

# Customer scoring voor meer winst: doet u het al?

14-7-2018

Elke klant verdient een op maat gemaakte aanpak in uw credit managementbeleid. Geen enkele klant is immers hetzelfde. Voor wie tientallen klanten heeft is dit nog te doen, maar met honderden of duizenden klanten op uw lijst wordt de individuele aanpak een veel grotere uitdaging. Customer scoring kan u in dit geval een helpende hand bieden.

Een klant die al meerdere jaren aan uw omzet heeft bijgedragen verdient een andere behandeling dan een klant die slechts een occasionele bestelling plaatst. Met behulp van customer scoring kunt u deze klanten - op basis van diverse criteria - in groepen indelen. Deze groepen kunnen worden gebruikt als uitgangspunt voor uw credit managementbeleid. In dit blog geven wij u enkele redenen om vandaag nog te beginnen met customer scoring.

## Efficiëntere en effectievere credit management

Als het gaat om het stellen van prioriteiten bij betalingsachterstanden, dan kan customer scoring een grote hulp zijn. Een goede klant die bij uitzondering laat is met het betalen van een factuur, verdient een veel zachtere aanpak dan hardleerse wanbetalers. Een mogelijkheid is om wanbetalers slechts onder bepaalde voorwaarden in aanmerking te laten komen voor nieuwe bestellingen.

In januari schreven we een blog over hoe u klanten kunt groeperen en wat customer scoring precies is. Zie het artikel: Klanten groeperen = winst verhogen.

## Toename tevreden klanten en winst

Klanten met een kleine omzet zijn vaak niet de meest rendabele, maar vergen wel veel van uw team. Met behulp van customer scoring bent u in staat uw meest winstgevende klanten te onderscheiden. Daardoor kunt u uw inningstrajecten en leveringsvoorwaarden veel beter op de situatie van uw klanten afstemmen. U kunt de klant op de best mogelijke manier beïnvloeden en dat zal een grotere klanttevredenheid en minder afschrijvingen tot gevolg hebben.

## Efficiëntere marketing en sales

Een derde reden om met customer scoring te werken is dat u samen met uw marketing kunt bepalen welke prospects de beste

vooruitzichten hebben. U kunt bijvoorbeeld de nodige informatie verzamelen over de betaalhistorie, alsook over de kredietwaardigheid en het groeipotentieel van de diverse markten, om daarop uw marketing- en salesinspanningen alsook uw begrotingen af te stemmen.

### Starten met Customer scoring in 5 stappen

Er zijn dus drie belangrijke redenen om klanten in te gaan delen. Door dit te doen kunt u uw kredietrisico's verlagen. Om te gaan starten met het indelen van uw klanten zijn er 5 stappen die u moet volgen. Hieronder is een opsomming te vinden.

Als eerste dient u een aantal scoringscriteria vast te stellen, die veel informatie over uw klanten vertelt. Enkele belangrijke criteria zijn klantgrootte, betaalgedrag, kredietwaardigheid, grootte van de order, bestelfrequentie en sector.

Ten tweede is het van belang om met een eenvoudige matrix te starten. Daarvoor kunt u twee belangrijke criteria uitkiezen en die in een tabel plaatsen.

Ten derde bepaalt u uw beleid. Voor elke categorie kunt u een specifiek actieplan uittekenen met bijvoorbeeld voor elke klantgroep een specifieke aanmaanprocedure.

Ten vierde is een regelmatige opvolging belangrijk. Aangezien goede klanten soms wanbetalers kunnen worden of omgekeerd, is het van belang regelmatig na te gaan of uw klanten nog in dezelfde categorie horen.

Tenslotte is het van groot belang uw customer scoring te automatiseren. Klantgedrag op een handmatige manier registreren is arbeidsintensief en vergt veel tijd. Laat u adviseren over systemen die dit proces voor u uit handen kunnen nemen.

### Gerechtsdeurwaarder inschakelen

Wilt u gebruik maken van een gerechtsdeurwaarder om een vordering te innen of advies over uw debiteurenbeleid? Houd u er dan rekening mee dat meer dan ooit een procedure wordt gedigitaliseerd. Een procedure zal dus sneller verlopen dan u denkt en in uw voordeel uitpakken. Neem dus vandaar nog contact met ons op voor advies op maat.