



Monitoring: White Paper

Het belang van het bewaken van uw zakenrelaties



“Hou de toekomst in de gaten, vergelijk deze met het verleden, om zeker mee te zijn met het heden”

Wie is Creditsafe?

Van “changing the way business information is used”, streven we naar wereldwijde erkenning om zo naar “the global business intelligence experts” te evolueren. Met de nodige passie en de juiste drijfveer willen we superieure informatie leveren, om zo aan de noden van onze klanten te kunnen voldoen. Elke klant, groot of klein, willen we voorzien van de vertrouwde inzichten met behulp van onze sterke data en intuïtieve platforms.

Global

Met 16 kantoren in 12 landen en 1.500 collega's wereldwijd, kunnen we met de nodige trots meegeven dat we een (h)echte, wereldwijde leverancier zijn van handelsinformatie. Een netwerk van 26 partners laat ons toe het productaanbod, de data en de inhoud te versterken, te verbeteren en te verbinden, zodat klanten steeds nieuwe inzichten kunnen verkrijgen over meer dan 240 miljoen bedrijven in meer dan 100 landen.

Intelligence

Kennis is macht, en onze kennis is wat ons groot heeft gemaakt. Met behulp van een combinatie aan unieke datasets, streven wij ernaar om een schat aan productoplossingen te creëren en te leveren die gericht zijn op bedrijven van alle groottes. Dit alles gecombineerd met de nodige inzichten die belangrijk zijn om sterke en geïnformeerde zakelijke beslissingen te kunnen nemen.

Business

Wij hebben de manier waarop bedrijven gebruik maken van handelsinformatie veranderd, en uiteraard blijven we onze service koesteren en aanbieden om bedrijven te ondersteunen in het realiseren van hun doelstellingen. Ons productgamma biedt een scala aan zakelijke oplossingen voor credit risk management, conformiteitsprocedures en marketing data. Wij begrijpen de markt en wij begrijpen bedrijven.

Experts

Met bijna 15 jaar ervaring in het bedrijfsleven en een gemiddelde van 10 jaar ervaring bij onze account management teams, is het ons doel om te blijven innoveren, om onze kennis uit te breiden en zo echte experts te worden in alle gebieden, op alle markten.

Het belang van het bewaken van uw zakenrelaties

Alarmeren & reageren

Indien u handelsinformatie gebruikt (of helemaal niet), elk bedrijf zou zijn zakenrelaties moeten monitoren of bewaken. Als het nu gaat over uw prospecten, debiteuren, leveranciers, concurrenten en/of partners, alle informatie die ingewonnen kan worden, kan van vitaal belang zijn voor het succes van uw organisatie. In 2017 laaiden de faillissementen weer op in vergelijking met 2016.

De grote boosdoener: wanbetalingen! Openstaande facturen die maar niet betaald geraken. Hierdoor komen bedrijven in geldnood en kunnen ze dus de afgesproken betaaltermijnen met hun leveranciers niet meer nakomen. Daarom willen we u graag aantonen waarom een goede opvolging van uw zakenrelaties in uw voordeel is en dat van uw organisatie.

Met deze white paper willen we 5 zaken extra in de verf zetten

- 1) Wat is monitoring?
- 2) Het belang van het monitoren van uw zakenrelaties.
- 3) Het bewaken van uw zakenrelaties gaat verder dan enkel het bewaken van uw professionele klanten.
- 4) Waarom monitoring van uw zakenrelaties kan leiden tot de nodige bedrijfssuccessen.
- 5) Waarom we internationale monitoring niet uit het oog moeten verliezen.

Wat is monitoring?

Binnen de handelsinformatiesector is de monitoringservice een handige 'tool' om uw zakenrelaties in bewaking onder te brengen, om zo op de hoogte gebracht te worden van eventuele veranderingen binnen een bedrijf. M.a.w. veranderingen die zich hebben voorgedaan binnen de (financiële) bedrijfsgegevens.

Zo kan u bvb. bij Creditsafe deze tool verder onderverdelen in verschillende portfolio's (zowel nationaal als internationaal), waar u de mogelijkheid heeft om verschillende parameters in te stellen. Aan de hand van deze parameters krijgt u (per email) de nodige notificaties wanneer er iets zou wijzigen bij een zakenrelatie, binnen die specifieke portfolio. Zo wordt u dus automatisch verwittigd bij een wijziging die aansluit bij één van uw voorkeursinstellingen. Indien u de wijziging in zijn totaliteit wenst te bekijken, dient u gewoon het bedrijfsrapport zelf even te openen om een volledig onderzoek uit te voeren.

