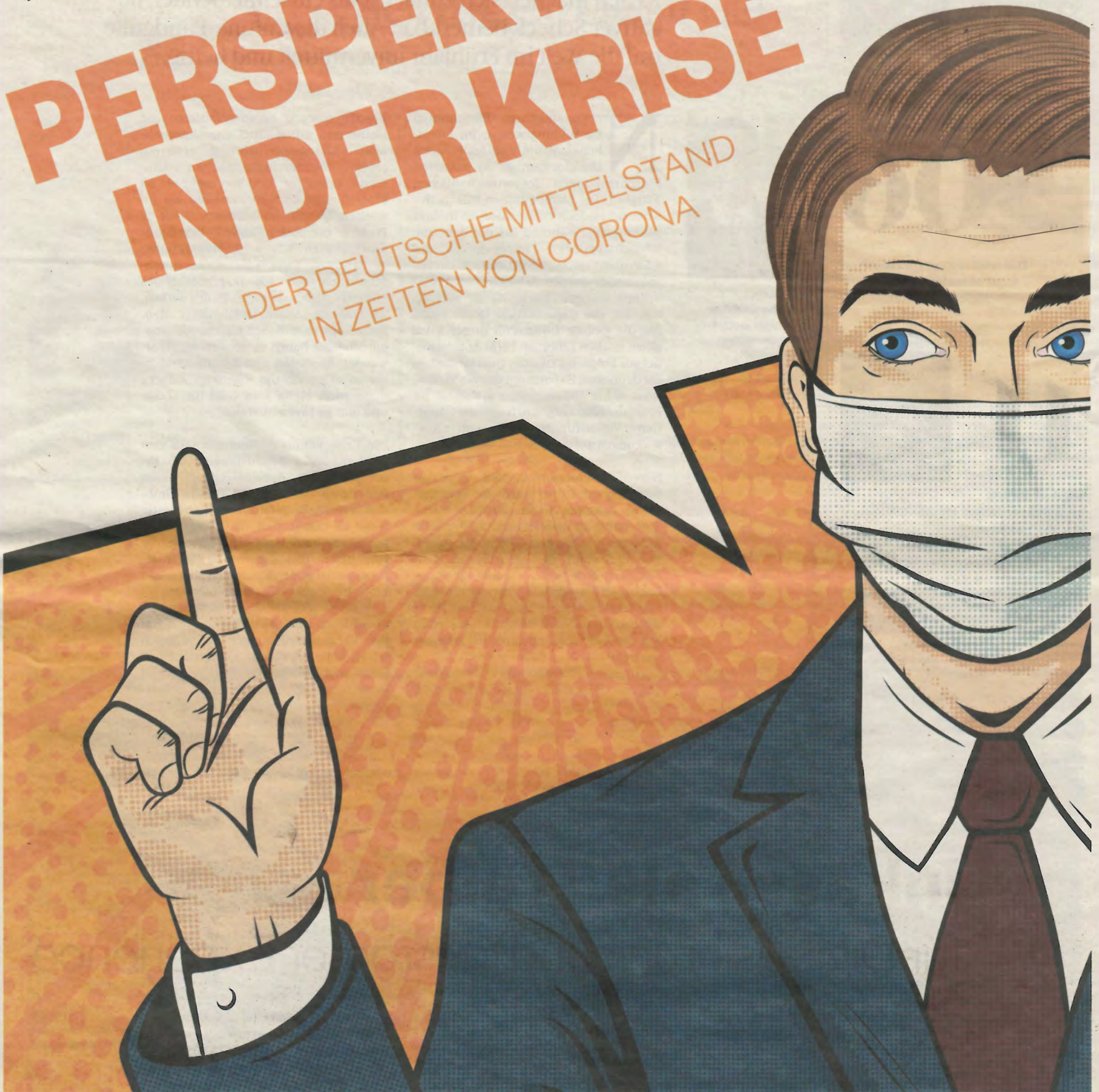


Lesen Sie mehr auf www.erfolgundbusiness.de

PERSPEKTIVEN IN DER KRISE

DER DEUTSCHE MITTELSTAND
IN ZEITEN VON CORONA



Inkasso als Treiber für Digitalisierung und Customer Experience



Philipp Rürup
Gründer und
CEO troy

Nach den erfolgreichen Studien zum neuen Corona-Impfstoff können wir vorsichtig zuversichtlich sein, dass bald wieder Normalität einkehrt. Mit dieser Hoffnung am Horizont ergibt sich die Frage, welche Veränderungen auch nach COVID-19 bleiben werden, sogar bleiben sollten, weil sie schon vorher überfällig waren.

Allen wirtschaftlich interessierten Menschen ist klar geworden, dass außergewöhnliche Umstände jeden von uns in Zahlungsnot bringen können. Vielleicht brauchte es diese Erfahrung. Denn seit Monaten suchen Unternehmen verstärkt nach Möglichkeiten, mit säumigen Kunden besser umzugehen. Als Inkasso-FinTech, das sich zum Ziel gesetzt hat, das kundenfreundlichste Inkasso-Unternehmen Europas zu werden, erleben

wir, wie die Nachfrage nach flexiblen, digitalen, transparenten und vor allem nach nachhaltigen Lösungen für Inkassoprozesse immer intensiver wird.

Auch wenn die Loyalität säumiger Kunden bislang nicht im Fokus von Inkasso-Entscheidern stand, dürften die Lehren aus COVID-19 deutlich gemacht haben, dass sich Forderungsmanagement neben der Zahlung auch um den Kundenerhalt bemühen muss. Weil Studien bereits vor Corona bewiesen haben, dass mehr als 50% der Kunden die Zahlung schlicht vergessen haben oder ihnen nur vorübergehend die Liquidität fehlt. Und vor allem, weil es statistisch 400% teurer ist, einen Neukunden zu gewinnen, als einen bestehenden Kunden zu erhalten, was auch zahlenorientierte Manager zum Umdenken bewegen sollte.

Spannend ist dabei, dass die Verbesserung der „Inkasso-Experience“ nachgewiesenermaßen zwei Konsequenzen hat: Wenn Kunden auf ihren bevorzugten Kommunikations-Kanälen angesprochen werden, unter Verwendung von für sie individualisierten Botschaften, dann zahlen sie schneller und durchschnittlich mehr, einen höheren Anteil der offenen Forderung. Zudem danken Kunden den wertschätzenden Umgang mit langfristiger Loyalität. Dies macht spätestens dann den Unterschied, wenn für den Kunden der nächste Kauf oder die Vertragsverlängerung ansteht und er sich zwischen verschiedenen Anbietern entscheiden muss. So wird Inkasso zum Treiber und Impulsgeber von Digitalisierung und Customer Experience – mit Verbesserungen, die auch nach Corona ihre Bedeutung behalten werden. ■

Weitere
Informationen:
troy-bleiben.de

Dieser Artikel ist
in **Zusammen-
arbeit mit troy**
entstanden.

troy