



Vlnr: Bart Loubry, Dirk Braet, Kris Van Bael, Pascal Flisch

Rondetafel *Handelsinformatie onder druk?*

De manier waarop bedrijven handelsinformatie gebruiken, blijft evolueren. De gegevens maken al onlosmakelijk deel uit van het proces en de ERP-systemen. Daarnaast willen kredietbeheerders een beter zicht op het uitstaande risico. Daarvoor hebben ze nood aan meer rapporten en analyses. Hoe zal zich dat verder ontwikkelen?

✍ Peter Ooms

■ Wouter Van Vaerenbergh

Hoe gebruik jij handelsinformatie in het kredietbeheer?

Bart Loubry: Bij Baltimore Aircoil hebben we voor elke klant een kredietlimiet bepaald. Vroeger gebeurde dat manueel, nu semi-automatisch door het integreren van de handelsinformatie in het ERP-systeem (Enterprise Resource Planning). We hebben niet de medewerkers om dit persoonlijk op te volgen voor al onze klanten. Daarom werken we volgens de pareto-regel: alleen de twintig procent klanten die ons tachtig procent van de problemen opleveren, bekijken we extra. Tegelijk werken we in een zeer veeleisende omgeving: de verkopers willen heel snel informatie krijgen over klanten en prospecten. De automatische verwerking laat ons toe om daar op een transparante manier mee om te gaan. Ik stel ook vast dat onze zelfstandige vertegenwoordigers de activiteiten van de kredietafdeling meer appreciëren dan onze eigen verkopers. De vertegenwoordigers houden veel meer rekening met onze adviezen, precies omdat hun commissie afhankelijk is van de betaling van de factuur. Ik zie dat die discipline verwatert naarmate we meer salesmensen in dienst nemen.

Voor welke leverancier kiest Baltimore Aircoil?

Bart Loubry: Aanvankelijk was ons contract ondergebracht bij de grote, bekende bedrijven zoals Dun & Bradstreet (D&B) en Graydon. Na een tijd is ook Creditsafe daarbij gekomen, in de eerste plaats omdat het een goedkoop alternatief bood voor de klassieke aanbieders.



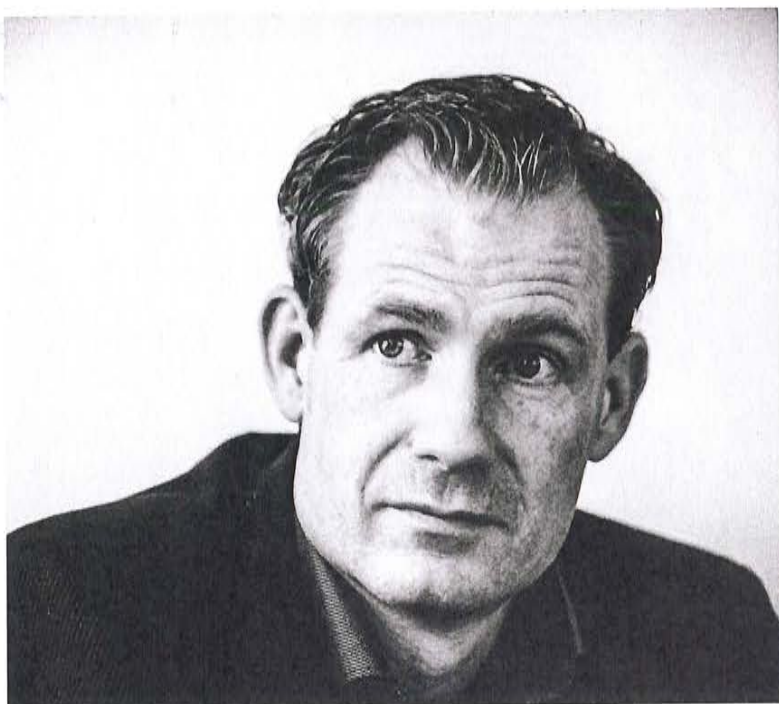
Het contract met Graydon hebben we daarna stopgezet omdat we te weinig proactieve ondersteuning kregen. Na een tijd was de integratie van de handelsinformatie met het ERP-systeem het cruciale punt. Op dat moment werd D&B te duur voor ons. Na een periode waarin we alleen met Creditsafe hebben gewerkt, stelde ik vast dat ik niet volledig kon vertrouwen op hun kredietbeoordelingen. Die waren in mijn ogen vaak te conservatief, zodat ze ons verhinderden om zaken te doen met bedrijven die ik wel als kredietwaardig inschatte. Vandaar een bijkomend contract met Trends Business Information. De situatie evolueert dus voortdurend en dat verwacht ik ook in de toekomst nog. Het moederhuis heeft zopas beslist om naar een nieuwe ERP-leverancier over te gaan: Oracle. In hun cloud-

