



Marc Knothe - Executive Vice President

mei 23, 2017 09:54 CEST

Optimaal servicen van bedrijven

Lindorff staat te boek als één van meest toonaangevende partners voor de servicing van (non-)performing portefeuilles in Europa. Die positie heeft het bedrijf uiteraard niet voor niets bereikt. Marc Knothe, Executive VicePresident Nederland, legt uit dat klantbehoud, de ontwikkeling van de eigen talenten en innovatie van oplossingen een belangrijke bijdrage daartoe leveren.

Helpende hand

“De kernstrategie van Lindorff”, vertelt Knothe, “is dat we ons inzetten om klanten met een achterstand weer grip te laten krijgen op hun financiële huishouding. Daarmee ontstaan er nieuwe kansen om een duurzame relatie

tussen bedrijf en klant op te bouwen. Juist vanuit die ambitie groeit er perspectief voor een win-win-win-situatie, waar zowel de klant als de opdrachtgever van kunnen profiteren. Klantbehoud staat hierin dus centraal.”

Zoals Knothe net al zei, brengt ontwikkeling van eigen talentvolle medewerkers een duidelijk onderscheidend vermogen voor Lindorff. Om mensen met een betalingsachterstand tot initiatief te laten komen hun verplichtingen te voldoen en terug te brengen naar een duurzaam en financieel gezond leven, is een persoonsgebonden en menselijke aanpak onontbeerlijk. Een persoonlijke communicatiestrategie is een doorslaggevende factor.

Knothe: “We willen de consument op de juiste manier aanspreken, op het juiste tijdstip en met het juiste bericht. Slagingskansen nemen toe naarmate je de beste manier kiest die bij de klant in achterstand past. En dat betekent bijvoorbeeld dat je een student een app-bericht stuurt na zijn schooldag, en dat je een 60-plusser eerder een brief zal sturen. Wanneer we bellen met klanten is het van belang dat we dit op het juiste moment doen, een moment dat voor de klant goed uit komt en dat we dit met de juiste boodschap doen.”

Innovatieve techniek

Deze aanpak van Lindorff wordt dus deels ingevuld door talentvolle eigen medewerkers. Daarbij geldt dat innovatieve techniek eveneens bepalend is voor succes. Een credit management-organisatie is geen technologiebedrijf, maar data bepaalt wel in grote mate de manier van aanpak. Een team van analisten weet met behulp van slimme algoritmes nauwkeurige verbanden te zoeken tussen generieke informatie en betaalgedrag. Die data dient zeker ook om te ontdekken welke communicatievormen het meest geschikt zijn voor welk type consument, zodat de kans op een succesvol betalingstraject wordt vergroot.

Marc Knothe: “Om er zeker van te zijn dat we klanten op de juiste manier benaderen, werken we met persona’s (fictieve personen gebaseerd op feiten en gegevens welke een karakterisering van een bepaald type gebruiker weergeeft). De combinatie van onderzoek en ervaring, heeft ons in staat gesteld deze persona’s te creëren. De persona’s helpen ons in het definiëren van de kernbehoeften van klanten met een achterstand. Door na te denken over die behoeften zijn we beter in staat af te leiden wat de beste benadering richting de klant is en kunnen we nauwkeurige toekomstvoorspellingen

ontrafelen met betrekking tot betaalgedrag.”

End-to-end oplossing

Het verkopen van vorderingen is een wenselijke oplossing voor veel bedrijven. Het uitbesteden van portefeuilles is een alternatief hiervoor. Er is echter een trend gaande die credit management organisaties vraagt om eerder in actie te komen. Denk hierbij aan scoring en preventief beheer. Ook Lindorff heeft zich inmiddels gespecialiseerd in deze materie.

Volgens Knothe heeft die trend zich in eerste instantie in het buitenland afgetekend. Nu is te zien dat deze ontwikkeling ook in Nederland zijn opmars maakt. “Waar credit management-organisaties in de basis voor moeten zorgen, is dat bedrijven zich kunnen toeleggen op hun eigen core business. Dat geeft rust. De diensten die wij daaromtrent aanbieden, hebben het doel onze klanten te ontzorgen met een end-to-end-oplossing. Door processen van de opdrachtgevers over te nemen of vorderingen te kopen, hebben bedrijven geen omkijken meer naar factuur- kredietproblemen en kunnen zij zich focussen op hetgeen voor hen core business is. We doen dit dus als extra service voor opdrachtgevers en indien gewenst uit de naam van de opdrachtgever.”

Daar komt nog bij, besluit Knothe, dat de eindgebruiker daar niets van hoeft te merken. De factuur of boodschap die hij ontvangt, zal namelijk afkomstig zijn van het bedrijf waar hij zaken mee doet, terwijl op de achtergrond Lindorff de processen in goede banen leidt.

Over Intrum

Op 27 juni 2017 zijn Intrum Justitia en Lindorff gecombineerd om de toonaangevende leverancier op het gebied van credit management services te vormen. Lindorff is opgericht in 1898 en biedt diensten als de aankoop van vorderingen, alsmede betalings- en facturatediensten. Intrum Justitia werd opgericht in 1923 en biedt diensten als de aankoop van vorderingen, die zijn ontworpen om de cash flow en de winstgevendheid van haar klanten te verbeteren. De combinatie van Intrum Justitia en Lindorff heeft plaatselijke aanwezigheid binnen 24 landen in heel Europa en een team van ongeveer 8.000 medewerkers die zich inzetten voor een goede economie. Het

gecombineerde bedrijf had voor de twaalf maanden eind maart 2017 een omzet van 12,9 miljard SEK en is gevestigd in Stockholm, Zweden. Intrum Justitia AB is genoteerd op Nasdaq Stockholm. Voor meer informatie, bezoek www.intrum.nl.

Contactpersonen



Carlijn Hofland

Perscontact

Director Marketing & Communications

Woordvoerder Intrum

carlijn.hofland@intrum.com

+31617119364