



Meer dan incasseren

Waarom de toekomst van credit management Corporate Financial Responsibility heet

Lees het rapport →

Inhoud

3 Tijd voor een nieuwe standaard



4 Hoe kijken organisaties naar hun credit managementbeleid?



6 Waarom moeten organisaties kiezen voor een sociaal credit managementbeleid?



8 Welke stappen zetten organisaties richting CFR?



10 De dilemma's van de creditmanager: winst vs. waarden



11 Sociaal credit management vereist verantwoordelijkheid



12 Over het onderzoek | Over Onguard



Tijd voor een nieuwe standaard

“In een tijd van economische onzekerheid en de maatschappelijke roep om sociale verantwoordelijkheid, kunnen organisaties zich niet langer beperken tot financiële doelstellingen alleen. Vroeger draaide credit management om één ding: zorgen dat je je betaald kreeg. Tegenwoordig gaat het om veel meer. Jouw beleid kan zomaar het verschil maken tussen overleven en omvallen voor je klanten of leveranciers. Organisaties die zich hiervan bewust zijn, bouwen aan wederzijds vertrouwen, aan stabiliteit in hun keten en aan duurzame groei – voor zichzelf én voor hun omgeving.

Daarom is het juist nu tijd voor een fundamenteel andere benadering van het credit managementbeleid. Niet langer enkel de focus op het behalen van de financiële doelen, maar ook een brede blik naar de organisaties om je heen. Organisaties die vandaag kiezen voor Corporate Financial Responsibility (CFR) nemen daarin het voortouw. Zij erkennen dat financiële processen niet losstaan van ethiek, transparantie en maatschappelijke verantwoordelijkheid. CFR betekent dat je als organisatie bewust kiest voor: ethisch gedrag, sociale verantwoordelijkheid én duurzaamheid. Verankerd in elke fase van je financiële beleid, van strategie tot uitvoering.

In dit visiepaper laten we zien hoe CFR eruitziet in de praktijk. Hoe kijken organisaties vandaag de dag naar hun credit managementbeleid? Welke stappen zetten zij al richting een meer sociaal beleid en welke dilemma's komen ze hierin tegen? Om antwoord op die vragen te krijgen, onderzochten wij hoe het credit managementbeleid er in de praktijk uitziet. We vroegen het aan ruim driehonderd finance professionals.”



Adriaan Kom

Managing Director bij Onguard

Hoe kijken organisaties naar hun credit managementbeleid?

Om stappen te kunnen zetten richting een sociaal credit managementbeleid, moet je eerst weten waar je als organisatie staat. En wat blijkt? Veel organisaties hebben nog maar weinig inzicht in hun huidige beleid: iets meer dan de helft (**56%**) evalueert de effectiviteit van het beleid regelmatig.

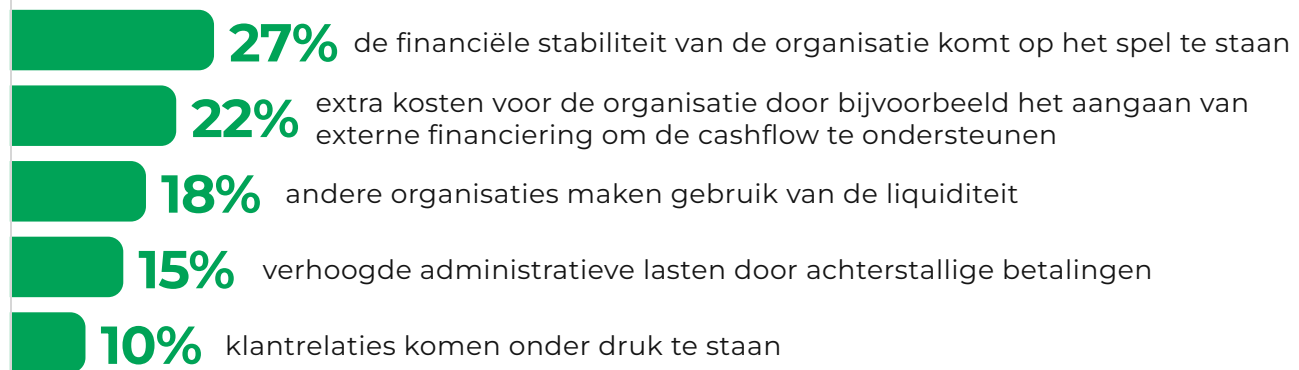
De organisaties die wel hun beleid onder de loep nemen, merken op dat er nog genoeg werk aan de winkel is. Bijna de helft (**49%**) beoordeelt hun beleid als 'gemiddeld'. Dat betekent dat bepaalde onderdelen, zoals facturatie en debiteurenbewaking vaak goed zijn ingericht, maar dat er nog winst te behalen is op gebieden zoals risicobeoordeling, proactieve communicatie bij betalingsachterstanden en het trainen van medewerkers op klantgericht incasseren.

