

Harde actie?

In de deurwaarderspraktijk merken we dagelijks dat het aantal bedrijven dat hun rekeningen niet (op tijd) betaalt, toeneemt. Ook al is de recessie over het hoogtepunt heen, het zal nog een lange tijd duren voordat alles weer 'normaal' is. Voorlopig stijgt het aantal faillissementen nog gestaag. Niet in de laatste plaats omdat de klantenbetalingen op zich laten wachten. Om niet in deze kuil te vallen, is het uitermate belangrijk om extra op uw niet betalende klanten te letten. Niet alleen door een strak debiteurenbeheer, maar vooral door een zodanige communicatie met uw klanten te ontwikkelen en te onderhouden, dat het hen tot actie aanzet.

Actie is doen wat je zegt. Zeker nu.

Actie is doen wat je zegt. Zeker nu. Een van de domste dingen, die u dus niet moet doen, is een factuur sturen en als die niet binnen de afgesproken termijn is betaald, weken of nog erger, maanden later een herinnering sturen. Daarmee komt deze echt niet bovenop de stapel om het eerst betaald te worden.

Als de factuur niet direct betaald wordt, kunt u het beste meteen even bellen, vragen of alles naar wens was en de betaling ter sprake brengen. Leg eventuele betalingsafspraken vast en zie er op toe dat ze worden nagekomen. Stuur direct een herinnering en tenslotte een laatste aanmaning. En laat uw tanden zien. Als er dan niet wordt betaald, geef de vordering dan meteen uit handen. Houdt u zich vooral aan

de door uzelf opgelegde termijnen. Dus als u uiteindelijk zegt: nu binnen 8 dagen betalen, anders geef ik de zaak uit handen, doe dat dan ook! U boet anders in op uw geloofwaardigheid. Actie leidt tot reactie!

U kunt er zelf veel aan doen om uw klant sneller in beweging te krijgen. Kortingen bij vooruitbetaling, korting bij betaling binnen 5 dagen, machtigingen, automatische afschrijving etc. Maar ook wanneer u uw zaakjes goed op orde hebt, blijven er altijd niet betalende klanten. Ik weet uit ervaring dat veel ondernemers moeite blijven hebben om hun klanten aan te pakken. Niet zelden vissen ze dan achter het net. Ze zijn simpelweg te laat.

Ook in mijn vak speelt actiecommunicatie een zeer belangrijke rol. Alles is er uiteraard op gericht de debiteur in beweging te krijgen, aan te zetten tot betaling. Dat kan vriendelijk, vanuit het positieve, maar ook hard onder aanzegging dat er allerlei nare maatregelen kunnen volgen als er niet betaald wordt. Dat hangt mede van de opdrachtgever af. In al onze uitingen richting debiteur wijzen wij op de gevolgen als er niet betaald wordt. Die zijn in ons vak niet mis. Tot aan beslaglegging en executieverkoop aan toe. Maar zover hoeft het gelukkig niet te komen.

Kosten

Vaak denken bedrijven dat ze met hoge kosten worden geconfronteerd als ze een vordering uit handen geven. Niets is (meestal) minder waar. Incassokosten worden in Nederland vrijwel altijd verhaald op de debiteur. En als de vordering echt oninbaar is, dan zijn de kosten ook vaak beperkt en vooraf afgesproken. Let er wel op dat u met een bonafide organisatie samenwerkt. Er bestaan tegenwoordig ook veel goedkope, maatschappelijk

verantwoorde, incassotechnieken. Zoals bijvoorbeeld een online op te geven laatste aanmaning die door een deurwaarderkantoor op hun briefpapier wordt verzonden. Als de klant daarop betaalt – en waarom zou hij niet, want hij weet dan dat het u menens is – dan zijn de incassokosten vaak beperkt tot enkele tientjes. Het is een van de vele klantvriendelijke manieren om uw klant tot betaalactie aan te zetten.

René Toonen



René Toonen is gerechtsdeurwaarder en partner van het Amsterdamse bureau Nijstad & Toonen Gerechtsdeurwaarders.

www.nijstad-toonen.nl