

WCM New President (Nico)

“De commerciële kant van de credit manager wordt steeds belangrijker”

Het is misschien wel de grootste plaag van elke ondernemer: klanten die te laat of helemaal niet betalen. En vanwege de crisis lijkt de betalingsmoraal in Nederland te verslechteren. De rol van de credit manager als waakhond van de goede relatie met de klant wordt dan ook steeds belangrijker. Dat stelt Rien van Poelgeest, de voorzitter van de Vereniging voor Credit Management (VVCN).

TEKS EN FOTO NICO VAN DIJK

Als voorzitter van de VVCN, de landelijke Vereniging voor Credit Management, heeft Van Poelgeest als geen ander zicht op het werkveld van de credit managers. In de 19 jaar dat hij in het credit management zit, overigens nog steeds bij zijn eerste werkgever 3M Nederland BV, heeft hij het vak grondig zien veranderen. De tijd dat een credit manager de hele dag met z'n neus in de facturen, Excel-sheets en boekhoudprogramma's zat, is echt voorbij. “De credit manager is veel meer iemand die in contact staat met de klanten én de medewerkers in z'n eigen organisatie om te zorgen dat het order-to-cash proces gestroomlijnd verloopt”, aldus Van Poelgeest.

soms wel negentig dagen, constateert de VVCN-preses. “Zij stellen gewoon ‘het is negentig dagen en anders doen we geen zaken.’ Ik vind dat een slechte ontwikkeling. Gelukkig zijn er niet heel veel bedrijven die dat doen, maar het zijn vooral grotere bedrijven van wie je het minder snel zou verwachten dan van de kleintjes. Je ziet dat de grote bedrijven deuren en ramen sluiten, waardoor anderen in de problemen komen.” Vanuit het oogpunt van maatschappelijk verantwoord ondernemen wil Van Poelgeest die



bedrijven ervan doordringen dat het ook anders kan. “We moeten als vereniging uitdragen dat iedereen er toe doet, want je hebt elkaar toch nodig.” Van Poelgeest wil niet zover gaan om een verplichte maximale betalingstermijn in te voeren, zoals de Europese Unie aanvankelijk wilde. “Maar we moeten er wel voor waken dat die termijn niet te lang wordt. Hoe langer het duurt voordat er betaald wordt, hoe groter het risico dat er wat fout kan gaan. Juist grotere bedrijven kunnen makkelijker op tijd betalen dan kleinere bedrijven en juist zij zouden dan ook het goede voorbeeld

“Hogere sales door beter credit management”

moeten geven.” Bij overheden, die er vorig jaar gemiddeld vijftig dagen over deden om een factuur te betalen, speelt weer een andere problematiek, weet van Poelgeest. “Je moet er tijd en moeite in steken om uit te zoeken wie je moet hebben. En er zijn vaak wat meer parafen nodig dan bij een bedrijf. Je moet even doorbijten, maar dan betalen gemeenten meestal vrij vlot.”



SALES VERBETEREN

Het oprekken van de betalingstermijn is duidelijk iets van de laatste jaren, stelt Van Poelgeest. “Het is gerelateerd aan de crisis. Het ligt aan ons, credit managers, of dat ook zo blijft.” Maar ook zonder crisis is credit management belangrijk, benadrukt Van Poelgeest. “Het is altijd belangrijk aandacht te besteden aan je credit management. Veel bedrijven zien zichzelf als sales- en marketingorganisatie. Dat is ook niet zo gek. Maar met credit management kun je ook je sales verbeteren, bijvoorbeeld doordat je minder afschrijvingen hebt op oninbare vorderingen. Je zou zelfs zo ver kunnen gaan om al in het voortraject, bijvoorbeeld als de afdeling sales- en marketing een nieuwe markt willen aanboren, standaard de kredietwaardigheid van potentiële klanten te onderzoeken. Ik kan ze als credit manager adviseren welke afspraken ze met welke klanten moeten maken.” De VVCN-preses ziet dan ook dat credit management de laatste jaren verschuift van het eind van de verkoopketen naar een positie vooraan in het traject. “Als je aan de voorkant hebt gezorgd dat de kredietwaardigheid in orde is en dat je goede afspraken hebt gemaakt over de betaling, voorkom je een hoop problemen. Als je het zo doet, kom je er met acht van de tien klanten zonder problemen uit. En dus heb je dan de tijd om te zorgen dat je er niet die andere twee ook goed uitkomt.” Het bewustzijn dat credit management in een veel eerder stadium van de klantrelatie moet worden ingezet, is inmiddels wel doorgedrongen bij organisaties als VNO-NCW en MKB-Nederland. Maar vooral bij