Prospecten & Debiteuren

Indien men werkt met professionele (toekomstige) klanten, wordt er 9 op de 10 keer gewerkt met betalingen ‘achteraf’.

Met andere woorden zodra u een (toekomstige) klant op krediet laat betalen, loopt u een potentieel debiteurenrisico. U kan zich afvragen “waarom dan niet op voorafbetalingen?” De verschillende redenen ‘waarom’ zijn eigenlijk vrij logisch toe te lichten.

Praktische redenen waarom een professionele klant de voorkeur geeft aan een betaling achteraf:

- In vele gevallen gaan de bestellingen om grotere orderwaardes;
- In vergelijking met particuliere klanten, durven de facturen grotere bedragen te zijn;
- Professionele klanten doen bestellingen op een vastere regelmaat;
- Een professionele klant zal eerder een voorkeur geven aan een betaling achteraf, omdat zij ook afhankelijk zijn van de beschikbare liquide middelen (die zij ook moeten verkrijgen van hun eindklanten).

Het sneeuwbaaleffect van de wanbetaler:

Zoals reeds kort toegelicht, was de grootste boosdoener van de faillissementen in 2017 wanbetalingen (9 op de 10 bedrijven kampen met achterstallige betalingen). Facturen die blijven openstaan en waar de betalingstermijnen gewoon blijven opschuiven. Uiteraard wordt heel veel energie verspeeld aan het terugvorderen van de openstaande debiteuren, waardoor bedrijven in moeilijkheden komen. Hierdoor kwamen de schuldeisers zelf in geldnood om op hun beurt hun leveranciers terug te betalen.

Wat we merken is dat de meeste wanbetalers zich bevinden in het vast cliënteel. 3 op de 5 faillissementen vloeien voort uit wanbetalingen afkomstig uit het vast cliënteel. En toch krijgen we nog regelmatig de opmerking: “Wij hebben geen handelsinformatie nodig. Wij kennen onze klanten”, wat het toch tegenstrijdig maakt. Trouwens, laat ons eerlijk zijn, wie loopt er nu graag met slecht nieuws te koop? Als één van uw professionele klanten het ‘minder’ begint te doen, zal hij of zij dit niet van de daken schreeuwen.

Waarom dan monitoren?

Kortom, u wordt verwittigd bij elke wijziging waar u belang aan hecht. Op basis van deze wijziging (positief of negatief) kan u gepast reageren. Enkele praktische voorbeelden:

- Het helpt u uw (toekomstige) klanten nog beter te leren kennen én dit op een alternatieve, objectievere manier. U verkrijgt namelijk berichtgevingen over de verandering van adressen, bestuurders, etc. Tevens kan u de nodige meldinge verkrijgen die van een juridische aard zijn zoals: WCO's, juridische vormen, RSZ-dagvaardigingen, nakende faillissementen, etc.
- Ook als de kredietscore van uw debiteur en prospect verandert, kan u vrij eenvoudig de betalingsvoorwaarden aanpassen van deze zakenrelatie. Laten we even aannemen dat een debiteur of prospect op regelmatige basis verandert van score op een 'negatieve' manier. Dit kan inhouden dat het bedrijf steeds meer in moeilijkheden komt, waardoor u zijn betalingsvoorwaarden kan verstrengen.
- Op basis van de monitoringresultaten kan u de betalingsafspraken ook strikter en gestructureerder vastleggen, zeker voor toekomstige klanten. Niets houdt u trouwens ook tegen om de nodige betalingsherinneringen te sturen op basis van de berichtgevingen.
- Met de monitoring kan u eenvoudig het betalingsgedrag beoordelen en analyseren.

Vergelijk de volgende 3 factoren om uw nieuwe & bestaande klanten te helpen categoriseren:



Hoe groot is de loyaliteit van de klant?



Hoe tevreden zijn de klanten van uw diensten?
Hoe beleven zij de klantenervaring?



Beoordeel altijd de potentiële groei van uw (nieuwe) klanten

Mooi meegenomen...

Door uw (toekomstige) klanten in het oog te houden, houdt u eigenlijk uw eigen werkkapitaal in het oog. Dit voorkomt juist dat u met liquiditeitsproblemen komt te zitten, waardoor u de kans ook minimaliseert dat u 'aangepakt' wordt door uw leveranciers.

