

Whitepaper

# Een onverstaanbaar klantacceptatieproces door gemixte data

---

**Als creditmanager is het belangrijk om betrokken te zijn bij het klantacceptatieproces. Het accepteren van nieuwe klanten brengt namelijk veel risico's met zich mee. Door te kiezen voor een strategie waarbij je de kredietwaardigheid van potentiële klanten preventief bepaalt en blijft monitoren, bouw je een kwalitatief goede klantenportefeuille op. In deze paper beschrijven we hoe je door het gebruiken van gemixte data het kredietrisico zo klein mogelijk houdt.**

Eerder bespraken we [in deze blog](#) het belang van een preventieve kredietwaardigheidsstrategie. Door je eigen bedrijfsdata met externe data te combineren, verzamel je genoeg waardevolle informatie over de kredietwaardigheid van een klant. Maar welke acties moet je nemen bij het in kaart brengen van risico's?

# Voorbeelden uit de praktijk

---

Stel, de salesafdeling heeft een nieuwe klant aangebracht en hij wordt direct geaccepteerd. Er lijkt geen vuiltje aan de lucht. De facturen worden namelijk netjes op tijd betaald. De situatie lijkt ideaal, maar dan blijkt deze klant aan andere partijen al jaren slecht te betalen. Uiteindelijk staan er zoveel vorderingen open, dat hij ineens geconfronteerd wordt met een faillissement. Dit zorgt er uiteindelijk voor dat de klant ook **jouw bedrijf niet meer kan betalen.**

Door gebruik te maken van **gemixte data** had deze situatie voorkomen kunnen worden. Voordat de klant geaccepteerd werd, had de creditmanager van dit bedrijf al op de hoogte moeten zijn van het verhoogde risico. De Altares D&B-data cloud zorgt ervoor dat jij als eerste op de hoogte bent van zulke signalen. In bovenstaand geval had de creditmanager een melding gekregen en op tijd kunnen anticiperen. Daarnaast had hij ook aanvullende voorwaarden kunnen stellen aan de klant, zoals een vooruitbetaling.

# 7 onmisbare stappen

In het onderstaande lijstje hebben we 7 stappen geformuleerd die onmisbaar zijn in het klantacceptatie- en monitoringsproces. Dit kun jij doen om het kredietrisico zo klein mogelijk te houden, het KYC-proces te verbeteren en bovendien ook de omzet van je bedrijf op een duurzame manier te laten groeien:



## 1. Valideer potentiële of nieuwe klanten voordat je ze accepteert.

Wie is de klant? Welke activiteiten voert jouw (potentiële) klant uit? Behoren zij eventueel tot een grotere bedrijfsstructuur? Zo ja, hoe gezond zijn de andere bedrijven binnen de groep? En hoe ziet het betaalverleden van de klant eruit? Dit zijn allemaal vragen waarop je antwoord moet kunnen geven, voordat je een (nieuwe) klant accepteert en goederen of diensten gaat leveren. Zo houd je het kredietrisico voor je bedrijf zo klein mogelijk.



## 2. Voer een goede kredietcheck uit voordat je een offerte opstelt.

Heb je de eventuele risico's van een potentiële of nieuwe klant in kaart gebracht? Dan kun je vervolgens bepalen of er aanvullende leveringsvoorwaarden gesteld moeten worden om het kredietrisico te beperken. Heeft de klant een verhoogd risico? Dan kun je in de offertefase aanvullende voorwaarden stellen, bijvoorbeeld een aanbetaling. Maak afspraken met de klant over marges, betaaltermijnen en kredietlimieten. Is de klant akkoord? Dan kun je de klant accepteren en een offerte opstellen.



---

### 3. Blijf de klant monitoren.

Inmiddels heb je de klant toegevoegd aan je portefeuille. Maar om ervoor te zorgen dat je goed kunt blijven inspelen op de mogelijk veranderende risico's van de klant, is het belangrijk dat je **de klant blijft monitoren**. De Altares D&B-data cloud zorgt ervoor dat jij up-to-date blijft over het risicoprofiel van een klant. Zo sluit je ook in de toekomst eventuele risico's uit.



---

### 4. Speel in op het risicoprofiel van de klant.

Omdat je dankzij de Altares D&B-data cloud op de hoogte bent van de risico's van je klanten, kun je ze segmenteren in hoge en lage risicoprofielen. Op deze manier kun je **beter inspelen op het profiel** van je klant en uiteindelijk zelfs de klantrelatie verbeteren. Zo kan je bijvoorbeeld met klanten die van een hoog naar een laag risicoprofiel verschuiven, meer zaken doen om zo je omzet in dit klantsegment te verhogen. Klanten die een verhoogd risicoprofiel hebben, wil je natuurlijk nog steeds als klant behouden, maar wellicht wel met aangepaste leverings- of betaalvoorwaarden.



---

### 5. Richt je aanmaanstrategie in voor beide risicoprofielen.

Op basis van de **2 verschillende profielen** kun je dus ook aanmaanstrategieën inrichten. Betaalt een klant in een laag risicoprofiel een keer niet of te laat? Dan stuur je hier uiteraard niet meteen een deurwaarder op af, terwijl een klant in een hoog risicoprofiel een hele andere aanpak vereist..

---



---

## 6. Blijft de betaling uit? Blokkeer de levering.

Komt de klant na een waarschuwing zijn verplichtingen nog steeds niet na? Dan kun je de levering blokkeren. Als de klant de goederen of diensten toch geleverd wilt hebben, kun je bijvoorbeeld eisen dat de schuld eerst ingelost moet worden en er voor eventuele nieuwe bestellingen **aanvullende eisen gelden.**

---



## 7. Mocht dat niet baten? Schakel dan een deurwaarder of incassobureau in.

Het incassobureau is de allerlaatste stap. Op deze manier hoef je zelf geen actie meer te ondernemen. De behandeling van de schuld wordt overgenomen, zodat jij je op andere zaken kunt focussen. Het incassobureau (of de deurwaarder) gebruikt ook onze data, dus mocht een klant bijvoorbeeld miljoenen euro's aan eigen vermogen bezitten, kan dit ook een bron zijn voor de aflossing.

---

Het gebruik van gemixte data is dus heel belangrijk om risico's te verminderen en uiteindelijk zelfs de omzet op een duurzamere manier te verhogen. De Altares D&B-data cloud bestaat uit vele bronnen, hierdoor hebben we een goed inzicht en blijf jij altijd op de hoogte van de laatste signalen.

**Ben je geïnteresseerd in het gebruiken van een externe database voor je bedrijf? [Lees hier](#) meer over onze mogelijkheden voor jouw organisatie.**