

Paper

Ken je klant (KYC): uitdagingen en oplossingen

Exorbitant hoge boetes, reputatieschade: de inzet van het **Know Your Customer**-proces is hoog. Wat zijn de voornaamste uitdagingen binnen het KYC-proces? Hoe gaat het precies in zijn werk? En wat is de rol van externe data? **In deze paper leggen we alles uit over de uitdagingen van en oplossingen voor KYC.**

KYC: onderdeel van Customer Due Diligence

Ken jij je zakenrelaties? En hebben ze wat op hun kerfstok? Die vragen staan centraal bij Know Your Customer (KYC). Dat is het proces waarin je de identiteit van je zakenrelaties verifieert en onderzoekt welke risico's er aan een

toekomstige zakelijke relatie kleven. KYC is onderdeel van Customer Due Diligence (CDD). Waar KYC toeziet op het kennen van zakenrelaties, gaat het bij CDD om doorlopende controles gedurende de klantrelatie.



KYC moet je organisatie beschermen, niet verstoren

Het belang van een goed geolied en kwalitatief hoogwaardig KYC-proces valt bijna niet te overschatten – en reikt verder dan slechts de backoffice. Sterker nog, het is essentieel om je bedrijfsgroei te stimuleren in plaats van te belemmeren en tegelijkertijd je risicomanagement op orde te hebben.

KYC moet je organisatie beschermen tegen boetes en reputatieschade, maar het mag bedrijfsprocessen zoals de onboarding van nieuwe klanten niet verstoren. Een efficiënt en effectief KYC-proces op basis van hoogkwalitatieve, real-time data zorgt voor het snel en soepel aan boord halen van klanten. Zonder nodeloze verzoeken om informatie, zonder verkeerde aannames en met automatisering van processen.

Met als resultaat dat jouw compliance-team uitblinkt in de grote KYC-balanceeract: klanten verifiëren met de speed of business en tegelijkertijd risico's elimineren én omzetgroei stimuleren.



Het complexe mijnenveld van het KYC-team

Als KYC-team is het alsof je rugby speelt op een mijnenveld. Constant moet je slommen om uitdagingen te ontwijken. We noemen er een paar.

Toenemende regelgeving

(Inter)nationale wetgevers stellen, begrijpelijkerwijs, meer en meer regels op voor het KYC-proces. Er wordt een steeds grotere berg aan verantwoordelijkheden gelegd bij jou als dienstverlener. En breid jij uit naar een ander land? Dan komt er mogelijk nóg een set buitenlandse regels op je bordje te liggen.

Verbergkunsten van witteboordencriminelen en terroristen

Criminelen en terroristen zijn helaas bijzonder goed in het verbergen van hun illegale activiteiten. Bijvoorbeeld door gebruik te maken van lege vennootschappen of complexe internationale bedrijfsstructuren.

Bedrijven veranderen aan de lopende band

Alleen al in de VS openen ieder uur 159 bedrijven hun deuren en wisselen er 182 ondernemingen van eigenaar.

Oftewel: bedrijven veranderen continu. Wat als je beschikt over klantgegevens van gisteren, maar dit bedrijf morgen een nieuwe eigenaar krijgt die op een sanctielijst staat? Hoe grondig je KYC-check ook is, tegen de factor tijd is het niet bestand.

Ondertussen tikt de tijd en lopen de kosten op...

Relaties en prospects controleren op mogelijke risico's, UBO's achterhalen, fraude- en Politically Exposed Persons (PEP)-lijsten checken, false positive-bepaling: ook zonder bovenstaande uitdagingen is KYC een bijzonder tijdrovend – en dus duur – proces. En dan moet je ook nog eens alle stappen op een eenduidige manier archiveren en rapporteren om aan te kunnen tonen dat je volgens de wet hebt gehandeld. En die salescollega's? Die staan de hele tijd ongedurig te trappelen om verder te kunnen met een nieuwe potentiële zakenrelatie.

De vier stappen in het KYC-proces

Het KYC-proces is grofweg onder te verdelen in de volgende vier stappen.