Internationale monitoring van uw prospecten en debiteuren

Ons klein Belgenland valt niet te onderschatten als het neerkomt op export naar het buitenland. Binnen de EU zijn wij één van de grootste exporteurs, vergeleken met andere Europese landen. Elk jaar stijgt het totaal bedrag aan internationale export. Dus internationale monitoring is van cruciaal belang (zelfs als u 100% nationaal werkt)!

Totale internationale export België in 2017: 380,214.1 miljoen Euro

Van alle internationale export uit België, gaat:

- 7,4% naar Amerika
- 77,3% naar Europa
- 10,5% naar Azië



Top 3 diensten in export

1. 22,7% Chemische Producten
2. 11,9% Transport Materiaal
3. 10,4% Machines en dergelijke

Internationale monitoring is een MUST!

Een bedrijf dat opteert om internationaal te werken, moet altijd rekening houden met 3 hoofdcategorieën binnen het risico beheer:



Commercieel aspect

Niet-betalingen, insolventies, contractgeschillen, achterstallige betalingen, intellectuele eigendomsrechten, merk en reputatie



Politiek aspect

Regeringswissels, oorlog, rellen, stakingen, terrorisme, grensgeschillen, wetswijzigingen



Landelijk aspect

Wisselkoersen, hoge inflaties, gebrek aan harde valuta, etc.

Er zijn 3 belangrijke redenen om inzicht te krijgen in de potentiële risico's van uw zakenrelaties die, al dan niet, gevestigd zijn in het buitenland:

1 – Net zoals de nationale debiteuren, dient u uw internationale debiteuren ook te monitoren. Dit om dezelfde redenen die weergegeven zijn bij de sectie “Debiteuren - Waarom dan monitoren”, met in het achterhoofd de 3 hoofdcategoryën bij internationale handel. Aangezien België een groot export land is naar het buitenland toe, dient men ZEKER een waakvol oog te hebben t.o.v uw buitenlandse relaties. Wij durven zelfs stellen dat internationale monitoring uitermate belangrijk is, enkel en alleen al, omwille van de afstanden die te overbruggen zijn.

2 – De onderlinge afhankelijkheid en het zakelijk succes hebben betrekking op zowel klanten als leveranciers. Klanten kunnen inderdaad internationaal gelegen zijn, maar zo ook uw leveranciers. Het ene kan niet zonder het andere (hier komen we verder nog op terug)

3 – Laten we ook even stilstaan bij het grotere plaatje. Bij het analyseren van de commerciële status van een bedrijf moet u er rekening mee houden dat 1 op 6 Belgische ondernemingen, met een groepsstructuur, een connectie hebben met één of meerdere organisaties in het buitenland. Zo ook de verschillende bestuurders die hier actief zijn. Laten we even aannemen dat de entiteit in België financieel gezond is, kan er een aanzienlijk risico bestaan t.o.v. haar internationale aanverwanten. Dit kan dus een potentiële dreiging vormen voor het Belgisch onderdeel van de groepsstructuur

Blootstelling aan de risico's verminderen?

Bedrijven die de nodige (eerste) stappen zetten om in het buitenland (of gewoon organisaties binnen een gemengde groepsstructuur) zaken te doen, kunnen de blootstelling aan kredietrisico's verminderen door zich zo goed mogelijk te informeren over hun toekomstige en bestaande zakenrelaties. Het uitvoeren van een kredietcontrole (eventueel d.m.v. een monitoringbericht) op elk bedrijf, voordat zelfs een relatie wordt aangegaan, is essentieel. Dit zal uw risico's al aanzienlijk verminderen.

Nog enkele goede tips voor het inschatten van een (goed) debiteurenbeheer:

- ✓ Goede afspraken, maken goede vrienden
- ✓ Waardeer de vlotte betaler met bvb. een dank-je-wel (= bevordering van de klanttevredenheid)
- ✓ Durf zeker de betaling in 'schijven' te vragen
- ✓ Controleer ook de bestuurders van uw debiteuren
- ✓ Een correcte betaling is ook afhankelijk van een correcte factuur en dit op tijd en stond
- ✓ Segmenteer uw klanten om betalingsrisico's in te schatten
- ✓ Bepaal per klant het maximaal bedrag dat gefactureerd mag worden
- ✓ Incasso dient men echt als laatste stap in te schakelen, want klanttevredenheid kan ervan afhangen

Een nauwere samenwerking tussen finance en sales:

Gebruik uw huidig cliënteel om uw omzet te zien groeien! De monitoring van uw debiteuren (klanten) kan voor een betere samenwerking zorgen tussen sales en finance. Het gebeurt wel eens dat de verkopers een nieuwe klant aantrekken die door finance kan geweigerd worden. Daarom is een nauwere ‘band’ wel opportuun!