“USG heeft geïnvesteerd in een uitgebreide rapportering op groepsniveau om het kredietrisico binnen de groep te bepalen”

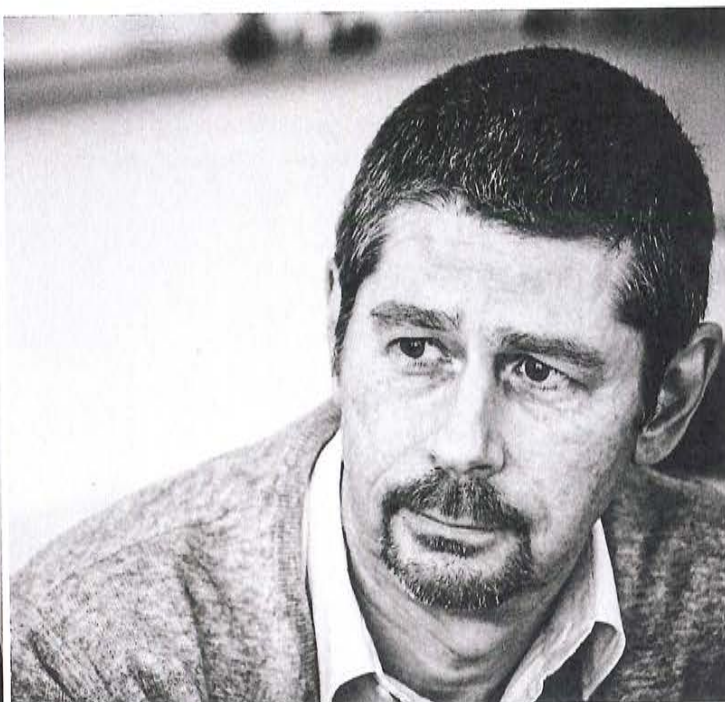
Dirk Braet

Kredietdata uit sociale media?

Pascal Flisch: Het probleem voor ons als leverancier van handelsinformatie is dat de markt en de technologie heel snel veranderen en klanten steeds hogere eisen stellen. Daarnaast willen ze vaak niet betalen voor die data. Wij moeten op alles tegelijk kunnen reageren en dat is soms in tegenspraak met elkaar. Als ik hoor wat de bedrijven hier rond de tafel vragen, dan vind ik dat heel vooruitstrevend. Tegelijk zijn onze grootste klanten de banken. Zij zijn heel conservatief. Alles wat de deelnemers aan dit gesprek vragen, is absoluut verboden in de financiële sector. We halen ook informatie op uit heel diverse systemen: moderne systemen, via webservices, maar soms ook heel oude systemen, waar we schermafdrukken hanteren. Die diversiteit maakt het werk heel complex. Tegelijk vragen klanten ons om nieuws over een klant of leverancier dat ze gezien hebben op de sociale media te valideren. Dergelijke zaken bestuderen we nu om na te gaan of we bijvoorbeeld berichten op Twitter moeten integreren met onze andere gegevens. Voor ons is het belangrijk dat het om gevalideerde en betrouwbare gegevens gaat. Tegelijk merken we dat bedrijven wijzen op de voordelen van bedrijven en netwerken die gegevens met elkaar delen. Zo zou een bedrijf dat moeilijkheden kent bij één bedrijf, dat meteen kunnen melden aan andere. In de praktijk zie ik dat onze klanten graag informatie ontvangen, maar tegelijk weigeren om zelf voorvallen te melden. We zijn nog niet zo ver.