minder grote bedrijven, die hun klanten allemaal persoonlijk kennen, ligt credit management vaak moeilijker. “Bij die bedrijven leeft het idee dat je je klanten niet om geld gaat vragen. Maar kom op joh, je hebt toch een afspraak?”

NAAR BUITEN TREDEN

Helaas moet Van Poelgeest constateren dat credit management nog lang niet bij alle bedrijven in de haartaten zit. “Naar mijn idee praten we als credit managers nog teveel met elkaar over ons vak en hebben we elkaar wel overtuigd van het belang van onze activiteiten. Nu moeten we naar buiten toe treden, naar de financieel directieuren en de sales-directeuren. En die gesprekken moeten we ook in andere organisaties voeren. We hebben als VVCN ongeveer negenhonderd leden. Maar er zijn veel meer bedrijven die een credit management afdeling hebben.” De eind mei gekozen VVCN-voorzitter wil dan ook met de leden brainstormen hoe de credit managers die nog geen lid zijn, bereikt kunnen worden.

VERANDERENDE ROL

Dat de rol van de creditmanager verandert, blijkt ook uit de in juni gepresenteerde Credit Management Trendmeter van softwareleverancier OnGuard. Daaruit blijkt dat bijna de helft van de ondervraagde creditmanagers het afgelopen half jaar meer bevoegdheden heeft gekregen. Creditmanagers beslissen vaker (34%) dan de directie (27%) over klantacceptatie. Wel beslist de directie weer vaker over het staken van een klantrelatie. Bij bedrijven

die internationaal opereren, hebben creditmanagers een meer beslissende rol dan bij puur Nederlandse bedrijven. Van Poelgeest ziet de rol van credit manager in de toekomst aan gewicht toenemen. “De cash-positie van bedrijven wordt steeds belangrijker. Via goed credit management kun je je eigen positie verbeteren qua liquiditeit en solvabiliteit.” Wat Van Poelgeest betreft wordt credit management daarom zeker bij grotere bedrijven op een hoger niveau in de organisatie gelegd, het liefst in de raad van bestuur, naast de chief financial officer. “Veel bedrijven zien credit management toch als een vreemde eend in de bijt. Maar credit managers zijn bij wijze van spreken eerder commercieel bezig dan financieel. Zij houden zowel de relatie met de klant in de gaten als de financiële resultaten. Die commerciële kant is misschien nog wel belangrijker dan de financiële kant. Nog niet alle credit managers hebben die omslag gemaakt, maar dat gaat absoluut veranderen!”

Wat is de VVCN?

De Vereniging voor Credit Management (VVCN) telt ruim 800 leden onder wie creditmanagers, gerechtsdeurwaarders en medewerkers van incassobureaus en handelsinformatiebureaus. De VVCN wil het vak ontwikkelen en verzorgt onder meer twee opleidingen. De eerste is de post-HBO opleiding tot Certified Credit Manager (CCM), de tweede is een MBO-opleiding tot Certified Credit Practitioner (CCP).

Praktijktips credit management

Hoe hou je de relatie met de klant goed en krijg je toch je geld? Van Poelgeest geeft een aantal tips.