Versterk het verkoopteam door wekelijkse uitsplitsingen te communiceren over belangrijke prestatie indicatoren zoals dubieuze debiteuren, verwachte provisies, betalingstermijnen, percentage terugvorderingen t.o.v. de verkoopswaardes, uitstaande schulden, industriegemiddelden op betalingstermijnen, etc.

Overleg tussen beide departementen over elkaars pijnpunten & afkomen met gepaste en gezamenlijke oplossingen is een pluspunt.

De commissie van de verkopers kan slechts worden gerespecteerd wanneer er contant geld aanwezig is. Daarom is het belangrijk dat beide afdelingen de betalingstermijnen kennen en respecteren.

Analyseer het type klant en communiceer dit naar de sales:

- o In welke sector zijn zij actief?
- o In welke regio zitten de klanten?
- o Informeer naar de internationale normen
- o Segmenteer de vooruitzichten naar geografische locatie, industrie-codes en kredietscores.

Door dergelijke inzichten te delen, kan er intelligent gehandeld worden, behoudt finance de controle over het debiteurenbeheer en kan de sales de winstmarges laten toenemen.

Leveranciers

Een aspect dat vaak over het hoofd gezien wordt: het monitoren van uw leveranciers. Of u nu met één, tien of honderden leveranciers werkt, zijn goede leveranciers van cruciaal belang om de continuïteit van uw organisatie draaiende te houden. Daarom steken we van wal met een uitspraak die steeds in uw achterhoofd dient te zitten:

“Verdien uw geld samen met de juiste leveranciers”

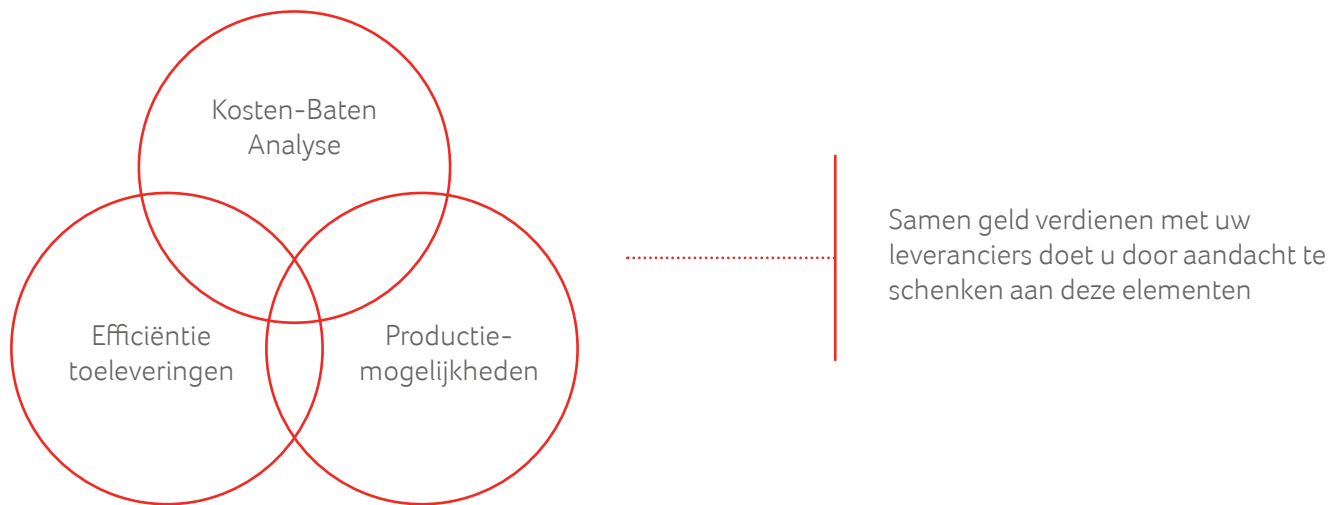
De theorie luidt dat u kosten dient te besparen en tegelijkertijd de continuïteit van uw aangeleverde goederen (of diensten) draaiende dient te houden. De inkoopprijs is uiteraard één van de (al dan niet) belangrijkste indicatoren. Maar soms vergeten we in dit proces de leveringsbetrouwbaarheid. Het zou niet de eerste keer zijn dat een levering wordt uitgevoerd die onvolledig blijkt te zijn, of leveringen die helemaal niet aankomen.

