable, descriptif et détaillé, accepté par le client et conforme à la prestation exécutée). |
| Majoration éventuelle de prix | >> Frais de transport, d'emballage... |
| Taux de TVA légalement applicable Montant total de la TVA correspondant | >> Si les opérations sont soumises à des taux de TVA différents, il faut faire figurer sur chaque ligne le taux correspondant. |
| Réduction de prix | >> Rabais, ristourne, ou remise acquise à la date de la vente ou de la prestation de service et directement liée à cette opération, à l'exclusion des escomptes non prévus sur la facture. |
| Somme totale à payer hors taxe (HT) et toutes taxes comprises (TTC) | |



Mentions pour les factures adressées à un professionnel

| MENTIONS | COMMENTAIRES |
|---|--|
| Date ou délai de paiement | >> Date à laquelle le règlement doit intervenir ; >> Conditions d'escompte en cas de paiement anticipé ; >> En cas d'absence d'escompte, mentionner sur la facture : Escompte pour paiement anticipé : néant). |
| Taux de pénalités de retard | >> Exigibles en cas de non-paiement à la date de règlement (les pénalités de retard sont exigibles sans qu'un rappel soit nécessaire). |
| Mention de l'indemnité forfaitaire de 40€ | >> Pour frais de recouvrement, en cas de retard de paiement. |

Mentions particulières

| MENTIONS | DANS QUEL CAS ? |
|--|--|
| «Membre d'une association agréée, le règlement par chèque est accepté» | >> Si le vendeur ou prestataire est membre d'un centre de gestion ou d'une association agréée). |
| «TVA non applicable, art. 293 B du CGI» | >> Si le vendeur ou prestataire bénéficie de la franchise en base de TVA (micro-entrepreneur par exemple), la facture est en hors taxe). |
| « Autoliquidation » Indiquer clairement qu'il s'agit d'un « montant hors taxe » | >> Si des travaux sont effectués par un sous-traitant du BTP pour le compte d'un donneur d'ordre assujetti à la TVA, le sous-traitant ne déclare plus la TVA et c'est l'entreprise principale qui la déclare (auto liquidation). |
| Mention de l'assurance souscrite au titre de l'activité, les coordonnées de l'assureur ou du garant, la couverture géographique du contrat ou de la garantie | >> Les artisans ou les auto-entrepreneurs exerçant une activité artisanale, pour lesquels une assurance professionnelle est obligatoire (notamment la garantie décennale). |



>> Toute prestation de services effectuée pour un particulier doit faire l'objet d'une note, lorsque le prix est égal ou supérieur à 25 €TTC.

Lorsque le prix de la prestation ne dépasse pas ce montant, la délivrance d'une note est facultative sauf en cas de demande du client.

>> Le coût de la collecte et du traitement des déchets des pneumatiques devra être indiqué en pied de facture du vendeur.










QUELLES SONT LES SANCTIONS ENCOURUES ?

En plus de la sanction pénale pouvant aller jusqu'à 75 000 €, l'entreprise qui ne respecte pas ces obligations s'expose à une amende fiscale de 15 € par mention manquante ou inexacte pour chaque facture, plafonnée au 1/4 de son montant.

Utiliser mes logiciels de gestion

Pour vous faciliter le pilotage de votre entreprise, nous vous mettons à disposition des plateformes de gestion contenant les fonctionnalités suivantes : caisse, notes de frais, facturation.

Nous vous mettons à disposition **gratuitement** ces outils intuitifs, dotés d'une interface moderne : la gestion de votre entreprise vous est simplifiée !

-  >> multi-utilisateurs
-  >> sécurité des données
-  >> suivi des échéances
-  >> respect des obligations légales
-  >> assistance téléphonique
-  >> simplicité d'utilisation
-  >> mises à jour automatique

Caisse

- >> Sécurisez votre cadrage de caisse
- >> Tracez vos dépenses et dépôts bancaires
- >> Suivez les chiffres de votre activité
- >> Traitez les crédits et remboursements clients
- >> Connexion possible avec les meilleurs logiciels de caisse enregistreuse
- >> Conforme aux obligations légales