- Het allerbelangrijkste blijft om aan het begin van de relatie met de klant goede afspraken te maken en ervoor te zorgen dat je ze nakomt. Je moet die afspraken ook intern duidelijk maken, zodat de vertegenwoordiger hetzelfde verhaal vertelt als de credit manager. Alle neuzen moeten dezelfde kant op wijzen. Een klant die regelmatig op tijd betaalt, kan een uitzondering krijgen. Maar niet elke order kan een uitzondering zijn.
- Leer je klant goed kennen. Je hebt er die wel kunnen betalen, maar niet willen. Die moet je hard aanpakken. Dan heb je ook nog klanten die niet betalen, omdat je ze in het verleden slecht behandeld hebt. Ga daar met een taart langs en praat het uit.
- Tenslotte heb je ook nog klanten die wel willen betalen, maar het niet kunnen. Die moet je helpen, met bijvoorbeeld een betalingsregeling of een training hoe zij hun klanten sneller hun geld kunnen krijgen. Als je iemand helpt die een probleem heeft, kun jij de eerste zijn die hij betaalt als hij zijn probleem heeft opgelost.

Vooraf weten of uw klant wel of niet betaalt?

In deze economische tijden kunt u zich geen financiële risico's veroorloven. U wilt zeker weten tot welk bedrag u kunt leveren op rekening.

Verantwoord zaken doen voor slechts € 99 per jaar

Het Graydon Basis Pakket geeft u online toegang tot 1,8 miljoen Nederlandse en 80 miljoen internationale bedrijven.

Uw voordelen:

- ✓ Eenvoudig de financiële situatie van al uw zakenrelaties bewaken
- ✓ Online incasso's indienen en volgen
- ✓ Introductie aanbod: twee kredietinformatie rapporten cadeau

Meer informatie? Ga naar www.graydon.nl

GRAYDON



INCASSO VORDERING
specialist in credit management

OPENSTAANDE FACTUREN?

Probeer IncassoVordering.nl vrijblijvend:

- No Cure No Pay
- Daadkrachtig en snel
- Persoonlijk: geen incassofabriek
- Wel incassojuristen
- Specialist in credit management

Prinsjesdag actie

Training *Juridische Aspecten* voor debiteurenbeheerders van € 750,- voor € 299,-*

* actie geldig t/m dinsdag 21 september 2010

Ga voor meer informatie naar:
www.IncassoVordering.nl of bel 035 - 772 3443

DNBi

D&B heeft een nieuwe tool ontwikkeld, waarmee gebruikers toegang krijgen tot de wereldwijde databank van de organisatie. Daarmee is informatie te vergaren over meer dan 160 miljoen bedrijven in meer dan 200 landen. DNBi heet de nieuwe tool.

D&B brengt nieuw platform met toegang tot wereldwijde database

Via DNBi kunnen onderbouwde, efficiënte en doordachte beslissingen worden genomen in het hart van de organisatie. Met één druk op de knop krijgt de gebruiker inzicht in alle accounts, zodat risico's op elke gebied eenvoudig zijn te herkennen, kwantificeren en beheersen.

Maatwerk

Gebruikers van DNBi beslissen zelf hoe ze de informatie gepresenteerd krijgen: moet de kredietlimiet en risicoscores onder, boven of misschien helemaal niet getoond worden? Klanten kunnen gerangschikt

worden naar faillissementsrisico's of toch liever op betaalgedrag. Debiteuren zijn te verdelen over zelf te maken folders, bijvoorbeeld per regio, productgroep, sector of grootte van de klant. Bovendien is per folder vast te stellen welke wijziging gevolgd moet worden, bijvoorbeeld alleen een daling in rating of alleen een verbetering van het betaalgedrag met minimaal 10 dagen.

Samenwerken

Toegankelijkheid is een belangrijke kwaliteit van DNBi: de debiteuren zijn toegankelijk voor alle

medewerkers. Er gaat derhalve geen contactmoment verloren, want notities en bedrijfsinformatie worden handig opgeslagen in een online kredietdossier dat iedereen kan inzien.

Eigen beheer

Het beheer van de applicatie ligt in handen van de afnemers. Binnen DNBi wordt zelf bepaald wie precies binnen het bedrijf de gebruikers zijn en welke gebruikersrechten ze hebben. Tot slot, de oplossing kent een vaste prijs waarmee de afnemers toegang krijgen tot alle noodzakelijke informatie.

Voor meer informatie: 010-7109500, stuur een email naar marketingnl@dnbi.com of kijk op www.dnbi.nl