Maak daarom een onderscheid tussen:

Leveringen die een directe impact hebben op de eigen organisatie

Leveringen die als secundair kunnen bestempeld worden en dus geen directe impact hebben

Dit onderscheid kan je dus perfect vertalen naar de monitoring van uw leveranciers toe. Het categoriseren van uw leveranciers levert u vitale informatie op die rechtstreeks impact kunnen uitoefenen op de activiteiten van uw organisatie.



Het inkoopproces

Het beheren van de voorraad is een belangrijke steunpilaar van het succes van uw bedrijf. Het inkoopproces valt daarom niet te onderschatten. Als ondernemer of organisatie dient u de juiste en meest evenwichtige inkoopplannen te maken. Deze maakt u op basis van de laatste trends binnen uw segment, van wat uw klanten (en potentiële prospecten) eigenlijk willen en van welk(e) product of service juist goed verkoopt (of juist niet).

De eerste 3 stappen van een inkoopproces zijn:



Het specificeren van uw inkoopbehoeften



Selectie van de potentiële leveranciers



De onderhandelingsfase zodat deze aansluit bij uw behoefte

Nog enkele goede tips die men zeker niet mag vergeten bij de keuze van de juiste leverancier

- ✓ Hoeveel keer per week/maand kan er geleverd worden?
- ✓ Wanneer kan er geleverd worden?
- ✓ Is er een duidelijk communicatiekanaal met de leverancier?
- ✓ Is er een controlemiddel om na te gaan of uw bestelling klopt?
- ✓ Is het relatief eenvoudig om een bestelling te plaatsen?
- ✓ Hoe wens je de producten of diensten te ontvangen?
- ✓ Controleer tijdens de werkuren of de afspraken betreft de levering en dergelijke worden nagekomen

Het monitoren van uw leveranciers

Eens u de juiste leverancier heeft gevonden, die het meest aansluit bij uw behoefte, is het belangrijk deze dan in opvolging te plaatsen.

Laten we even aannemen dat (één van) uw leverancier(s) failliet gaat, dan kan uw organisatie in de problemen komen omdat de continuïteit in het gedrang komt:

Vb: een groentenleverancier van een groothandelaar verdwijnt. De groothandelaar werd hiervan niet verwittigd, waardoor hij plots zijn goederen niet meer kan leveren aan zijn eindklanten. Dit heeft verstreckende gevolgen:

- De broodnodige inkomsten verdwijnen. Er ontstaat een liquiditeitsprobleem.
- Als gevolg gaan de klanten van de groothandelaar de concurrentie opzoeken, omdat zij groenten nodig hebben.
- Of een concurrent van onze groothandelaar springt proactief op de kar met een ludieke actie, waarmee hij de klanten van onze groothandelaar warm maakt (De concurrent had namelijk de leverancier in opvolging geplaatst en een berichtgeving verkregen).
- Onze groothandelaar moet dringend reageren om geen verdere klanten te verliezen. Hij is genoodzaakt om in zee te gaan met een leverancier die anders werkt en duurder factureert.
- Onze groothandelaar dreigt gezichtsverlies te leiden en zijn klanten trekken hem of haar in twijfel. “Is hij of zij nog betrouwbaar?” ; “Verkeert hij of zij in geldnood?” ; “Kan hij of zij zijn leveranciers niet meer betalen?”.

Toegegeven, bovenstaand voorbeeld is heel negatief voorgesteld. En toch komt het meer voor dan u kan inbeelden. Slecht nieuws verspreidt zich als een lopend vuurtje en gaat voornamelijk van mond-tot-mond. Het kan lang duren vooraleer we een klant winnen, maar een klant verliezen... Dat kan heel snel gaan.

Draai het nu ook even om en neem even aan dat onze groothandelaar wel verwittigd werd a.d.h.v. een monitoringsysteem, met een indeling van verschillende leveranciers...

