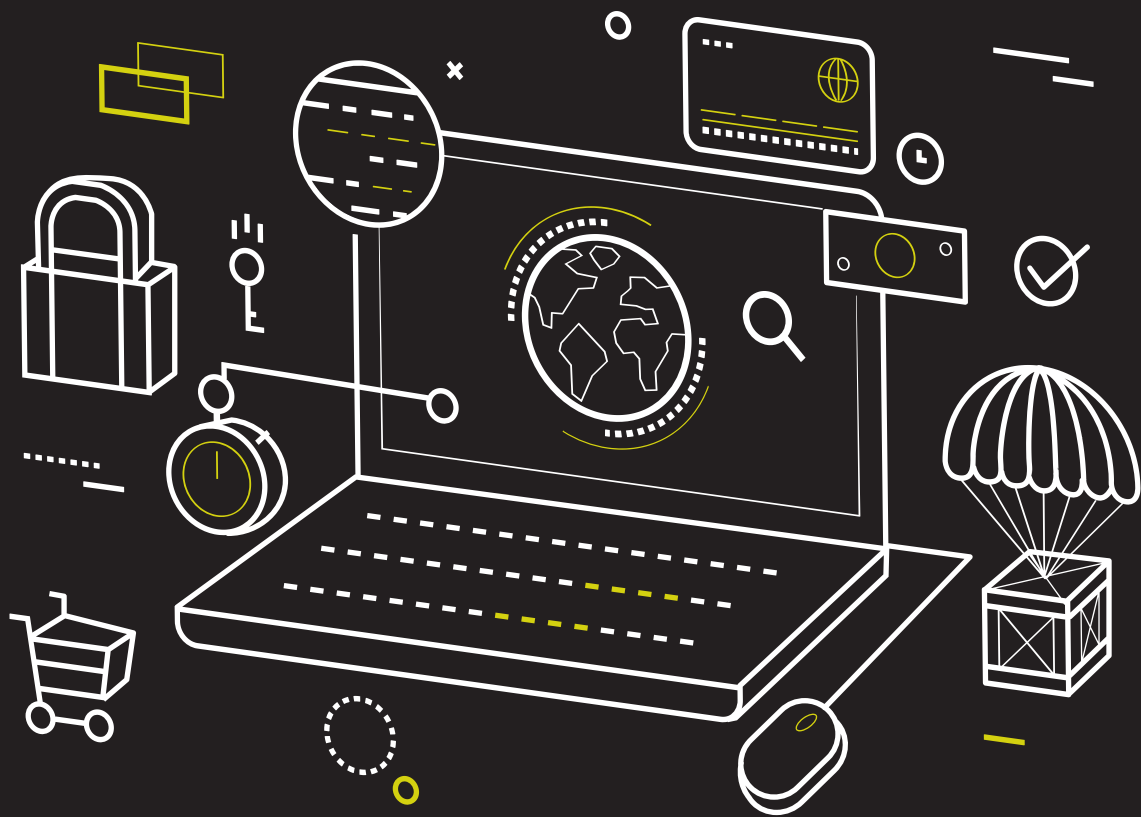


# B2B Betaalstrategie

## Alles over het betaalproces in B2B e-commerce

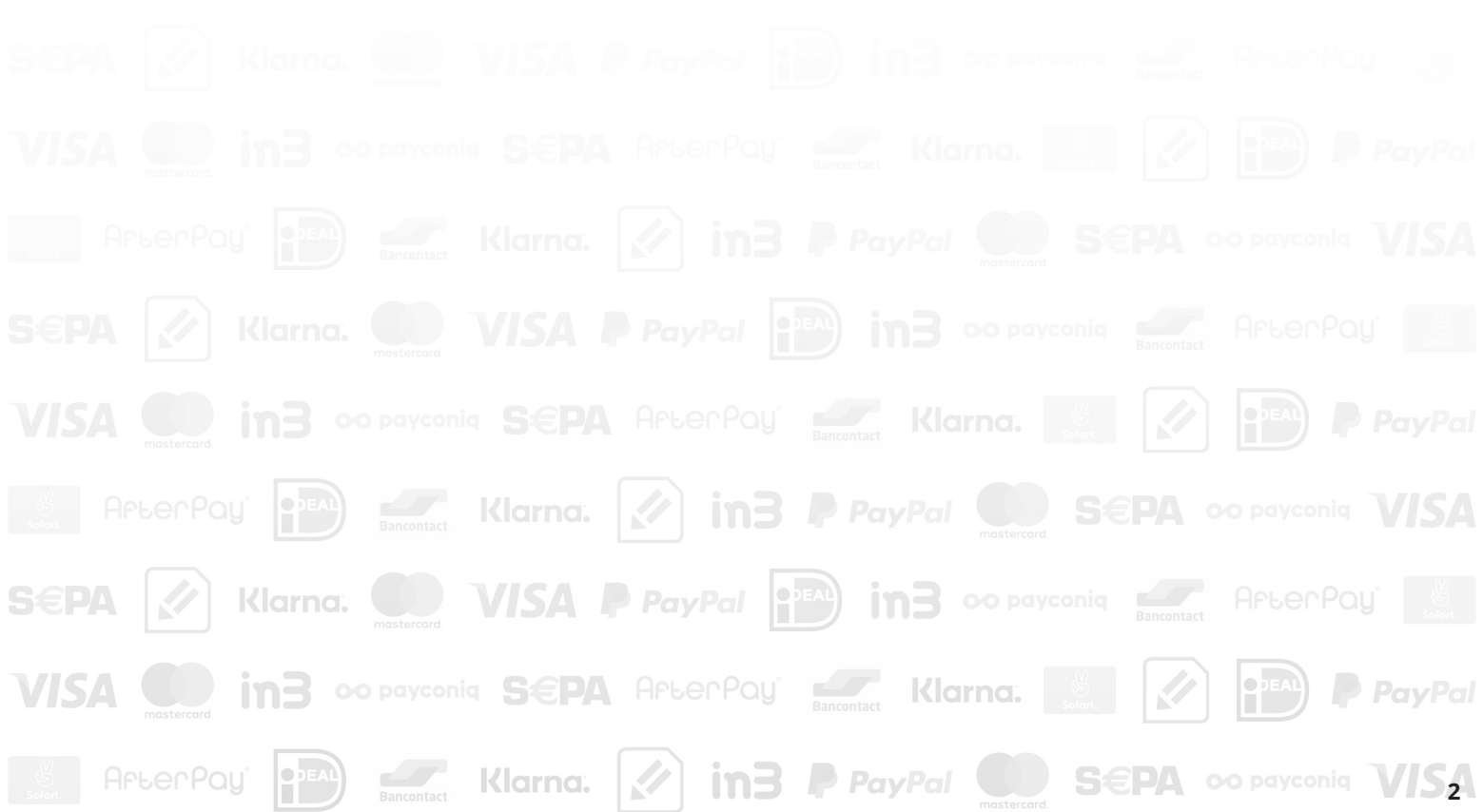
Met aan het woord experts  
van o.a. PayPal, Mastercard, Visa,  
AfterPay en meer.



# B2B betaalstrategie

---

INTRODUCTIE	pag. 3
BETAALMETHODEN	pag. 4 - 7
VEILIGHEID EN AUTHENTICATIE	pag. 8 - 9
BETAALHERINNERINGEN	pag. 10
CONCLUSIE	pag. 11



# Verandering in koopgedrag

**Nederland shopt online. Dus ook zakelijk willen we gemakkelijk en snel online kunnen bestellen, aanbesteden of kopen. Maar winkelen in een webshop is voor particulieren toch anders dan voor bedrijven.**

Zo zijn er vaak diverse beslissingsbevoegden en gaat betalen meestal op rekening (en niet via iDEAL). Dit zijn aspecten waar rekening mee gehouden dient te worden bij de betaalstrategie voor een business-to-business webshop.

