

## IN DEZE WEEK



### Afgelopen week

Daar waar begin van deze week de NS en staatssecretaris Mansveld de tarieven van treinkaartjes in de spits willen verhogen, startte de discussie weer over de 24-uurs economie in Nederland. Conservatieve werkgevers of onverantwoordelijke werknemers; het blijft een moeilijke discussie. Het enige wat ik kan zeggen als Accountmanager bij Werf: "als er donderdag 17 april, net voor het paasweekend, een tijdelijke aanvraag binnenkomt (wegens ziekte), moeten er dinsdag profielen in de inbox van de klant zitten".

Hoe kijkt jou werkgever naar flexibele werktijden? Of heb je zelf personeel en hoe ga jij daarmee om?



### De toekomst van het creditmanagement

Misschien vraag je jezelf wel af: Help, ben ik volgend jaar nog wel credit manager? En hoewel het goed is om af en toe eens terug te kijken op de behaalde resultaten, het zullen zeker geen jaren worden om tevreden achterover te gaan leunen. Als je tevreden bent, ben je immers gestopt met goed willen zijn. Waar je de afgelopen jaren hebt kunnen laten zien hoe belangrijk credit management in een krimpende markt is, zo zal de uitdaging de komende jaren worden aan te tonen dat credit management eveneens belangrijk is bij een aantrekkende markt. Afnemers gaan weer groeien en hebben liquiditeiten nodig om die groei mogelijk te maken. Als banken die kredietruimte niet kunnen bieden, zal de behoefte aan leverancierskrediet of andere vormen van financiering weer groeien. Hoe draag je als credit manager bij aan groei? Hoe bewaak je het bijkomende risico? Hoe houdt je de cashflow voor jouw organisatie op gang?

Kortom, over je rol als credit manager, manager financial customer services, O2C manager of hoe het ook mag heten, je hoeft je geen zorgen te maken. Immers, succesvolle ondernemingen kunnen niet zonder de credit management functie. Het zou ook zeer onverstandig zijn voor ondernemingen in een fragiele markt of op onbekende buitenlandse markten het credit management op een laag pitje te zetten. Als credit manager ben je nog lang niet uitgespeeld. Vanzelfsprekend moet je er voor blijven zorgen dat de taken door de afdeling efficiënt en effectief worden uitgevoerd. Ook credit management moet kostenefficiënt kunnen opereren. Maar laat niet alleen zien wat het kost, maak ook duidelijk wat het oplevert. De toegevoegde waarde van het credit management voor de cashflow, financierbaarheid, de kwaliteit van het product en de dienstverlening en zeker niet te vergeten: klanttevredenheid. Blijf de ontwikkelingen volgen op je vakgebied en op het terrein van automatisering. En nog mooier: knoop die ontwikkelingen aan elkaar zodat het vakgebied zich binnen de organisatie dan wel in het algemeen zich verder kan ontwikkelen. En vergeet vooral niet je organisatie en je vakgenoten te vertellen wat je bereikt hebt en wat je nog wil bereiken. Want dat houdt het vak van credit manager 'alive and kicking'.