Alternatieve leveranciers

Het is zeker niet verkeerd (en zelfs aangeraden) om ook 'alternatieven' of 'secundaire' leveranciers reeds in opvolging te plaatsen, met een oog op de toekomst. Stel dat uw primaire leverancier(s) wegvalt, zoals in ons voorbeeld op de vorige pagina, dan heeft u er reeds goed aangedaan om een alternatief op het oog te hebben. De monitoringservice ondersteunt dit door u regelmatige berichtgevingen te geven bij de (minste) wijziging. De monitoringservice helpt de aankoopdienst in de juiste keuzes te overwegen en te nemen.

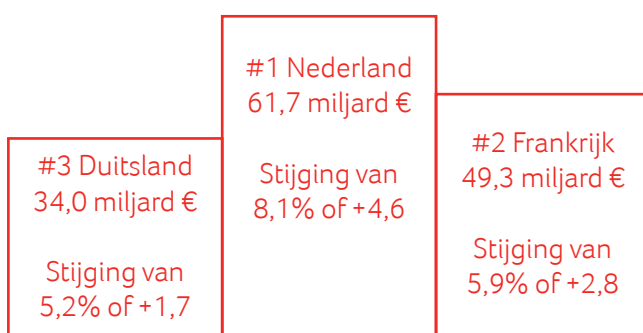
Andere belangrijke wijzigingen op gebied van leveranciers:

- ✓ Een verandering van kredietscore geeft u een eerste indicatie in de betrouwbaarheid van een organisatie
- ✓ Een verandering van adres is ook een belangrijke factor: bvb. als een nationale leverancier beslist om zijn activiteiten verder te zetten in het buitenland, dient u dit te weten. Dit kan het leveringsproces in eerste instantie beïnvloeden.
- ✓ Verandering in het aantal werknemers: mocht het werknemersaantal stijgen, kan dit een indicator zijn voor een bedrijf dat het goed doet, met als eventueel gevolg dat de leverancier grotere en frequentere leveringen kan uitvoeren (dit geldt ook voor de alternatieve leveranciers die u misschien in opvolging heeft).
- ✓ Een fusie-melding: deze kunnen bepalend zijn voor uw persoonlijke keuze van leveranciers
- ✓ Een melding van nieuwe bestuurders kan ervoor zorgen dat u misschien de nieuwe personen wenst te ontmoeten? Of het kan de productiviteit beïnvloeden. Meerdere bestuurders zou kunnen inhouden dat het beslissingsproces zal vertragen.

Het internationale aspect betreft de opvolging van uw leveranciers

Zoals reeds aangegeven bij het punt 'Debiteuren' werkt België enorm internationaal. Dit is uiteraard ook van toepassing op het gedeelte leveranciers. Graag geven we u een oplisting waar wij Belgen onze producten (en diensten) halen.

Het internationale aspect betreft de opvolging van uw leveranciers



Zoals u kan zien spannen Nederland, Duitsland en Frankrijk de kroon voor de internationale import van goederen en diensten voor onze Belgische bedrijven.

Ook buiten de EU valt dit zeker niet te onderschatten met landen zoals de Verenigde Staten, China, Japan, Turkije en Indië die bij het rijtje aansluiten van de top 15 belangrijkste leveranciers van België in 2017.

(met dank aan het Agentschap voor Buitenlandse Handel – www.abh-ace.be)

Internationale monitoring van leveranciers

Enkel en alleen al gebaseerd op bovenstaande statistieken is het UITERMATE belangrijk om ook een oogje in het zeil te houden betreft internationale leveranciers. Op internationaal vlak moet men ook rekening houden met extra aspecten die reeds besproken zijn bij punt 'Debiteuren – Internationale monitoring is een must' en het punt 'Leveranciers – Het monitoren van uw leveranciers'. Bij het wegvallen van een internationale leverancier kunnen de gevolgen zelfs nog nefaster zijn, mocht u geen monitoring hebben. Alleen al de afstanden die overbrugt dienen te worden, bij een internationale leverancier die wegvalt, moeten ingecalculeerd worden. Een monitoringsbericht kan u helpen om alsnog op tijd te kunnen schakelen.

Andere markten = nieuwe opportuniteiten

Indien u eventueel twijfelt over internationale leveranciers, bedenk het volgende:

Zou het eventueel mogelijk zijn om dezelfde goederen en diensten die u nationaal verkrijgt, ook te verkrijgen aan een goedkopere prijs?

Of producten en diensten die u als extraatje wel kan gebruiken, om dan weer om te toveren tot nieuwe diensten voor uw klanten?

