



FEBRUARI 2021

Hoe doorstaat uw organisatie de financiële storm?

Stabiliteit bereiken in turbulente periodes

Klantcontroles zijn crucialer dan ooit in onzekere tijden

Naast alle gezondheidsschade heeft de coronapandemie ook op financieel-economisch gebied een gigantische impact. Wát die invloed precies zal zijn, moet nog blijken. En dat zorgt voor een uiterst onzekere en uitdagende periode.

Met de twijfelachtige financiële vooruitzichten en de toename van digitaal samenwerken is het cruciaal dat organisaties de bedrijfsprocessen op orde hebben. De toekomst blijft vooralsnog onduidelijk. Focus u daarom op de zaken waar u vandaag wél invloed op uit kunt oefenen.

Vertrouw niet alleen op de mooie woorden van klanten en leveranciers. Solvabiliteitscontroles, klantacceptatie en fraudedetectie zijn belangrijker dan ooit.

Wat als de staatssteun stopt?

Hele sectoren hebben maandenlang platgelegen of zitten tot op de dag van vandaag nog steeds op slot. Veel bedrijven draaien al lange tijd een beperkte of helemaal geen omzet, terwijl de vaste lasten wel doorlopen. Gek genoeg lag het aantal bedrijven dat failliet ging, lager dan ooit. In Frankrijk en Groot-Brittannië in 2020 daalde het aantal faillissementen in 2020 met maar liefst veertig procent in vergelijking met 2019, zo schrijft [de New York Times](#). Over de gehele Europese Unie waren er 25 procent minder faillissementen.

Hoe dat kan? De staatssteun van Europese overheden lijkt niet alleen bedrijven overeind te houden die normaliter kerngezond zouden zijn. Ook zij die het water al vóór deze crisis aan de lippen stond, profiteren van de staatssteun. Deze zogeheten [zombiebedrijven](#) bestaan alleen nog dankzij de steun van de overheid. Maar ze waren al lang failliet geweest als de coronacrisis niet was uitgebroken.

De [cijfers van Graydon](#) staven deze bevindingen. Zo lag het aantal faillissementen in België in 2020 maar liefst 33 procent lager dan het aantal bedrijven dat bankroet ging in 2019.

Dat een bedrijf nu nog bestaat, betekent dus allesbehalve dat dit ook na de coronacrisis nog het geval zal zijn. Graydon verwacht zelfs dat er de komende jaren, bovenop de 'gebruikelijke faillissementen' (zo'n 10.000 per jaar) nog zo'n 50.000 Belgische ondernemingen om zullen vallen. Dit leest u [in de whitepaper](#) 'Bij het aflopen van het moratorium op faillissementen', die Graydon opmaakte in samenwerking met het Verbond van Belgische Ondernemingen/Fédération des Entreprises de Belgique (VBO FEB).

Bedrijfsveiligheid is at risk

Alsof de financiële zorgen nog niet groot genoeg zijn, steeg de hoeveelheid vastgestelde fraudepogingen in 2020 ook fors. Graydon stelde vast dat de waarde van fraudepogingen in Groot-Brittannië de eerste zes maanden van 2020 maar liefst 66 procent hoger lag vergeleken met het jaar daarvoor. 26.3 miljoen pond aan handelskredietfraude, wat neerkomt op meer dan een miljoen pond per week! Het zijn extra bedreigingen waar uw bedrijf mee te maken krijgt.

Terwijl de witwasrisico's al fors waren, los van de huidige coronacrisis. Geschat wordt dat er jaarlijks zo'n 800 miljard tot 2 biljoen dollar wordt witgewassen. In 2020 deelden financiële waakhonden maar liefst [9 miljard dollar](#) aan boetes uit. Een record. Het overgrote deel daarvan valt toe te schrijven aan de schending van de geldende wet- en regelgeving rondom bijvoorbeeld de Anti-Money Laundering (AML) Directive.

Hoe doorstaat u de storm?

In onzekere tijden biedt financiële stabiliteit bedrijven en medewerkers rust. De wettelijke verplichtingen in het kader van Know Your Customer (KYC)/Customer Due Diligence (CDD) leveren een fundamentele bijdrage aan het bereiken van deze financiële stabiliteit.

Ook wanneer het goed gaat, is het noodzakelijk om te weten wie uw klanten en leveranciers écht zijn. Hoe staan ze er financieel voor? Hebben ze een onberispelijke reputatie? U weet maar nooit wat u financiert wanneer u met dubieuze organisaties in zee gaat. Terrorisme? Wapenhandel? Kinderarbeid? Moderne slavernij?