Kris Van Bael, risk- & creditmanager van Tech Data België en Luxemburg. "De samenwerking met de verkopers heeft geleid tot een betere kredietscore én een groter marktaandeel."



Pascal Flisch, Trends Business Information, deel van Roularta: "Velen denken dat GDPR een beperkter zicht op de situatie van een onderneming oplevert. Niets is minder waar."

"Tech Data heeft vaak meer dan vijftig procent marktaandeel. Dat past niet bij de klassieke manier waarop verzekeraars de kredietlimieten toekennen"

Kris Van Bael

oplossing zitten waarschijnlijk verbindingen met andere leveranciers van handelsinformatie. Naast de handelsinformatie werken we beperkt met een zogenaamde top-upverzekering van TCRE die alleen tussenkomt bij grote calamiteiten.

Dirk Braet: Dat is bij USG People precies omgekeerd. Bij ons steunt de aanpak van het kredietbeheer op een beperking van het risico door de kredietverzekering voor de hele groep. We hebben met onze verzekeraar een akkoord dat wij zelf heel snel een eigen beoordeling kunnen maken van een nieuwe klant. Daarvoor gebruiken we de rapporten van onze leveranciers van handelsinformatie. Als zij een kredietlimiet toestaan, dan zijn wij meteen ook verzekerd bij onze verzekeraar, uiteraard tot een maximumbedrag zoals gespecificeerd in de masterpolis. Deze limiet blijft twaalf maanden geldig. Als de handelsinformatieleverancier het bedrijf niet kredietwaardig vindt, dan is er geen automatische dekking. Dan kunnen we wel nog een individuele aanvraag doen bij de verzekeraar, want die hanteert misschien een andere beoordeling. Uiteindelijk kunnen we nog beslissen om zelf het risico te dragen. Dat is ons operationeel proces. Het is volledig geïntegreerd in de manier waarop de medewerkers in de kantoren werken. We registreren bijvoorbeeld automatisch de limiet van de leverancier van de handelsinformatie op het moment dat er een nieuw contract wordt opgemaakt, zodat

de werklust voor het credit- & collectionteam beperkt blijft en het zich kan focussen op de echte probleemgevallen.

Kris Van Bael: Als wij alleen rekenen op de informatie van de verzekeraar (Euler Hermes) en van de leveranciers van handelsinformatie, dan zouden we veel minder omzet draaien dan nu. Tech Data zit in de specifieke situatie dat we veruit marktleider zijn in onze sector. Dat past niet bij de klassieke manier waarop verzekeraars de kredietlimieten toekennen. Door die intensieve relatie kennen wij onze resellers veel beter dan onze verzekeraar. In de praktijk is het zelfs zo dat wij informatie bezorgen aan Euler Hermes. Zeker jonge bedrijfjes en start-ups volgen wij heel wat beter op dan een kredietverzekeraar dat kan. Die starters hebben een groot groeipotentieel, dat zich pas na verloop van een aantal jaren manifesteert. In de beginjaren is het voor start-ups heel moeilijk om aan krediet te geraken wegens het beperkte eigen vermogen.

Bart Loubry: Maar hoe bepaal je dan een limiet voor een groeiend bedrijf, want je hebt uiteindelijk geen gegevens waarop je je kan baseren?

