

De Credit Manager Nummer 1 | 2008
Officieel orgaan van de Vereniging van Credit Management

Is Creditmanagement te combineren met klantwaarde?

Het benaderen, accepteren, onderhouden en het afscheid nemen van klanten. De cirkel is daarmee niet rond maar wordt, nadat er vaak veel tijd en geld is gestoken in de betreffende klant, abrupt afgebroken. Waarom? De klant betaalt immers niet. En niet betalende klanten willen we niet!

Toch nemen veel bedrijven nog steeds niet de moeite om de hele klantwaardecirkel goed in te richten. Marketing, verkoop en creditmanagement, ze groeien naar elkaar toe, maar door de uiteenlopende belangen en hoge prestatiedruk worden deze belangen niet altijd even goed door een ieder gediend.

Het zou voor de ondernemer of de CFO van een onderneming toch fantastisch zijn wanneer hij bij het benaderen van een klant al weet óf en vooral wannéér deze klant geld gaat kosten. Immers kan hier dan al bij de marketing en verkoop op gestuurd worden. Steek veel geld in je waardevolle klanten, en bespaar geld op klanten zonder rendement. Dit levert immers een lagere druk op de totale klantbehandelingskosten. Minder achterstanden, minder communicatie over wanbetaling etc.

Ook bij het uiteindelijke afscheid nemen van een klant wordt niet zelden zonder goed onderbouwde motivatie afscheid genomen van een klant. Een niet betalende klant is per definitie een slechte klant volgens velen. Maar is dit ook zo? Daarnaast worden incassobureaus nog te vaak beoordeeld op hun incassoresultaat en wordt retentie zelden als meetinstrument gebruikt. Of wel, van hoeveel klanten neemt het incassobureau afscheid en hoeveel weten zij er te behouden.

De redenen van wanbetaling kunnen uiteraard vele zijn. Niet altijd is de oorzaak van non-betaling ook daadwerkelijke wanbetaling. Tijdelijke geldproblemen, verhuizingen, scheidingen, om zomaar wat redenen te noemen voor tijdelijke non-betaling. Het profiel van deze non-betaler kan echter wel degelijk die van een "goede" klant bezitten. En niet zelden worden deze ex-klanten door bedrijven na verloop van tijd wederom benaderd om "nieuwe" klant te worden. Marketinggeld wordt opnieuw aan de al bekende klant gependend en opnieuw wordt de klantwaardecirkel van vooraf aan doorlopen. Met de hoop dat deze "nieuwe" klant nu niet weer uit de cirkel treedt door non-betaling. Een benadering en behandeling als echte klant zorgt ook bij non-betaling voor het in stand houden van de huidige klantrelatie of totstandkoming van een herstelde klantrelatie.

U begrijpt het al. Hoeveel tijd, geld en energie zou het bedrijven besparen om óf nooit met deze klant in zee te zijn gegaan óf in eerste instantie geen afstand te hebben gedaan van de klantrelatie. Want zelfs in een incassotraject kunnen professionele creditmanagement organisaties nog prima oplossingen verzorgen om én de klantrelatie te behouden én de achterstallige betalingen veilig te stellen.

Voor de toekomst voorzie ik dat ondernemingen meer zullen gaan sturen op klantwaarde. Hoeveel klanten weten we binnen te halen en binnen te houden. Incassobureaus en deurwaarders zullen ook hierop beoordeeld gaan worden. Hoeveel weet men te innen en hoeveel debiteuren weet men als klant te behouden. Zelden of nooit is dit nu het geval. Er wordt veelal gemeten op de inningresultaten en de snelheid van invorderen. Hierop zouden prima prestatie afspraken gemaakt kunnen worden met een creditmanagement organisatie.



Hoeveel weet men te innen en te behouden zonder te grote nieuwe betalingsrisico's te laten ontstaan. Het is zelfs mogelijk om deze nieuwe risico's onder te brengen bij de creditmanagement organisatie voor een bepaalde termijn. U behoudt een klant, heeft u openstaande gelden geïnd, en uw toekomstige risico afgedekt voor een overeengekomen periode.

Wat zou het prachtig zijn om dan te horen: "we hebben uw openstaande saldo geïnd, en de klant geeft aan dat hij graag uw producten wil blijven afnemen. De contracten hiervoor zijn door ons reeds voor u verzorgd onder de door ons overeengekomen voorwaarden. U behoudt een tevreden klant."



Maickel Oolbekkink
Directeur van RiskSolutions



Eveliëne de Jager
Redacteur van De Credit Manager
en Algemeen Directeur van More Credible B.V.