Voor bedrijven met 500+ orders per maand is een digitaal aankoopproces, ook gezien cost-of-sale, niet langer een nice-to-have maar een need-to-have. Groothandels, bouwmarkten en zakelijke dienstverleners etaleren hun producten of diensten daarom steeds vaker online. **De ouderwetse catalogus en het bestelformulier maken plaats voor een digitale omgeving.**

Als de manier van bestellen verandert, dan verandert ook de manier van betalen. Hoe betaalt jouw bedrijf het liefst? En hoe óntvang je zelf graag de betalingen? Hoe ziet de ideale b2b-betaalstrategie eruit?

**Volgens onderzoek van Forrester (juni 2018) is 19% van de B2B-bedrijven startende op gebied van e-commerce, 55% heeft zijn eerste stappen al gezet en 26% is volledig door de wol geverfd betreft B2B e-commerce.**

Vooraf die laatste twee groepen geven in het onderzoek aan dat e-commerce voor een flinke sprong heeft gezorgd in de verkoop: minder bestelfouten, hogere klanttevredenheid en verhoogde omzet zijn hierin enkele aspecten. Maar wordt er ook sneller betaald? Van de respondenten die hun B2B e-commercestrategie op orde hebben zegt 86% behoefte te hebben aan snelle(re) betaalmethodes (bijv. betalen met één klik).

# Betalen bedrijven ook met IDEAL?

**Hoe betalen bedrijven? Dat is vaak een vraag die speelt bij B2B- partijen. Welke betaalmethoden zet ik in? Betalen bedrijven met IDEAL? Nou, meestal niet, maar soms ook wel. In B2B wordt meestal betaald via bankoverschrijving of creditcard. Of een zakelijk PayPal-account, daar is dan vaak de zakelijke creditcard aan gekoppeld.**



Op dit moment is er keuze uit meer dan 40 betaalmethoden. Maar welke B2B-betaalmethode is het meest geschikt? We vroegen het de experts.

### Het vertrouwde 'betalen op rekening'

De meeste bedrijven betalen nog steeds het liefst 'op rekening'. Nieuwe klanten gaan daarom door een kredietcheck en/of moeten een eerste bestelling vooraf (aan)betalen. Dit is een langlopend betaalproces dat niet zo goed aansluit op het laagdrempelig karakter van online aankopen doen.

### Betalen bedrijven ook via IDEAL?

In Nederland gaat 57 procent van de online betalingen via IDEAL. Het is veruit de meest populaire betaalmethoden onder consumenten. Maar betalen bedrijven ook met IDEAL? Pieter van Walsem, eigenaar van o.a. webshop Staalkabelstunter: 'Voor Staalkabelstunter hebben we ongeveer 30% B2B-bestellingen, deze gaan

meestal met IDEAL en anders bankoverschrijving. PayPal bieden wij ook aan.'

Wanneer betalen bedrijven met IDEAL? Is dat alleen bij kleine bedragen? Van Walsem: 'Het aankoopbedrag maakt eigenlijk niet uit. Als bedrijven het snel nodig hebben betalen ze gewoon met IDEAL. We maken zelfs regelmatig mee dat personeel het voorschiet.'

