5 Relevante databronnen voor credit managers

13-12-2017

Als credit manager bent u actief bezig te zorgen voor een laag debiteurensaldo. U bent niet alleen druk met het beheren van de administratie en het nabellen van debiteuren, maar bent ook werkzaam in andere processen. Zo maakt u afspraken met de sales-afdeling en bekijkt u de oorzaken van eventuele wanbetaling. Data spelen daarbij een belangrijk onderdeel om keuzes te maken.

Betrouwbare vs subjectieve data

Het gebruik van betrouwbare en actuele data is cruciaal bij het maken keuzes. Een groot deel van de beschikbare data zijn echter 'subjectief'. Het gaat om data die minder direct meetbaar zijn, zoals een goed gesprek, een goede naam in de markt of een mooie website. Deze data worden hierbij afgezet tegen objectieve data, zoals bijvoorbeeld de gegevens van de Kamer van Koophandel of de jaarrekeningen. Betrouwbare subjectieve data kunnen van onschatbare waarde zijn voor uw werk als creditmanager. Wat zijn goede databronnen?

1. Data uit het CRM systeem

Een belangrijke eerste bron zijn de zogenaamde CRM-systemen. CRM staat voor customer relationship management. Het gaat hierbij om gegevens van individuele klanten, zoals de hoeveelheid bezoeken, hoe vaak u al contact heeft gehad met de klant, gemaakte afspraken, maar ook gegevens uit een mogelijk tevredenheidsonderzoek.

2. Marketing data

Waardevolle informatie kunt u ook halen uit uw marketingdatabase, waarin onder andere de relevante contactpersonen en contactgegevens staan. Meer gerichte data over de interacties met uw klanten haalt u uit het marketing automation system, waarin bijvoorbeeld de interessegebieden van uw klant te vinden zijn of het surfgedrag op uw website.

3. ERP-systeem

Essentiële informatie over de financiële geschiedenis van de klant haalt u uit het ERP-systeem. Hierin staat alle benodigde

informatie, variërend van de betaalhistorie, betaalde en openstaande facturen en gemaakte kosten tot informatie over prijzen, leveringen en voorraadbeheer.

4. Website data

Veel website beschikken over uitgebreide analytics informatie. Daarmee kan onder andere het surf- en klikgedrag en gebruikte zoekwoorden gevolgd worden. Als een klant vaak uw website heeft bezocht of wat e-books heeft gedownload, dan kan dat een reden zijn om hier eerder zaken mee te gaan doen.

5. Social Media

Tenslotte, en vooral deze databron wordt vaak over het hoofd gezien, zijn ook statistieken van social media als LinkedIn en Facebook vaak heel bruikbaar om zicht te krijgen op een klant of zijn of haar bedrijf. Heeft een bedrijf veel volgers en posten ze regelmatig? Dit kan informatie geven over de kredietwaardigheid.

Gerechtsdeurwaarder inschakelen

Wilt u gebruik maken van een gerechtsdeurwaarder om een vordering te innen? Weet dan dat incasso van vorderingen meer dan ooit is gedigitaliseerd. Dit betekent meer snelheid, meer inzicht en vaak ook een beter resultaat. Uiteraard zijn wij op de hoogte van deze digitalisering en hebben wij hier ons managementsysteem op aangepast. Schroom dus niet om contact met ons op te nemen, dan gaan wij voor u aan de slag!