1. Leer je klant kennen

Allereerst verifieer je wie je klant is, onder meer door de volgende vragen te stellen. Wat is zijn officiële naam en adres? Wat is zijn bedrijfsactiviteit en klopt dat binnen het totaalplaatje? Is je klant onderdeel van een grotere bedrijfsstructuur en wat zijn de andere bedrijven in deze boom? Wie zijn de uiteindelijk belanghebbenden (UBO's) en belangrijkste bestuurders? Hebben zij daarnaast functies in andere bedrijven?



2. Screen de klant op mogelijke risico's

Mooi, je kent nu (oppervlakkig) je klant. Tijd om hem te screenen op relevante risico's. Dat doe je door het bedrijf, handelsnamen, bestuurders en uiteindelijk belanghebbenden langs PEP-lijsten, sanctielijsten en negatieve nieuwsberichten te leggen. Daar komen possible hits uit, oftewel mogelijke cases van bijvoorbeeld fraude of corruptie.

Hierop volgt het false positive-proces. False positives worden in het screeningsproces aangemerkt als rode vlag, maar hoeven dit uiteindelijk niet te zijn. De directeur van je mogelijk nieuwe klant Jan Jansen zou bijvoorbeeld op een PEP-lijst staan, terwijl het uiteindelijk om een naamgenoot blijkt te gaan. False positives moet je er dus uit zien te filteren. Zodat uiteindelijk alleen échte positives overblijven.



3. Pas je KYC-proces aan op basis van de risicobeoordeling

Hoe ver je gaat in je KYC onderzoek bepaal je aan de hand van je risicobeoordeling. Is er een verhoogd risico op witwassen, dan ga je een stuk verder in je due diligence. Je spreekt dan over een risico gebaseerde aanpak en je kijkt dan niet alleen naar de klant, maar ook naar de aard van de relatie, het product of de transactie. Zowel het beleid als de uitvoering moet goed vastgelegd worden, zodat jij je later altijd kunt verantwoorden over bepaalde beslissingen in het onboardingsproces.



Op basis van de gedefinieerde criteria kan je tot een stoplichtsysteem komen. Dit bevordert ook weer de mogelijkheid tot automatiseren. De resultaten van de screening kun je bijvoorbeeld indelen in drie categorieën:

- Geen probleem gevonden (groen licht)
- Significant probleem gevonden (rood licht)
- Grondigere beoordeling is nodig (oranje licht).

Bij groen licht kan de transactie worden voortgezet. Een rood licht-case wordt doorgaans door bedrijven geweigerd en, afhankelijk van het risico en de toepasselijke regelgeving, aan de bevoegde autoriteiten gemeld. Bij oranje licht moet er aanvullend onderzoek worden gedaan om tot groen licht of rood licht te komen.

4. Monitor je relaties voortdurend

Omdat bedrijven dus aan de lopende band veranderen, moet je doorlopend blijven screenen. Wijzigt het management of de bedrijfsnaam? Neemt je klant een ander bedrijf over dat risicovol is? Niet alleen bij je klant kunnen er wijzigingen optreden ten aanzien van de eerdere screening, maar ook in de sanctielijsten, PEP-lijsten en negatieve nieuwsberichten.



Bedrijven die onder due diligence-wetten vallen, moeten de zakelijke relatie blijven monitoren. Andere bedrijven laten monitoring vaak achterwege. Of ze controleren alleen periodiek de entiteiten met een verhoogd risico. Kijk je naar alle compliance-, financiële, strategische en reputatierisico's, dan is continue monitoring simpelweg bittere noodzaak.

De rol van externe data in het KYC-proces

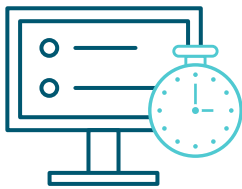
Zowel je zakelijke relaties als de lijsten en andere data waarop je screent veranderen non-stop. Het is ondoenlijk om gegevens hierover allemaal zelf te verzamelen. Dus is het raadzaam voor je KYC-proces om gebruik te maken van de diensten van een bedrijf dat een database bijhoudt van alle bedrijfsgegevens, relevante screeningsfactoren zoals PEP-lijsten en negatieve nieuwsberichten én

– vooral in het geval van B2C – consumenteninformatie.