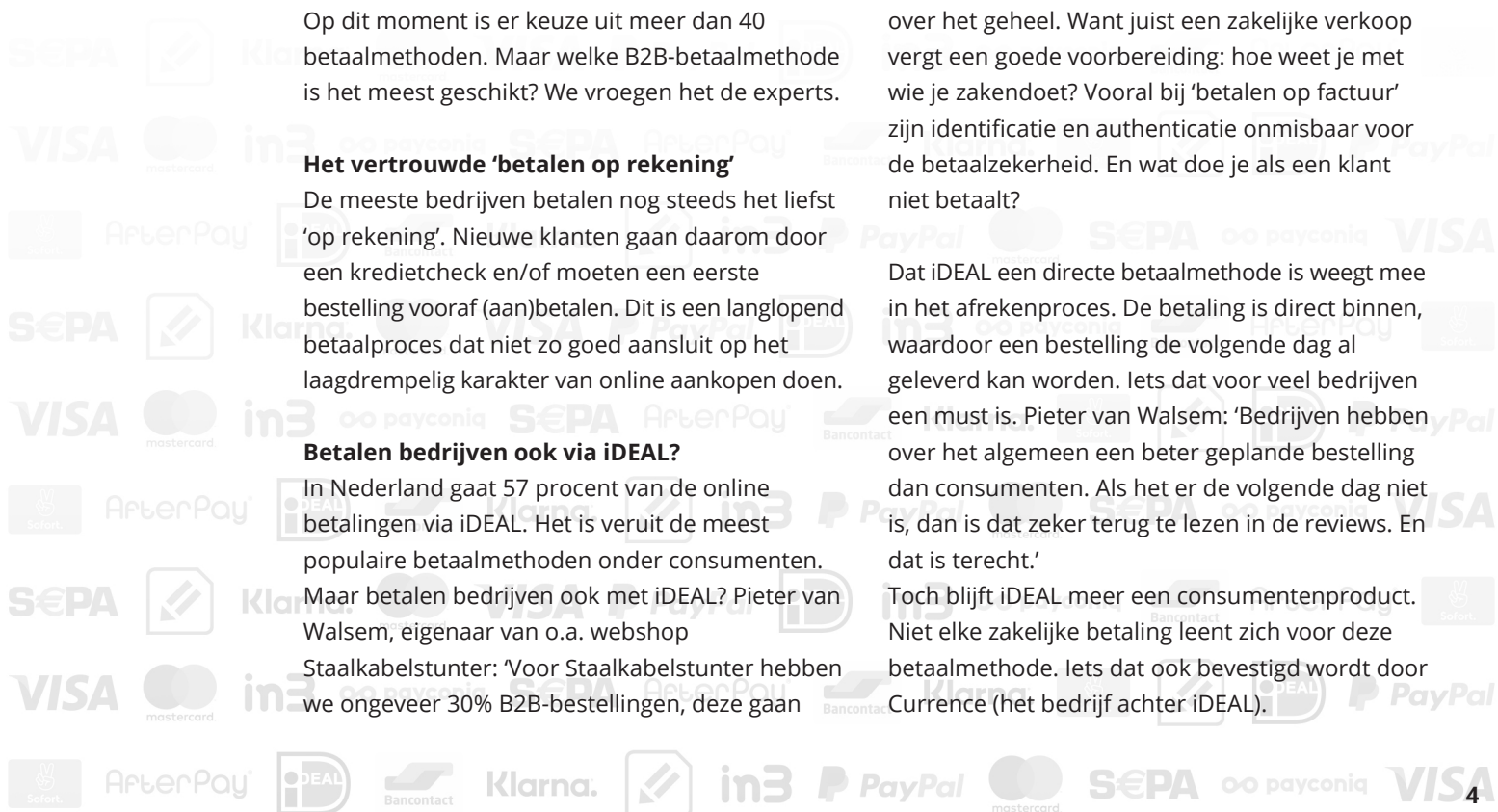
### Betaalgedrag

Een B2B-webshop of online omgeving starten? Laat je niet beperken tot één betaalmethode, maar een selectie te maken van diverse betaalmethoden in de check-out. Bijvoorbeeld: directe overboeking, PayPal, IDEAL, Mastercard, Visa, achteraf betalen en eventueel buitenlandse betaalmethoden zoals Bancontact of Sofort. Het betaalgedrag wijst dan vanzelf uit waar de voorkeur naar uit gaat.