Concurrentie

Hoe u het nu draait of keert, uw concurrenten bewaken is een belangrijk aspect van de strategische planning van een bedrijf. Zij die dit niet doen, durven op de feiten achterlopen. Wenst u dan bvb. niet te weten hoe zij 'draaien'? En hoe snel u op de bal wil (in)spelen mochten er nieuwe opportuniteiten zich voordoen?

De 3 grootste misvattingen

- ✓ “De concurrentie wordt niet in de gaten gehouden omdat zij niet dezelfde oplossingen aanbieden”
- ✓ “De concurrentie wordt niet in de gaten gehouden omdat mijn organisatie niet kan opboksen tegen die omvang”
- ✓ “De concurrentie wordt niet in de gaten gehouden omdat ik simpelweg geen tijd heb om dit te doen”

De monitoring biedt antwoord op bovenstaande 3 misvattingen én dit in alle eenvoud!

Verstrek en verzamel de nodige informatie die in de nabije toekomst concurrentievoordelen kunnen opleveren.

- Adreswijzigingen: een concurrent wijzigt van adres – Tijd om de regio even onder de loep te nemen
- Nieuwe bestuurders: Ga na wie die personen zijn, hebben zij reeds falingen gekend? Komen deze personen voor op een sanctielijst?
- Nieuwe jaarrekeningen geven u een goed beeld van de behaalde resultaten
- Een verandering van kredietscore (en zijn trend) geeft u een goede indicatie van hoe goed het bedrijf draait en in welke richting deze neigt te gaan. Bij een nakend faillissement kan je stilaan beginnen denken aan nieuwe klanten...
- Eventuele overnames: kijk maar naar de actualiteit. Hoe het ene bedrijf het andere overneemt. Een pure strategische zet om meer omzet en bereik te genereren
- Stijging of daling van het aantal werknemers, kan je uitwerken in een marketingcommunicatie-voordeel.

Tip! Andere punten die men dient te doen rond concurrentie

- ✓ Internationale concurrentie is ook aanwezig – Wat vele bedrijven toch durven vergeten. Importeer deze ook in uw opvolging! Ook andersom - Overweegt u uw diensten uit te breiden naar het buitenland? Doe zeker onderzoek naar de lokale concurrentie. In sommige gevallen heeft u zelfs meer vrijheden dan de lokale speler.
- ✓ Welke regio's zijn minder bekend bij uw concurrent? Tijd om daar even de focus op te leggen?
- ✓ Gebruikt uw concurrent handelsinformatie? Waarom u ook niet?!
- ✓ Onrechtstreekse concurrenten? Zet ze ook in monitoring! Verruim uw blik om zoveel mogelijk informatie te ontvangen.
- ✓ Als een bedrijf beursgenoteerd is, kan u enorm veel informatie inwinnen over het bedrijf (zij zijn zelfs 'verplicht' om hun cijfers, strategie, planning en nieuwigheden bekend te maken via hun website, onder 'Investor Relations').
- ✓ Onderzoek wie hun leveranciers zijn en bewaak deze ook. Stel dat een leverancier zou wegvallen van de concurrentie, kan deze in de problemen komen. Zo kan u onmiddellijk op de bal spelen met een gepaste communicatie!
- ✓ Onderzoek hun professionele partners. Waarom geen afspraak inboeken met hen? Misschien werkt de partner wel internationaal, wat u een ideale insteek geeft om over de grenzen te gaan werken.
- ✓ Let op met starters onder de concurrenten! Vele startup's durven wel eens "het gat in de markt" te vinden. Hen opvolgen kan een strategisch voordeel opleveren door met hen eventueel samen te werken in de (nabije) toekomst.

Andere hulpmiddelen om meer te weten te komen over uw concurrenten

Naast een monitoringsservice kunnen nog andere ‘bronnen’ u ondersteunen in het verzamelen van de nodige informatie over uw concurrenten. Hierbij kan u denken aan: persresultaten, websites, blogs, social media kanalen, nieuwsbrieven, magazines, presentaties, white papers, promoties, etc.

Wat we zeker dienen te weten over de concurrentie

Verkoop- en winstcijfers	-	Mogelijk via monitoring
Kostenstructuren	-	Mogelijk via monitoring
Personeel	-	Mogelijk via monitoring
Kanalen naar de markt	-	Zelf onderzoek
Promotionele activiteiten en begroting	-	Zelf onderzoek
Klantenprofiel inclusief retentiegegevens	-	Zelf onderzoek

De concurrentie is zoals een legpuzzel

Elk afzonderlijk gegeven heeft weinig waarde. De sleutel is om zoveel mogelijk informatie te verzamelen en samen te voegen tot een totaalbeeld van de concurrentie en daar helpt de monitoring bij.