Kris Van Bael: Dat is relatief. We kijken eerst en vooral naar de nichemarkt waarin de resellers actief zijn en naar hun businessplan. Onze vertegenwoordiger speelt een grote rol want hij heeft het eerstelijnscontact en kan door zijn ervaring de situatie het best inschatten. Wie zit



"Als de leverancier van handelsinformatie een kredietlimiet toestaat, dan zijn wij meteen ook gedekt bij de kredietverzekeraar", zegt Dirk Braet, credit- & collectionmanager USG People.



Bart Loubry, riskmanager bij Baltimore Aircoil: "Zelfstandige vertegenwoordigers houden veel meer rekening met onze adviezen omdat hun commissie afhankelijk is van de betaling van de factuur."

daarachter? Wat is hun plan? Hoe gaan ze te werk? Ook onze leveranciers zijn soms betrokken partij. Daarna gaan we stap voor stap mee. We gebruiken dan tijdelijke limieten of zelfs projectlimieten. We leggen niet alles meteen op tafel. Op die manier denk je mee met de klant en de verkoper. Dat is waar we uiteindelijk naartoe moeten. Dat wil ook zeggen dat we veel meer begeleiding zullen bieden op dat vlak. Dat kunnen we alleen door onze operationele activiteiten zo lean mogelijk te maken: zorgen voor e-invoicing, EDI, automatisch incasso, e-commerce en de online-accountinformatie. Uiteindelijk werkt dit ook. Onze kredietverzekeraar heeft al twee jaar geen schadevergoeding meer betaald. Dat schept natuurlijk vertrouwen. Het is een win-win-win-verhouding, voor onze klanten, voor Tech Data én voor de kredietverzekeraar.

Gebruiken jullie dan wel handelsinformatie?

Kris Van Bael: Toch wel. In het kader van die vergevorderde automatisering zijn wij naar Bureau Van Dijk overstapt. De tool laat ons toe om de gegevens te verrijken met een resem andere financiële parameters. Wij vragen onze klanten ook om ons rechtstreeks de gegevens te bezorgen. Op die manier hebben we gedetailleerde data over omzet, solvabiliteit, kasratio's enzovoort voor de voorbije drie jaar. De problematiek van de heel kleine bedrijfjes en de zelfstandigen waarover geen kredietgege-

vens beschikbaar zijn, hebben we opgelost door te automatiseren. Wij geven hen de mogelijkheid online te bestellen via een volledige automatische flow, zoals andere e-tailers of geven hen een beperkte kredietlijn via een automatische incasso.

Waar zit het risico in de portefeuille?

Dirk Braet: Bovenop de operationele processen hebben we geïnvesteerd in een uitgebreide rapportering op groepsniveau om het kredietrisico binnen de groep te bepalen. Dat gebeurt aan de hand van nummers die enerzijds een unieke identificatie mogelijk maken en anderzijds de onderlinge verbanden tussen bedrijven van eenzelfde groep detecteren. Die rapportering op basis van de externe kredietbeoordelaar verrijken we met bijkomende informatie, onder andere van onze kredietverzekeraar. Het geheel doet dienst als basis voor een resem van business intelligence-analyses. Zo detecteren we meteen wanneer er grote bedragen in het spel zijn, zeker wanneer die over de limiet gaan. Daarnaast dienen de analyses steeds meer andere doeleinden dan kredietmanagement, bijvoorbeeld marketing en prospectie. Zo is het bijvoorbeeld mogelijk om indelingen in het klantenbestand te maken op basis van het aantal medewerkers, tendensen per sector vast te stellen, enzovoort. Stel dat een werkmaatschappij zich wil toeleggen op het kmo-segment, dan kan de evolutie daarvan gemeten worden.