De wettelijke verplichtingen zijn niet alleen een hulpmiddel om fikse boetes en reputatieschade te voorkomen. Ze helpen u ook om uw bedrijf in onzekere tijden op koers te houden. Hoe u dit als bedrijf het beste vorm kunt geven?

- 01. Met een optimale customer onboarding journey**
- 02. Door met automatisering resources vrij te maken**
- 03. Door uw verantwoordelijkheid te nemen en risico's te beperken**
- 04. Door u te realiseren: we doen dit samen**

Een **optimale** customer onboarding journey

Gegarandeerde omzet speelt een cruciale rol bij het creëren van financiële stabiliteit. En voor gegarandeerde omzet heeft u onder andere tevreden klanten nodig. Het laatste waar u in turbulente tijden op moet besparen, is uw customer experience. Wat soms op gespannen voet staat met de compliance-verplichtingen van uw organisatie.

Klanten met goede bedoelingen mogen niet de dupe worden van enkele rotte appels. Zorg er daarom voor dat een optimale customer onboarding journey binnen de kaders van de wettelijke verplichtingen. Iemand die klant wil worden en niets voor u te verbergen heeft, moet moeiteloos met uw bedrijf in zee kunnen gaan. Maar hoe weet u wie wel deugt en wie niet?

Investeert u in de optimalisatie van uw customer onboarding journey, dan plukt u daar óók de vruchten van wanneer het bedrijfsleven weer terugveert naar business as usual. Klanten die niks te verbergen hebben, weten dat ze bij uw organisatie aan het juiste adres zijn en snel zaken kunnen doen.

Extra stappen aan het proces toevoegen werkt in dat kader alleen maar contraproductief. Investeer daarom in slimme oplossingen.

Hiermee kunt u uw customer onboarding journey automatiseren, optimaliseren én voldoet u aan de geldende wet- en regelgeving.

Klantrelaties nóg meer digitaal

Als gevolg van de coronapandemie zijn klantrelaties nog verder gedigitaliseerd. Klanten komen via de digitale wegen binnen én verbinden zich via diezelfde digitale kanalen met uw organisatie. Speelt uw organisatie hier niet adequaat op in? Dan gaat u hier op de langere termijn veel klanten mee verliezen. Digital selfservice was al in opkomst, óók [binnen B2B](#), maar vond in de coronacrisis een katalysator.

Ook deze veranderende dynamiek tussen uw bedrijf en uw klanten vraagt om een geoptimaliseerde customer onboarding journey.



Maak resources vrij met behulp van automatisering

Automatiseren betekent dat veel processen sneller gaan en veel minder foutgevoelig zijn. Het betekent ook dat er resources vrijkomen, vooral in de vorm van werknemers. Personeel dat eerder druk bezig was met repetitieve werkzaamheden die voor het bedrijf amper van toegevoegde waarde waren.

Rondom customer due diligence kunt u ook veel handelingen automatiseren. Het overgrote deel van uw klantenbestand bestaat uit betrouwbare partijen. Klantcontroles moeten daarom soepel en snel kunnen verlopen, zonder tussenkomst van (veel) mensenhanden. Hierdoor blijft er voor uw medewerkers tijd over om zich te focussen op klanten en prospects die wel meer onderzoek vergen.

Automatisering stelt u in staat om met een kleiner team minstens evenveel controles uit te voeren. Zonder dat u toegevingen hoeft te doen wat betreft de veiligheid.

Automatisering creëert cruciale uniformiteit

Automatisering creëert ook uniformiteit rondom besluitvorming. Cruciaal, zeker nu werknemers remote met elkaar samenwerken. Subjectiviteit vormt hierdoor een nóg groter gevaar wanneer u lastige beslissingen moet nemen. Met behulp van automatisering bent u in staat om – op afstand – meer lijn aan te brengen rondom klant- en leverancierskwesties waar u echt een knoop over door moeten hakken.

Om dergelijke processen te kunnen automatiseren en zo soepel mogelijk te laten verlopen, zijn hoogwaardige data cruciaal. Pas dan bent u in staat om goed geïnformeerde beslissingen te nemen in het kader van Customer Due Diligence/Know Your Customer.

Neem uw verantwoordelijkheid m.b.t. de risico's

De tijd dat betalingsrisico's puur bij de afdeling finance lagen en security issues bij IT ligt achter ons. Uiteindelijk is iedereen binnen uw organisatie – in meer of mindere mate – verantwoordelijk voor risico's en bedreigingen. En dit stopt niet bij de grenzen van uw eigen organisatie.