Hiervoor moeten we verder kijken dan sec de betaalmethoden, maar naar de betaalstrategie over het geheel. Want juist een zakelijke verkoop vergt een goede voorbereiding: hoe weet je met wie je zakendoet? Vooral bij 'betalen op factuur' zijn identificatie en authenticatie onmisbaar voor de betaalzekerheid. En wat doe je als een klant niet betaalt?

Dat IDEAL een directe betaalmethode is weegt mee in het afrekenproces. De betaling is direct binnen, waardoor een bestelling de volgende dag al geleverd kan worden. Iets dat voor veel bedrijven een must is. Pieter van Walsem: 'Bedrijven hebben over het algemeen een beter geplande bestelling dan consumenten. Als het er de volgende dag niet is, dan is dat zeker terug te lezen in de reviews. En dat is terecht.'

Toch blijft IDEAL meer een consumentenproduct. Niet elke zakelijke betaling leent zich voor deze betaalmethode. Iets dat ook bevestigd wordt door Currence (het bedrijf achter IDEAL).



## BETAALMETHODEN

### Wereldwijd zakelijk betalen met PayPal

PayPal is een wereldwijd bekende en geaccepteerde betaalmethode. In Nederland heeft PayPal op dit moment 1,7 miljoen gebruikers. Daarmee komt de betaalmethode op de derde plek, na iDEAL en creditcard.

### Is PayPal een geschikte betaalmethode voor B2B-betalingen?

'Jazeker', antwoordt Jan Willem Roest, countrymanager PayPal Nederland. 'Met PayPal kunnen bedrijven gemakkelijk, veilig en snel een B2B-betaling doen en ontvangen. Onze B2B-betaaloplossing is beschikbaar in 203 landen.' Kopers kunnen met één klik betalen, zonder iedere keer een nieuw betaalformulier in te vullen. Niet alleen snelheid en gemak, maar ook veiligheid is een belangrijk speerpunt. PayPal beschermt niet alleen de koper, maar ook de verkoper. Seller Protection noemen ze dat.

**'Onze B2B-betaaloplossing is beschikbaar in 203 landen.'**

Jan Willem Roest,  
countrymanager PayPal Nederland



Bij het aangaan van een samenwerking tussen PayPal en een nieuwe klant (zowel particuliere en zakelijke klanten), doet PayPal een grondig 'know your customer'-onderzoek. Indien een verkoper niet voldoet aan zijn verplichting (het bestelde product/dienst tijdig leveren conform algemene voorwaarden) kan een koper een chargeback doen. Jan Willem Roest: 'In de praktijk zien we dat koper en verkoper contact met elkaar hebben indien een levering niet goed gaat en er doorgaans een oplossing wordt gevonden. Hierdoor is een chargeback niet nodig.'

Betalen op rekening? Dat is bij PayPal mogelijk via de 'authorize en capture' methode: het bedrag wordt gereserveerd en pas vrijgegeven na

levering. Ideaal voor groothandels en bouwbedrijven. PayPal kan ook gebruikt worden als betaalmethode voor automatische afschrijvingen, bijvoorbeeld voor zakelijke abonnementen. Anders dan bij iDEAL, het Belgische Bancontact of het Duitse Sofort, betaal je voor een transactie via PayPal een percentage aan kosten in plaats van een vast bedrag. Dit percentage is afhankelijk van de hoogte van het bedrag. Iets dat in de B2B behoorlijk kan oplopen. Je krijgt er daarentegen wel een veilige en snelle betaling voor terug. Bovendien vergroot je het bereik (en conversie) in de internationale markt.