“Organisaties onderkennen de waarde van credit management: **53 procent** ziet het als een belangrijke factor voor de financiële gezondheid van hun organisatie. **24 procent** beschouwt het zelfs als de belangrijkste invloed.”



Risico's van zwakke financiële processen

Het evalueren van je beleid is belangrijk, want als blijkt dat je een zwak beleid hanteert zijn er veel risico's. Dit beleid is inefficiënt en heeft onvoldoende processen om risico's en debiteuren te beheren. De gevolgen van een zwak credit managementbeleid zijn volgens finance professionals dan ook niet mals:



Adriaan:

“Een zwak beleid heeft grote gevolgen voor je eigen organisatie. Naast extra kosten en het feit dat je financieel minderstabiel bent, heeft het ook gevolgen voor organisaties om jou heen. Zo kunnen klantrelaties flink onder druk komen te staan. Daarom begint een eerste stap naar CFR met inzicht: je moet weten waar je staat als organisatie. Kijk daarbij niet alleen naar de puur financiële kant, zoals hoe snel je betaald krijgt. Maar neem ook de niet-financiële kant mee, zoals klanttevredenheid of de customer complaint rate. Op die manier kan je op een laagdrempelige manier stappen zetten richting een socialer credit managementbeleid.”

Waarom moeten organisaties kiezen voor een sociaal credit managementbeleid?

Duidelijk is: een traditioneel of zwak credit managementbeleid kan leiden tot financiële problemen: klanten betalen te laat, de liquiditeit komt onder druk te staan en de kosten lopen op. Alleen maar harder incasseren werkt vaak niet, zeker in tijden waarin veel klanten zelf worstelen. Hier komt CFR in beeld. CFR neemt risico's niet weg, maar helpt organisaties wel om menselijker en effectiever aan de slag te gaan met hun credit managementbeleid. Maar welke voordelen biedt een sociale aanpak jouw organisatie?

1. Je bouwt aan vertrouwen

Hoe je omgaat met betalingsproblemen van je klanten zegt alles over je waarden als organisatie. Een eerlijke, transparante aanpak maakt je tot een betrouwbare partner. Je stelt heldere voorwaarden, communiceert open en zoekt oplossingen als een klant tijdelijk niet kan betalen. Daarmee laat je zien dat je niet alleen om geld, maar ook om de relatie geeft. En dat vertrouwen betaalt zich op de lange termijn altijd terug.

2. Je wordt effectiever

Vertrouwen en effectiviteit gaan hand in hand. Juist omdat je klant zich gehoord voelt, staat hij vaker open voor oplossingen. Door écht te luisteren, kun je je aanpak aanpassen op wat wel werkt: sneller schakelen, passende betalingsregelingen treffen en tijdig ingrijpen zonder de relatie te schaden. Zo voorkom je onnodige kosten én behoud je waardevolle klanten. Sociaal is dus niet soft, het is strategisch.

3. Je beperkt risico's

Door te kiezen voor een sociaal credit managementbeleid beheer je risico's op meerdere niveaus. Je beschermt niet alleen je eigen kaspositie, maar voorkomt ook juridische geschillen en maatschappelijke weerstand.

4. Je draagt bij aan een gezond ecosysteem

Elke betalingsafspraken die je maakt, heeft ook impact buiten je eigen organisatie. Sociaal credit management houdt de hele keten financieel gezond. Als jij verantwoordelijkheid neemt, inspireer je anderen om dat ook te doen. Zo ontstaat er een keten van organisaties die niet alleen aan zichzelf denken, maar ook aan elkaar.