Met het oog op de verandersnelheid van al deze informatie moet de externe data die je gebruikt 24/7 up-to-date zijn. Om het kaf van het koren te kunnen scheiden, dienen de gegevens bovendien compleet én geverifieerd te zijn.

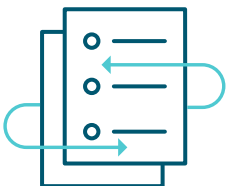
Geïntegreerde data

Externe data voor je KYC-proces kun je direct integreren in je CRM of ERP, zodat je altijd beschikt over actuele, complete en geverifieerde gegevens zoals bedrijfsgegevens, UBO, sanctie- en PEP-lijsten, concernstructuren, uiteindelijk belanghebbenden, nieuwsberichten en vonnissen. Dit heeft de volgende drie voordelen:



1. Geautomatiseerde onboarding

Met geïntegreerde compliance-data in je systemen kun je het onboarden automatiseren. Zo verkort je de onboard-tijd voor standaardgevallen van uren naar minuten, verbeter je de klantervaring door kortere wachttijden, bespaar je tijd (en dus kosten) én maak je middelen vrij om te focussen op de risicovolle of ingewikkelde accounts.



2. Continu updaten voor direct en adequaat ingrijpen

Met actuele externe data kun je profielen van klanten, leveranciers en derden constant updaten. Relevante wijzigingen kom je dan direct op het spoor. Zo wordt bijvoorbeeld de kans veel groter dat je direct en adequaat kunt ingrijpen wanneer een klant op een sanctielijst terechtkomt.



3. Extra data voor een proactieve compliance-benadering

Je interne data is een doorgaans statische en verouderde verzameling van losstaande datapunten, die daardoor per definitie tekortschiet om dreigingen van buitenaf te detecteren. Stroom er aanvullende gegevens je systemen binnen over bijvoorbeeld complexe concern-structuren of beneficial ownership, dan kun je dreigende risico's proactief te lijf gaan.

Data en oplossingen van Altares Dun & Bradstreet

De [Dun & Bradstreet Data Cloud](#), 's werelds grootste commerciële database, bevat een schat aan compliance-data. Denk aan informatie over meer dan 330 miljoen bedrijven wereldwijd, 100 miljoen beneficial owners (waarbij ownership tot 0,1% beschikbaar is), 1,5 miljoen PEP's, 700 zwarte lijsten, globale sanctielijsten, watchlists zoals de Interpol Terrorism Watch List, opsporingslijsten, betalings- en handelsgegevens, vonnissen,

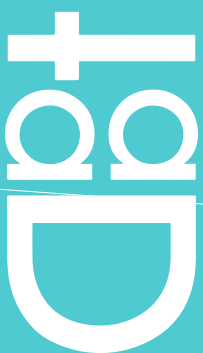
mediaberichten, directieleden en [D-U-N-S-nummers](#).

De database wordt gevoed vanuit 30.000 bronnen en dagelijks 5 miljoen keer geüpdatet. Het gepatenteerde DUNSRight™-proces met talloze automatische en handmatige controles zorgt ervoor dat de gegevens 24/7 actueel, volledig, betrouwbaar en consistent zijn.

IndueD: waterdicht en efficiënt compliance-proces

[IndueD](#) is het due diligence-platform van Altares Dun & Bradstreet dat gevoed wordt door de Dun & Bradstreet Data Cloud. Onderzoek en verifieer zakelijke relaties met één druk

op de knop, bulk-screen duizenden bedrijven tegelijkertijd, verrijk hun records met extra inzichten, bewaak je portfolio continu en houd digitale audit trails bij.



Meer weten?

Wil je meer weten over de Dun & Bradstreet Data Cloud of indueD?
Ga dan naar www.altares.nl of www.altares.be. Of bel met onze
customer service in Nederland (010-7109560) of België (02-4818300).