Gedeelde verantwoordelijkheid in de supply chain

De end-to-end levering van producten en diensten is voor veel organisaties niet de realiteit. Veel vaker maken zij deel uit van een keten aan toeleveranciers en preferred suppliers. En ook binnen deze supply chain draagt u verantwoordelijkheid en riskeert u reputatieschade wanneer blijkt dat bepaalde schakels toch niet zo betrouwbaar zijn.

Uit onderzoek van Deloitte, [#GetOutInFront](#), blijkt dat mensen zich na de coronacrisis meer activistisch zullen opstellen ten opzichte van overheden en het bedrijfsleven. Dat betekent dat u als organisatie op allerlei thema's uw verhaal klaar moet hebben en actie zult moeten ondernemen, om ervoor te zorgen dat de maatschappij uw bedrijf niet gaat boycotten.

Klimaatbeleid, sociale mobiliteit of bijvoorbeeld data en privacy: het zijn allemaal thema's die hoog op de maatschappelijke agenda staan. Aan het bedrijfsleven de taak om dit te vertalen naar de eigen bedrijfsvoering

en reputatieschade te voorkomen. En dat risico is groot, getuige onder meer de Deloitte-cijfers. Van de meer dan 10.000 deelnemers geeft maar liefst veertig procent aan na COVID-19 meer activistisch op te treden. Twintig procent van hen geeft aan al eens van merk te zijn veranderd, omdat bedrijven op dergelijke thema's steken laten vallen.

Gaat u met deze thema's aan de slag, dan komt dit ook de waarde van uw bedrijf op de langere termijn ten goede. Dit blijkt uit talloze onderzoeken en artikelen, waaronder van de Financial Times, naar Environmental, Social and Governance (ESG). Dit zijn dé drie centrale factoren om de duurzaamheid van beleggingen te meten.

Neem als bedrijf over de volle breedte uw verantwoordelijkheid. De kosten die hierbij komen kijken, staan in de schaduw van de voordelen die ze uw organisatie opleveren. Op het gebied van compliance, reputatie, aandeelhouderswaarde én financiële stabiliteit.

Financiële stabiliteit bereiken we **samen!**

In deze onzekere tijden is er één sentiment dat er met kop en schouders bovenuit steekt: we're in this together. Rondom veiligheid, een cruciaal aspect om financiële stabiliteit mee te creëren, moet eenzelfde geluid klinken.

De wijze waarop binnen de financiële wereld nog veel klachten worden afgehandeld, laat zien hoeveel kansen criminelen nog krijgen. Om een voorbeeld te schetsen: wordt u om uiteenlopende redenen geweigerd bij de ene bank? Dan kunt u zich 'gewoon' aanmelden bij een andere bank. In plaats van dat financiële dienstverleners informatie met elkaar uitwisselen, loopt dit, in het geval van Nederland, via de Financial Intelligence Unit. En dat werkt allesbehalve effectief, [zo gaf onder meer grootbank Rabobank](#) al eerder aan.

Terwijl data die interessant is voor de ene organisatie, ook heel interessant kan zijn voor andere bedrijven. Alleen op die manier bent u maximaal op de hoogte van de risico's die uw organisatie loopt en kunt u daar ook op inspelen. Welke zakenrelaties zijn te vertrouwen en welke juist niet? Welke ontwikkelingen zijn er momenteel gaande die uw business kunnen raken? Vragen die u met behulp van externe databronnen kunt beantwoorden.

Wilt u zelf steeds opnieuw het wiel uitvinden? Prima, maar dan loopt u snel achter de feiten aan.



U hóéft dit allemaal niet alleen te doen!

GraydonCreditsafe biedt hoogwaardige, datagedreven inzichten van organisaties wereldwijd! Met behulp van GraydonCreditsafe krijgt u pijlsnel inzicht in alle informatie die u nodig heeft om de juiste beslissingen te kunnen nemen. Zoveel mogelijk geautomatiseerd, waardoor u in staat bent om sneller en effectiever uniforme beslissingen te nemen, zonder dat hier extra resources voor nodig zijn.

GraydonCreditsafe biedt uw organisatie inzichten, waarmee u in staat bent om de juiste vragen te stellen. Niet alleen kijkend naar het heden, maar ook naar de toekomst.

Wij helpen u op weg naar een risicobestendige toekomst. Benieuwd wat we voor u kunnen betekenen? Neem dan meteen contact met ons op.

GRAYDONcreditsafe

Uitbreidingstraat 84-b1 2600
Antwerpen (Berchem)

+32 3 280 88 00

support@graydoncreditsafe.be
www.creditsafe.com/be/nl