5. Je maakt het verschil op de lange termijn

Organisaties met visie kiezen voor duurzaam succes. Een sociaal beleid laat zien waar je voor staat – en trekt klanten, partners én talent aan. Het is een signaal dat je verder kijkt dan winst op korte termijn. Dat je bereid bent om keuzes te maken die duurzaam waarde creëren.

“Vertrouwen, veerkracht en verantwoordelijkheid. Sociaal credit management versterkt niet alleen jou, maar de hele keten”

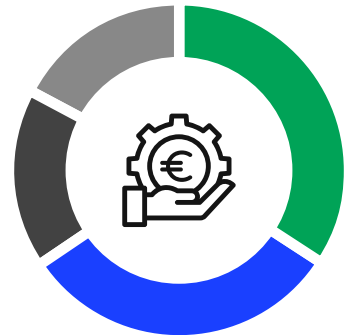
Welke stappen zetten organisaties richting CFR?

De voordelen zijn helder. Toch is de praktijk weerbarstig. Want hoe ver zijn Nederlandse organisaties daadwerkelijk met het zetten van stappen richting sociaal credit management?

Organisaties zijn nog niet massaal bezig om hun credit managementbeleid te verbeteren: slechts **37 procent** is hiermee bezig. En als ze dan bezig zijn met verbeteren is dit vooral gericht op hun eigen financiële status, zoals sneller betaald krijgen.

Deze veranderingen hebben organisaties in hun credit managementbeleid doorgevoerd:

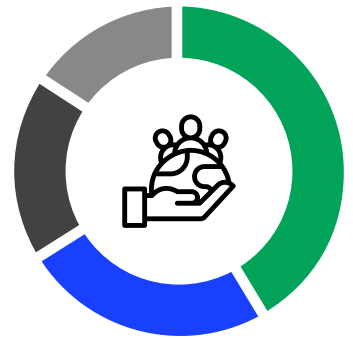
- **32%** maakt gebruik van software
- **29%** hanteert een andere betalingstermijn
- **16%** volgt onbetaalde rekeningen sneller op
- **16%** neemt de financiële gezondheid van organisatie mee in de overweging om hen als klant bij hun organisatie aan te sluiten



Gelukkig zijn er ook bedrijven die het verbeteren van hun credit managementbeleid aangrijpen om richting een meer sociaal beleid te bewegen. Hiervoor focussen ze bijvoorbeeld op het verbeteren van de klantrelatie. **66 procent** van de finance professionals geeft aan dat hun beleid bewust is afgestemd op het bevorderen van langdurige relaties met klanten en leveranciers. Daarnaast bespreekt **59 procent** actief hoe het beleid klanten zo goed mogelijk kan ondersteunen. Tot slot gebruikt **48 procent** een andere procedure bij organisaties waar ze langere tijd (meerdere jaren) mee samenwerken.

Dit zetten organisaties in om de sociale impact van het credit managementbeleid vorm te geven:

- **32%:** flexibel zijn in het maken van betalingsafspraken met hun klanten
- **19%:** hanteren een ander beleid bij verschillende klanten
- **14%:** vragen terugkoppeling op het beleid aan klanten
- **12%:** trainen medewerkers op sociaal credit managementbeleid



“De eerste stap naar sociaal credit management is vaak kleiner dan je denkt. Maar de impact is groot.”



De dilemma's van de creditmanager: winst vs. waarden

Maar zelfs organisaties die in beweging komen, lopen al snel tegen spanningsvelden aan. Want hoe combineer je sociale verantwoordelijkheid met harde financiële belangen? Creditmanagers komen voor lastige keuzes te staan: kies ik voor de harde financiële realiteit van vandaag of voor de lange termijnrelatie van morgen? Organisaties gaan deze vragen niet langer uit de weg.