### Veilig zakelijk betalen met creditcards

Daniel van Delft, countrymanager Netherlands bij Visa ziet de B2B-markt 'zeker groeien'. 'In alle eerlijkheid, voor dé ideale B2B-betaalmethode is nog ruimte op de markt', antwoordt Van Delft op de vraag of hij creditcards en daarbij specifiek Visa ziet als een B2B-betaaloplossing, 'Wij zien bij Visa zeker een groei in het B2B-segment. Je merkt dat bedrijven op zoek zijn naar meer veiligheid. Betaalmethodes die de kans op fraude verminderen winnen het aan populariteit. Zeker in het SME-kanaal.' (Small Medium Enterprise)

Mastercard lijkt het daar mee eens te zijn. Joost Boelaars, director product sales: 'Belangrijke voordeel van een B2B-creditcardbetaling is dat de transacties in een gecontroleerd 4-party systeem plaatsvinden en dat er duidelijke verantwoordelijkheden liggen. Daarnaast bieden zakelijke creditcards vaak de mogelijkheid om de betalingstermijn te verkorten, zonder dat de inning bij de inkoopende partij vervroegd wordt.'

**'We zien het B2B-segment zeker groeien.'**

Daniel van Delft,  
countrymanager Netherlands bij Visa



## BETAALMETHODEN

Daniel van Delft: 'Visa is zeker geschikt voor B2B. De reden ligt in de drie speerpunten van Visa: cashflow management, uitgebreide reporting (o.a. gecategoriseerd per merchant) en gegarandeerde betaling.'

Daniel ziet daarbij ook een toekomst voor de debitcard in B2B: 'Een uitkomst voor SME-klanten die niet de noodzaak zien om een krediet te nemen, maar wel de voordelen willen van een Visa Business Card.'

### Klantvriendelijk achteraf betalen

Als je op factuur betaalt, betaal je natuurlijk al achteraf. Achteraf betalen is inmiddels niet alleen enorm gestegen in acceptatie en populariteit, maar om het Stichting Thuiswinkel keurmerk te krijgen ook verplicht. Maar tot voor kort was dit niet zo vanzelfsprekend in Nederland, online aankopen werden in zowel B2C als B2B voornamelijk direct betaald. Je weet immers niet met wie je zakendoet. Daarom was de mogelijkheid om achteraf te betalen niet iets wat veel webwinkels aandurfde. Achteraf betaalmethoden als AfterPay, Klarna en AchterafBetalen (Focum) bieden daarin uitkomst. Zij nemen de factuur van de winkelier over. Maar acteren zij ook op de B2B-markt?

Robert Bueninck, general manager Benelux bij Klarna: 'In Duitsland en de Nordics wel. In Nederland nog niet.'

Focum lanceerde onlangs SmartPurchase, een betaalmethode waarbij bedrijven in de winkel kunnen kopen en achteraf kunnen betalen. Een pasje van de zaak dus. Bouwmarkt Hornbach had de primeur. Woordvoerder Focum: 'In het geval van Hornbach is de kaart enkel beschikbaar in het B2B-segment en is er een limiet gekoppeld aan de kaart. Bestedingen binnen de limiet kunnen dan vervolgens achteraf worden betaald.' Redmer de Vries, Business Development Manager AfterPay: 'Zeker, AfterPay faciliteert ook B2B-betalingen. 'Wij dragen het risico en verzorgen de facturatie.'

**'Waar achteraf betalen onder consumenten steeds populairder wordt, is dit voor zakelijke klanten al langere tijd de voorkeursmethode om te betalen.'**

Redmer de Vries,

Business Development Manager AfterPay 

Het is voor zakelijke klanten mogelijk af te rekenen met AfterPay tot een orderwaarde van €1.000,-. Het betalen van de factuur kan tot 30 dagen na de factuurdatum.'

Het betalen van de AfterPay factuur gaat voor bedrijven via een overschrijving, dat is anders dan voor consumenten, waarbij iDEAL gebruikt wordt.

### Betalen in delen

Je hebt directe betaalmethoden. En je hebt achteraf betaalmethoden. In3 (voorheen Capayable) is een combinatie hiervan. Met In3 betaalt de klant het eerste deel direct in de webshop, het tweede deel na 30 dagen en het derde deel na 60 dagen.

