

Hoe strategisch zijn Credit Managers in Nederland?

Geplaatst op 30-10-2011 door Raimond Honig

1014 x gelezen



Zijn Credit Managers strategisch bezig met de uitoefening van hun vak of houden ze zich vooral bezig met de operationele uitvoering van Credit Management taken? Wat is eigenlijk strategisch bezig zijn met Credit Management? Wat is überhaupt strategie? En op welke manier kun je Credit Management strategisch inzetten?

Uit ervaring, maar niet minder uit studies, blijkt dat het vakgebied Credit Management niet strategisch maar veel meer operationeel wordt uitgeoefend. Er wordt omzet gemaakt bij klanten en de verschuldigde bedragen dienen te worden geïncasseerd, waarbij eveneens getracht wordt kredietrisico's te verkleinen en te voorkomen.

Organisaties die goed hebben nagedacht over de manier waarop ze deze werkzaamheden uitvoeren en op welke manier ze klantgericht de wederkerigheid van de overeenkomst uitwinnen vinden dat ze strategisch bezig zijn met Credit Management. Mijns inziens gaat dit niet over strategie, maar veel meer over operational excellence. Op een excellente manier je operatie uitoefenen en uitvoeren. Operational Excellence is een strategie op zich, maar dat zegt niets over strategisch bezig zijn met Credit Management.

Misschien moeten we eerst terug naar de vraag: "Wat is überhaupt strategie?" De tweede vraag die we ons moeten stellen is: "Hoe maak je Credit Management strategisch als het door de rest van de onderneming niet als iets van strategische waarde wordt gezien, immers is het voor de meeste organisaties ook geen primaire doelstelling.

Credit Management wordt slechts als iets ondersteunend gezien en daarmee is het strategisch veel minder van belang, denkt men. Dus hoe kunnen we strategisch bezig zijn met de uitoefening van een vak dat we voor het grootste gedeelte achteraf uitvoeren.

Hoe kunnen we strategisch met Credit Management bezig zijn als we helemaal niet "mogen" of "kunnen" meepraten als de organisatiestrategie voor de komende jaren wordt ontwikkeld en bepaalt? En waardoor komt dat?

- Doordat we op een ander niveau acteren in de organisatie
- Doordat we onvoldoende ontwikkeld (als vakgebied en als professionals) zijn om strategische suggesties te doen
- Doordat we meer reactief dan proactief acteren
- Doordat onze directies, raden van bestuur en aandeelhouders onvoldoende op de hoogte zijn van risico's en voordelen van Credit Management
- Doordat wij als Credit Management professionals ons vakgebied en alle voordelen hiervan onvoldoende overtuigend kunnen overbrengen

Kortom er is werk aan de winkel! Tijdens mijn [sessie](#) op de 7e Credit Expo op donderdag 10 november 2011 om 15.00 uur in zaal 14AB in het Nieuwegein Business Center neem ik u naar door de uitkomsten van mijn onderzoek en zoek ik graag op een interactieve manier met u naar een richting om ons mooie vakgebied strategisch op de kaart te zetten.

Gezien de economische situatie waarin we verkeren is dit het juiste moment!

Bron: www.creditexpo.nl

Auteur: Raimond Honig

» Dit artikel is op internet te vinden via <http://www.financieel-management.nl/content/view/15888>

© Alex van Groningen, Amstelveen 2012

Financieel-Management.nl is een uitgave van Alex van Groningen. Zonder schriftelijke toestemming van de uitgever is het niet toegestaan om INTEGRAAL artikelen over te nemen, te (doen) publiceren of anderszins openbaar te maken of te verveelvoudigen. Nota bene: geen toestemming is nodig om via een van de "RSS Feeds" van Alex van Groningen de titel en de inleiding van artikelen over te nemen op (eigen) websites.

www.financieel-management.nl | www.alexvangroningen.nl