

# De zeven alter ego's van de moderne CREDITMANAGER



## 1. KANSBEREKENAAR

Customer scoring is een techniek die risico's en kansen eenduidig in kaart brengt. Creditmanagers gebruiken customer scoring om klanten in groepen in te delen, met de bedoeling het beste uit elke klantgroep naar boven te halen.

## 2. POSITIVO

Slechte betalende bieden ook kansen. Stimuleer ze om sneller te betalen door korting te geven in ruil voor contante betaling. Uw klant zal wel iets minder betalen, maar u heeft wel meteen uw geld.



## 3. GOEROE

Creditmanagers kunnen andere afdelingen, zoals marketing en sales, overtuigen van het nut van customer scoring. Op die manier kunnen ze objectievere processen in het hele bedrijf teweeg brengen.

## 4. BRUGGENBOUWER

De nieuwe creditmanager neemt een coördinerende rol op zich. Zo dient hij ervoor te zorgen dat debiteurenbeheer, marketing en sales elkaar versterken, en niet tegenwerken.



## 5. ANALYTICUS

Aan de hand van predictive analytics kan de nieuwe creditmanager verbanden en patronen ontdekken. Het bedrijf krijgt daardoor inzicht in toekomstig klantgedrag en kan daarop anticiperen.

## 6. COACH

In de meeste bedrijven zijn verkopers nauwelijks op de hoogte van het financiële reilen en zeilen. Creditmanagers kunnen hen bijstaan met een financiële speedcursus die ze helpt de klantrelatie te versterken.



## 7. VERKOPER

Creditmanagers hebben steeds vaker commerciële eigenschappen nodig. 'Hoe haal ik maximaal rendement uit een maximale omzet?' Dat wordt dé hoofdzaak van de creditmanager nieuwe stijl.