Het verschil met achteraf betalen? Patrick van de Graaf, oprichter In3: 'Met betalen in delen heb je minder fraudeurs, want die zien het niet zitten om een eerste termijn te betalen. Bovendien verifieer je hiermee ook direct de betaalrekening.'

'De betaalmethode is uitermate geschikt voor B2B, omdat er geen kredietrapport meer hoeft opgevraagd te worden. De kredietcheck gaat instant.' Hoe werkt dat? Het betalende bedrijf

### 'Waar checkt In3 op bij gespreide betaling in B2B?'

- **PD-rating:** de kans op wanbetaling op basis van o.a. de jaarrekening, het betaalgedrag en demografische kenmerken van het bedrijf.
- **Kredietlimiet:** tijdelijk waardeoordeel gebaseerd op de jaarrekening.
- **Betaalscore:** geeft aan tot op welke hoogte een organisatie haar facturen op tijd betaalt op basis van ervaringen van andere leveranciers.



geeft een KvK-nummer door en betaalt het eerste deel van het bedrag direct via iDEAL. Voor elke (volgende) deel-betaling wordt een factuur aangemaakt. Desgewenst met gegevens als een PO-nummer of andere kenmerken.

De kredietcheck gebeurt voor alle B.V.'s. Voor betalingen vanuit eenmanszaken of vof's geldt echter de consumentenkredietcheck.



## BETAALMETHODEN

Voor welke B2B-bedrijven is In3 geschikt? Op dit moment maken bouwmarkten, kantoorhandels, maar bijvoorbeeld ook cateringbedrijven gebruik van In3.

### Mobiele betalingen

Direct betalen vanuit je mobiele telefoon is in opmars. Tikkie is onder peer-to-peer betalingen al mainstream en betalen via QR wordt ook steeds meer commodity.

Apple Pay en Google Wallet zijn in Nederland nog niet actief. Maar apps als OK! en Payconiq (beiden gelanceerd in 2018) gaan naar alle waarschijnlijkheid wel terrein pakken. B2B zal hier nog even voor moeten wachten.

Sander Boonzaaijer, marketingmanager Payconiq: 'Op dit moment focussen wij ons echt op B2C-betalingen. En is er de mogelijkheid om P2P te betalen met je vrienden.'

### Overboeking (via betaallink of QR-code)

Meestal sturen bedrijven andere bedrijven een factuur. Een overboeking is op dit moment het meest gangbaar. De klant neemt het IBAN-nummer en tenaamstelling over en vermeldt uiteraard het juiste betalingskenmerk. Handmatig werk met risico op (typ)fouten.

Quick win? Geef een digitaal betaalverzoek mee met de factuur. Hoe? Door een betaalverzoek te versturen per e-mail met daarin een betaallink of betaalknop. Of stuur de klant een factuur per post met daarop een QR-code, deze leidt dan bijvoorbeeld naar een betaalpagina waar de klant de gewenste betaalmethode zelf kan selecteren.

Een iDEAL QR-code kan ook. Na het scannen van een iDEAL QR-code met de smartphone komt de klant uit in de internetbankieromgeving van de

*\*eMandate: ook wel digitale incassomachtiging.*

*Een oplossing waarbij je een betaalafpraak vastlegt. Hierdoor kunnen incasso's in B2B niet gestorneerd worden.*

eigen bank waar alle betaalgegevens al klaarstaan. Er hoeft alleen nog maar op akkoord geklikt te worden. Een 'gewone' QR-code kan ook, deze leidt dan bijvoorbeeld naar een betaalpagina waar de klant de gewenste betaalmethode zelf kan selecteren.

Nog meer winst behalen? Stuur een digitaal betaalverzoek en automatiseer het herinnering-proces via creditmanagement. Zo hoef je niet steeds te controleren of er is betaald en er achterna te mailen en bellen. Dat bespaart een flinke dagtaak. Hierover later meer.