"De rapporten waren in mijn ogen vaak te conservatief; ze verhinderden ons om zaken te doen met bedrijven die ik als kredietwaardig inschatte"

Bart Loubry



Vlnr: Bart Loubry, Dirk Braet, Kris Van Bael, Pascal Flisch

We hebben nu een twintigtal standaardrapporten die we aanbieden. We merken dat het veel interessanter is om de informatie wekelijks aan de collega's te bezorgen. Vaak kunnen die rapporten op één A4-tje waarin alle belangrijke gegevens vervat zitten. Een financieel directeur ziet alles in één oogopslag: overschrijdingen van limieten, late betalingen, de top tien van de slechte betalende, evoluties, enzovoort. En dat volledig automatisch.

Bart Loubry: Bij ons ligt dat moeilijker, omdat we die Duns-nummers (nummer dat een bedrijf heeft in de database van Dun & Bradstreet nvdr) niet gebruiken. Dan moet je de lokale bedrijfsnummers gebruiken: die van de Kamer van Koophandel in Nederland, btw-nummers in België, company house numbers in Engeland... Die zetten we er wel in, maar ver-

volgens wordt ook een summier samenvatting van de balans en de winst-en-verliesrekening gedownload, zodat de verantwoordelijken snel een overzicht krijgen bovenop de limiet. Het is dan niet meer nodig rapporten uit te printen en pdf's te bekijken om toch in één oogopslag een idee te hebben van de solvabiliteit en de liquiditeit van de klant.

Kris Van Bael: Als gevolg van onze samenwerking met Bureau Van Dijk hebben we een dashboard gecreëerd waarmee we resellers in risicoklassen onderbrengen, gebaseerd op de More-score. We weten waar onze risico's zitten. Op basis hiervan kunnen we gericht werken en onze middelen doeltreffender inzetten en zien we ook een geleidelijke verschuiving van onze marktaanpak. Vroeger definiëerde Tech Data heel ambitieuze doelstellingen qua omzet met daarbij ook budgetten per klant. De verkopers deden er in die context alles aan om toch maar geen klanten te verliezen. Een kritische commentaar van een kredietmanager kwam dan niet gelegen. De goede resultaten van deze aanpak maken dat we onze directie én commerciële medewerkers kunnen overtuigen om hieraan proactief mee te werken. Dat heeft geleid tot nog betere kredietscores. De verkopers boeken zelfs een nog groter marktaandeel. De uitwisseling van informatie tussen Tech Data en onze resellers verloopt steeds vlotter, wat onze commerciële relatie ten goede komt. Zij kennen intussen onze manier van werken en denken proactief met ons mee. Het is mijn taak om met veel plezier de dossiers van onze resellers te verdedigen bij onze verzekeraars. Soms organiseren we ook gezamenlijke vergaderingen met onze klanten en Euler. **FD**

“Klanten vragen ons om nieuws dat ze over een klant of leverancier gezien hebben op sociale media te valideren”

Pascal Flisch

Heeft GDPR een impact op de markt van handelsinformatie?

Pascal Flisch: GDPR (General Data Protection Regulation) gaat over de bescherming van persoonsgegevens, niet over rechtspersonen. Het verzamelen, consolideren en interpreteren van wettelijke en financiële bedrijfsgegevens om tot een kredietbeoordeling te komen van een onderneming (ook van een zelfstandige ondernemer) staat niet ter discussie. Een deel van onze omzet halen we uit de verkoop van contactgegevens van operationeel management. Deze personen krijgen van ons wel de melding dat ze in onze database worden opgenomen, voor zover ze zelf al geen toestemming hebben gegeven via onze tienduizenden enquêtes die we jaarlijks uitsturen. Binnen GDPR geldt dan nog het 'gerechtvaardigd belang' om die data te verzamelen, wat dezelfde rechtsgrond heeft als de expliciete toestemming. Niettemin denken velen dat GDPR een beperkter zicht op de situatie van een onderneming zal opleveren. Niets is minder waar. Vergelijk het met de open data van de overheid, wat zorgt voor grotere transparantie en meer efficiëntie bij bedrijven en overheden. Een mogelijke beperking van deze informatiestromen zou vooral een impact hebben op het preventieve werk van de kredietmanager.