

EEN INCASSOTRAJECT HOEFT NIET ALTIJD HET EINDE VAN DE RELATIE TE BETEKENEN

Klanten incasseren

Facturen van uw bv zijn er om betaald te worden. Desnoods met hulp van een incassobureau. Dankzij hen heeft u het geld binnen, maar het risico is dat u een klant bent kwijtgeraakt. De incassobranche staat in de regel namelijk niet bekend om zijn zachtaardige aanpak. Maar er zijn ook initiatieven waarbij incassobureaus zich meer richten op hulp aan de schuldenaar. Zodat u die klant in de toekomst ook weer een factuur kunt sturen.

Vrijwel elke ondernemer krijgt er een keer mee te maken: een klant die zijn factuur niet betaalt. Dat is voor u een vervelende situatie en roept dan ook vaak irritatie, stress en frustratie op, waarbij de gemoederen soms hoog op kunnen lopen. Zodra bij u het kookpunt bereikt is, zoekt u naar het eerste de beste incassobureau of deurwaarderskantoor en schakelt hen in. Daarbij kunt u best eens van een koude kermis thuiskomen. Misschien is het geld wel geïncasseerd, maar zijn de kosten torenhoog. Uw klant is failliet gegaan en u draait op voor die hoge kosten. En ondertussen bent u de klant kwijtgeraakt én diens netwerk van mogelijke andere klanten. Allemaal mogelijke gevolgen van een enigszins irrationeel besluit.

Onmacht

In de meeste gevallen zal uw klant niet onwillig zijn, maar is onmacht de reden waarom uw factuur nog niet betaald is. Onverwachte grote uitgaves, een aanslag van de Belastingdienst, tegenvallende resultaten, brand, ziekte, overlijden van naasten, klanten die niet betalen... Er kunnen legio oorzaken zijn waardoor uw klant zich niet kan houden aan zijn betaalverplichting. Natuurlijk ziet u het

liefst een snelle betaling, maar verplaatst u zich ook eens in de schoenen van de schuldenaar. Als u zoiets zou overkomen, verwacht u toch dat u de tijd krijgt om daar bovenop te komen?

Voordat u gaat overwegen om een incassobureau of gerechtsdeurwaarder in te schakelen, kunt u eerst nog zelf enkele stappen zetten om te voorkomen dat uw rekening onbetaald blijft. Aangezien uw klant in het verleden omzet heeft opgele-

Zorg voor een goed werkend systeem van herinneringen

verd voor uw bv, is het zonde om de relatie in een vroeg stadium al op het spel te zetten door derden in te schakelen.

De papieren rompslomp is waarschijnlijk niet uw favoriete bezigheid als ondernemer. Vooral het op tijd versturen van een herinnering schiet er vaak bij in. Maar toch zal een goed systeem van herinneringen de kans verkleinen dat een klant niet betaalt. Het versturen van een herinnering de dag na het verlopen van de factuur voelt misschien een

beetje overdreven. Maar dit geeft juist een duidelijk en professioneel signaal af aan uw klant. Probeer dus een systeem op te tuigen dat voor uzelf prettig werkt, waarbij u er tijdig zelf aan herinnerd wordt om een herinnering te versturen.

Bellen

Naast het benodigde papierwerk is het altijd verstandig om telefonisch contact op te nemen met uw klant. Bijvoorbeeld één of twee dagen na het versturen van de eerste en tweede herinnering. Het voelt misschien wat dubbelop, maar de praktijk leert dat dit veel misverstanden uit de weg ruimt. Mogelijk heeft u een verkeerd e-mailadres gebruikt, of is de mail in de spambox terechtgekomen. Of misschien is uw klant pas geleden verhuisd of juist net van een welverdiende vakantie aan het genieten. Kortom: één telefoontje kan soms al voor een he-leboel opheldering zorgen. Mocht uw klant toch gewoon bevestigen dat hij uw herinnering in goede orde heeft ontvangen, vraag dan gerust naar de reden waarom de factuur nog niet is voldaan. En wanneer dit alsnog zal gebeuren.

Gebaar

Het liefst wilt u natuurlijk meteen het volledige factuurbedrag ontvangen. Maar vaak heeft uw klant niet genoeg geld om het bedrag in één keer te voldoen. Het aanbieden van een betalingsregeling aan uw klant zal in dergelijke gevallen gewaardeerd worden. Bovendien leert de praktijk dat de klant de betalingsregeling in zo'n geval ook volledig nakomt. Zet hierbij gemaakte afspraken op papier en stel duidelijke voorwaarden. Strikte betaaldata stellen, rente of administra-



tieve kosten in rekening brengen of de gevolgen van het niet nakomen van de regeling kunnen daarbij onderwerp van gesprek zijn. Als u enkele dagen voor de vastgestelde betaaldatum een betaalverzoek stuurt, zorgt dit meestal voor een soepel verloop. Nu lijkt dit misschien een hoop extra werk, maar dit zal zich op te lange termijn terugbetalen. Het gebaar dat u uw klant aanreikt in de vorm van een betaalregeling zal niet snel vergeten worden en uw klant zal dan ook hoffelijk over u spreken. Ofwel: u maakt van uw klant een ambassadeur van uw bv.