Maar liefst **76 procent** van de finance professionals voelt zich verantwoordelijk voor de impact van hun credit managementbeleid op andere organisaties. Tegelijkertijd zegt **48 procent** dat de eigen financiële gezondheid voorrang krijgt, ook als dat ten koste gaat van de klant. **61 procent** van de finance professionals vindt financiële belangen en ethische verantwoordelijkheid even belangrijk. **63 procent** geeft aan dat ethiek een aanzienlijke rol speelt in het credit managementbeleid.



Adriaan:

“Met de keuze voor een sociaal credit managementbeleid komen ook dilemma's: hoe blijf je trouw aan maatschappelijke verantwoordelijkheid, zonder je eigen risico's uit het oog te verliezen? De wens om die balans te vinden leeft breed, maar hoe geef je daar concreet invulling aan? Deze vragen bieden aanleiding om met elkaar in gesprek te gaan. Credit management vraagt om strakke processen, objectieve risicobeoordeling en naleving van afspraken. Maar er zijn altijd uitzonderingen. Wat doe je als een klant tijdelijk in zwaar weer zit, maar in de kern gezond is? Mag je dan afwijken van de standaard? Geef je ruimte voor maatwerk of hou je strak vast aan de afgesproken route? Deze spanningen laten zien hoe complex het speelveld is. Maar juist in dat spanningsveld ligt ook de sleutel tot toekomstgericht handelen: organisaties die leren omgaan met deze dilemma's en daar bewust keuzes in maken, bouwen aan veerkracht, vertrouwen en resultaat.

“De echte kracht van credit management zit in de kunst van het balanceren tussen empathie en efficiëntie.”

Sociaal credit management vereist verantwoordelijkheid

Credit management is niet langer alleen een kwestie van strak innen en risico's beperken. De cijfers en inzichten in dit visiepaper laten één ding duidelijk zien: organisaties staan op een kruispunt. Tussen efficiëntie en empathie en tussen liquiditeit en loyaliteit.

Sociaal credit management begint bij verantwoordelijkheid nemen, voor je keuzes, voor je klantrelaties en voor de impact die je beleid heeft op de stakeholders om je heen. Dat vraagt om een proactieve cultuur. Een beleid dat niet vastligt in regels, maar meebeweegt met de wereld om je heen. Waarin je openstaat voor verandering en bewust stilstaat bij de gevolgen van je financiële keuzes. Je past je aanpak aan als de situatie daarom vraagt. De praktijk wijst uit dat sociaal credit management geen zwaktebod is, maar juist een strategische kracht.

Wil je morgen een eerste stap zetten? Begin dan met het in kaart brengen van je standaard werkwijze. Vraag je af: waarin zijn we strikt en waar bieden we ruimte? Zo ontstaat het gesprek dat nodig is om samen bewuster, mensgerichter en toekomstgerichter te handelen.

“Wie verantwoordelijkheid durft te nemen, bouwt aan meer dan financiële stabiliteit. Je bouwt aan echte waarden.”

Over het onderzoek

Het onderzoek is in opdracht van Onguard uitgevoerd door marktonderzoeksbureau Markteffect. Aan dit onderzoek namen 101 CFO's en 218 finance professionals mee.

Over Onguard

Onguard versnelt betalingen en verbetert cashflow voor organisaties door slim credit management. Met onze oplossingen krijg je inzicht in betalingsgedrag, minimaliseer je financiële risico's en verbeter je communicatie over onbetaalde facturen. Het resultaat? Snellere betalingen, minder afschrijvingen en lager klantverloop. Met jarenlange ervaring faciliteren we geoptimaliseerd werkkapitaal en bieden waardevolle tijd met jouw klanten door het afhandelen van dagelijkse activiteiten.

Onguard is een Visma-bedrijf met meer dan 30 jaar ervaring in het faciliteren van geoptimaliseerd werkkapitaal door middel van slim credit management. Bottom line, wij bieden waardevolle tijd met jouw klanten door het afhandelen van de dagelijkse activiteiten.

Meer weten?

Heb je vragen over onze oplossing of over hoe je het credit management proces binnen jouw organisatie zo optimaal mogelijk kunt inrichten? Neem dan contact met ons op, we helpen je graag.

Bel ons:

+31 (0) 88 256 66 66

+44 (0) 20 396 683 24

E-mail ons:

contact@onguard.com

Stuur ons een e-mail →