Facturation

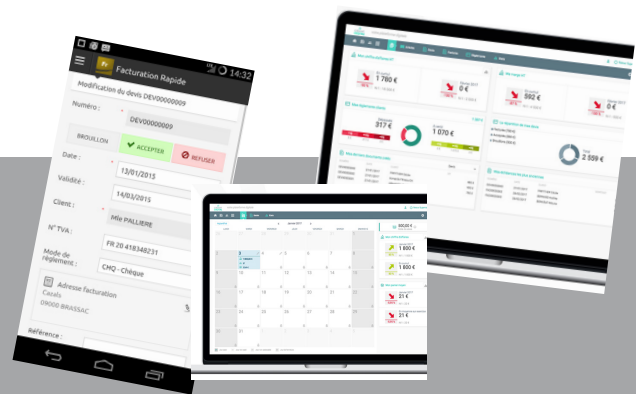
- >> Editez et personnalisez vos devis et factures
- >> Améliorez le suivi de vos règlements
- >> Analysez vos résultats
- >> Gérez votre fichier client
- >> Respectez les normes légales
- >> Relancez les impayés

Note de frais

- >> Simplifiez le remboursement de vos déplacements
- >> Supervisez et validez les notes de frais de vos collaborateurs
- >> Conforme aux obligations administratives et légales

ACCESSIBILITÉ

L'accès se fait par le biais de différents terminaux : ordinateur, téléphone, tablette...
Ce qui vous permet d'avoir accès aux informations 24h/24 et 7j/7.



Promouvoir mon entreprise

La communication est un élément qui accompagne le développement de l'activité de toute entreprise. Elle est même essentielle au commencement de l'activité. En effet, si personne ne vous connaît, il vous sera difficile d'acquérir une clientèle !

>> 4 étapes pour mettre au point une stratégie de communication efficace :

1 Créer une image de marque

Votre entreprise a une identité propre, avec ses produits ou services bien à elle. **Demandez-vous ce qui rend votre entreprise unique, ce qui la distingue des concurrents. Mettez en avant votre valeur ajoutée !** Cela passe par une bonne accroche, un slogan, un visuel original... C'est important de bien définir l'identité visuelle de votre entreprise.

>> *Il faut pour cela déterminer un style propre à votre activité qui comprend un logo, une police, des couleurs, que l'on retrouvera par la suite sur l'ensemble de vos éléments de communication.*



2 Définir une stratégie de communication

Avant toute chose, il vous faut établir un budget dédié à la communication :

- >> **Communication média** (affichage dans la rue, publicité magazines, radio, télévision)
- >> **Communication web** (bannières publicitaires, référencement sur les moteurs de recherche...)
- >> **Communication hors-média** (partenariats)
- >> **Services d'un prestataire** (création identité visuelle, actions de communication...)

>> *Il faut ensuite déterminer les objectifs et les cibles de votre communication :*



Des objectifs quantifiés sont nécessaires pour avoir un fil conducteur qui vous guidera tout au long de votre stratégie de communication. Le plus simple pour commencer, est de réaliser un arbre hiérarchisant vos objectifs du plus important au moins important. Pour ne pas vous perdre n'oubliez pas que votre objectif principal, au début de votre activité, est de vendre. Ensuite, arrivent les objectifs de prospection, de fidélisation, de notoriété.



Quant aux cibles, vous devez définir des «clients types», appelés aussi «personas»: personnages créés en marketing qui représentent un segment cible dans le cadre du développement d'un nouveau produit ou service. Définissez les profils types : âge, situation familiale et professionnelle, centre d'intérêts...

3 Déterminer un message efficace

En adéquation avec l'image de marque que vous souhaitez construire, il vous faut définir un message à faire passer, décliné ensuite sur tous vos supports de communication.

Réfléchissez au ton du message (humoristique, conventionnel...) et à ce que vous souhaitez mettre en avant (la qualité d'un produit, un service personnalisé, un prix attractif...)

>> Ce message a pour but de promouvoir votre marque et de faire vendre votre produit ou service ! Soyez attentifs à ce que proposent vos concurrents, afin de vous démarquer.

4 Optez pour les bons canaux de communication



Une fois le budget, les objectifs, les cibles et le message clairement identifiés, il vous reste à choisir les moyens de communications les plus adéquats à votre activité.

>> **Communiquez dans la presse locale** papier ou web pour informer de votre existence.

>> **Vous pouvez réaliser une opération de street marketing** en distribuant des flyers dans les rues et/ou mettre en place des actions promotionnelles au lancement, notamment par le biais de bons de réduction.

>> **Si votre budget le permet, une inauguration au démarrage de votre activité ou la participation à des salons professionnels** vous permettra ensuite de communiquer dessus et d'attirer la curiosité des prospects.

>> **Enfin, la communication digitale est devenue essentielle** pour se faire connaître. Il est donc important de se créer un réseau et de communiquer régulièrement par ce biais (Facebook, LinkedIn, Twitter...).