Verlengstuk

Mochten alle genoemde maatregelen toch geen resultaat opleveren, dan is het inschakelen van een incassobureau de volgende stap. Het aanbod van incassobureaus in Nederland is enorm. Maar waar ondernemers tegenwoordig vaker kiezen voor een socialere manier van ondernemen, is dat in de incassobranche vaak nog ver te zoeken. Deze markt staat doorgaans nog in een slecht daglicht, waarbij hoge kosten, drammen en druk zetten op uw klant de boventoon voeren. Die methode is weliswaar vaak effectief, maar het komt meestal niet echt ten goede aan uw onderneming. Intussen staan binnen de branche ook nieuwe partijen op, die zich beschouwen als verlengstuk van uw onderneming en niet als het eindstation. Zij proberen eventuele negatieve effecten die de tussenkomen van een incassobureau op uw klantrelatie kan hebben te voorkomen.

Deze incassobureaus, die een sociaal-maatschappelijke aanpak hanteren, kijken verder dan de openstaande factuur. Zij focussen zich op het achterliggende probleem dat het gebrek aan liquiditeit bij uw klant veroorzaakt, en proberen door middel van advies en begeleiding uw klant naar een gezondere financiële toekomst te helpen. Hierbij functioneert het incassobureau als inventariserende partij, waarbij zij uw klant zelf adviseren, of doorverwijzen naar partijen die

Een vriendelijke informele brief, in plaats van dreigen

gespecialiseerd zijn in het verhelpen van de pijnpunten die uw klant ondervindt.

Struisvogelpolitiek

Ook de communicatie verschilt van de traditionele incassobureaus. In plaats van formele en dwingende brieven en e-mails, is de communicatie juist gericht op het creëren van welwillendheid bij uw klant om zijn verhaal te doen (zie kader). Een vriendelijke informele brief, waarbij uw klant op zijn verantwoording wordt gewezen en zijn mogelijkheden worden uitgelegd. Dit voorkomt dat uw klant struisvogelpolitiek zal bedrijven, en zorgt in de regel voor een snelle reactie vanuit uw klant om tot een oplossing te komen.

Dat klinkt allemaal leuk, maar heeft u er zelf ook voordeel van? De klant die vandaag uw factuur niet kan betalen, zal dit morgen waarschijnlijk ook niet kunnen. Door dreigen en hoge kosten in rekening te brengen zal dit dan ook niet veranderen. Dat uw factuur niet betaald wordt is vervelend, maar uw klant heeft een veel groter probleem. Juist door uw klant hulp te bieden zorgt u er niet alleen voor dat uw factuur betaald wordt, maar zal uw klant in de toekomst terugkeren om opnieuw zaken met u te doen. Waarbij u dit keer zeker weet dat hij zijn zaakjes op orde heeft.

Bewust

Het uit handen geven van een factuur aan een incassobureau wordt vaak blind gedaan. Een misschien ietwat irrationele beslissing om uw geld zo snel mogelijk binnen te krijgen, maar dat besluit kan er wel voor zorgen dat u in de toekomst inkomsten misloopt. Waar voorheen het inschakelen van een incassobureau veelal het einde van de relatie met uw klant betekende, zijn er nu ook incassobureaus die deze relatie juist willen verbeteren. Als u een incassobureau moet inschakelen, kan het lonen om uzelf niet alleen af te vragen wat een incassobureau voor u doet, maar ook wat het voor uw klant doet. Want uw klant heeft waarschijnlijk een groter probleem dan die ene factuur.

Floris Simons, oprichter van Mens Incasso, (010) 785 62 66, floris@mensincasso.nl, www.mensincasso.nl

Verleg de focus naar de mogelijkheden die uw klant nog heeft

Harde taal werkt vaak averechts. De focus verleggen naar de mogelijkheden die uw klant heeft, kan voor een oplossing zorgen. Bijvoorbeeld door in een verstuurde herinnering nadrukkelijk een betalingsregeling te beschrijven. Een tekst als 'mocht u niet in staat zijn de factuur in één keer te voldoen, neem dan contact met ons op om de mogelijkheden te bespreken' is vaak al genoeg om uw klant tot actie over

te laten gaan, zo blijkt in de praktijk. Ook een andere opmaak van uw factuur kan helpen. In de regel staat het openstaande bedrag dikgedrukt op de rekening, zodat dit als eerste in het oog springt. Daardoor bestaat de kans dat uw klant overige teksten niet eens zal lezen. Het verleggen van de focus door de mogelijkheden die uw klant heeft dik of cursief te drukken zorgt dat die tekst als eerste gelezen wordt.