Ieder voor zich moet wel uiteraard uitmaken hoeveel men wenst te investeren in het verkrijgen van de informatie met de middelen die we ter beschikking hebben. Ongeacht de nodige inspanningen die we leveren om de concurrentie te begrijpen, de ontwikkeling naar een beter begrip naar onze concurrenten toe helpt u om meer ‘business’ te winnen en zelfs bestaande klanten te behouden. Net als in vele andere sectoren, als het gaat over de concullega’s in de gaten houden, “knowledge is power”!

We zijn aan het einde van ons latijn, maar we zijn vertrokken met nieuwe wijsheden

Wij hopen dat u met dit document niet alleen het belang van monitoring begrijpt, maar vooral dat u zaken hebt opgenomen en kan gebruiken in uw dagelijkse activiteiten. Deze white paper werd uitgeschreven omdat Creditsafe u kan helpen in het maken van weloverwogen keuzes.

Dankzij de Creditsafe (internationale) monitoringservice zal u nooit de essentiële veranderingen missen van de bedrijven waarmee u zaken doet. Onze bewakingservice is zeer flexibel, zodat u zelf kunt beslissen van welke wijzigingen u graag verwittigd wordt. Blijf dus op de hoogte van de veranderingen waaraan u en uw organisatie belang hechten.

U bepaalt zelf, a.d.v. een twintigtal parameters, hoe intensief en waarvan u op de hoogte gehouden wilt worden die u helpen in het controleren van uw risico beheer, de minimalisering van uw wanbetalingen, de stimulatie van uw commerciële opportuniteiten, de optimalisatie van uw bedrijfsstrategie en de bevordering van de financiële stabiliteit van uw organisatie.

Wenst u meer informatie over onze monitoringservice of over onze andere diensten?

Ga naar www.creditsafe.com, onder de categorie risico beheer, voor meer informatie betreft onze monitoringtool

Get in touch

Creditsafe Belgium

Steenweg op Zellik 12, 1082 Brussel

Tel: 0032 (0)2 481 88 60

Email: info@creditsafe.be

Web: www.creditsafe.be

Creditsafe France

122 rue de Tourcoing, 59100 Roubaix

Tel: 0 810 600 397

Email: contact@creditsafe.fr

Web: www.creditsafe.fr

Creditsafe Germany

Schreiberhauer Straße 30, 10317

Berlin

Tel: 030 - 473 929 000

Email: info@creditsafede.com

Web: www.creditsafede.com

Creditsafe Ireland

Unit 1 H, Block 71, The Plaza,

Parkwest Facilities Complex,

Nangor Road, Dublin 12, Ireland

Tel: 01 898 3200

Email: info@creditsafe.ie

Web: www.creditsafe.ie

Creditsafe Italy

Creditsafe Italia SRL, Via Pantano 2,
20122 Milano

Tel: 011/19 46 46 00

Email: italiainfo@creditsafe.it

Web: www.creditsafe.it

Creditsafe UK

Bryn House, Caerphilly Business Park,
Van Road, Caerphilly, CF83 3GG

Tel: 02920 886 500

Email: ukinfo@creditsafeuk.com

Web: www.creditsafeuk.com

London Office

19 Eastbourne Terrace,

Paddington, W2 6LG

Tel: 0203 626 0062

Creditsafe Netherlands

Jan Pietersz. Coenstraat 10

2595 WP, Den Haag

Tel: 070-3844600

Email: info@creditsafe.nl

Web: www.creditsafe.nl

Creditsafe Sweden

Creditsafe i Sverige AB, Box 320,
401 25 Göteborg

Tel: 031-725 50 00

Email: info@creditsafe.se

Web: www.creditsafe.se

Creditsafe USA

4635 Crackersport Rd, Allentown, PA
18104

Main Office

Tel: (855)551-6903

West Coast Office

Tel: (480)405-9300

Email: usainfo@creditsafe.com

Web: www.creditsafe.com

Creditsafe Group

Caspian Point One, Pierhead Street,
Cardiff Bay, Cardiff, CF10 4DQ

Tel: 02920 886 500

Email: ukinfo@creditsafeuk.com

Web: www.creditsafegroup.com