### Automatische incasso en digitale machtiging

Incasso via SEPA Direct Debit is net als iDEAL een gegarandeerde betaalmethode, maar met een breder bereik, namelijk niet alleen in Nederland maar toepasbaar in alle SEPA-landen.

In combinatie met een eMandate\* is het op dit moment een geprefereerde betaalmethode in B2B. De verkoper hoeft niet passief af te wachten tot de rekening betaald is, maar kan de transactie zelf initiëren. Achteraf betalen is mogelijk. Bovendien is betalen via automatische incasso perfect voor herhaalbetalingen en goed te combineren met abonnementen.

Automatische incasso is ook ideaal bij het betalen van een rekening in delen. Stel je factureert een bedrag van 1200,- in gelijke delen van €100,- per maand. Dan is het veel werk om telkens een betaalverzoek te sturen. De oplossing? Het klaarzetten van een incassobatch met 12 keer de opdracht om €100,- te incasseren. Combineer dit met creditmanagement. Want lukt de incasso niet? Dan kun je de mislukte betaling opvangen met een nieuwe incassopoging of een alternatieve betaalmethode (bijvoorbeeld een betaallink per e-mail).

# Wie is de klant?

**Hoe weet je of een bedrijf betrouwbaar is? En hoe stem je je betaalproces hierop af?**



**Je kunt hiervoor het verkeerslichtmodel hanteren: groen licht voor bedrijven die reeds hebben bewezen een goede betaler te zijn. Oranje voor wie je niet zo goed kent en rood bij nog onbekende kopers.**

### Klantgroepen

B2B-partijen hebben vaak een vaste groep afnemers. Een vaste klant hoeft natuurlijk niet hetzelfde betaalproces te doorlopen als een nieuwe klant. (Denk aan het verkeerslichtmodel) Bovendien zijn er meestal staffel-, prijs- en betaalafspraken afgesproken. Door in te loggen op een e-commerce omgeving kan de betaalmethodie afgestemd worden per klant of klantgroep. Stel bijvoorbeeld in dat nieuwe klanten altijd eerst een aanbetaling of het totale bedrag moeten voldoen via iDEAL. Buitenlandse klanten kunnen een aanbetaling of voorlopige reservering doen via de creditcard. En bestaande klanten krijgen de mogelijkheid om achteraf te betalen, via een paylink of overboeking. Het segmenteren op klantgroepen bij het bepalen van de betaalwijze maakt de B2B-betaalstrategie soepeler en veiliger.

### Veiligheid

Vaak zie je dat achteraf betalen via automatische incasso ingezet wordt door diensten. Is er niet betaald? Dan kun je als aanbieder de dienst stopzetten. Dan is er misschien betaalachterstand, maar meer is er niet aan de hand. Met een product dat al geleverd is, is dat lastiger.

Andersom kun je het ook zien dat een product tastbaar is en daar is gemakkelijker garantie op te geven. Óf je hebt het ontvangen óf niet. Daarentegen of je een dienst in volle

tevredenheid hebt verkregen kan nog weleens discussie over bestaan. Niet voor niks geeft bijvoorbeeld PayPal alleen Seller Protection op producten. Ook In3 (betalen in delen) geeft de voorkeur aan productverkoop om de veiligheid van hun betaalmethode te garanderen.

### Verificatie, identificatie en authenticatie

Klopt het rekeningnummer? Klopt de tenaamstelling? Is het rekeningnummer actief? Je kunt dit controleren met een zogenaamde 1 cent transactie. Hiermee verifieer je dat het rekeningnummer een bestaat en niet geblokkeerd is (op het moment van betaling). Maar let op; dit is geen betaalafpraak en aan een 1 cent betaling kunnen daarom ook geen rechten ontleend worden. Het is enkel een verificatie.

Veel B2B-bedrijven maken gebruik van een log-in of een zogenaamde MijnOmgeving, de e-commerce omgeving is af te stemmen op de koper. De koper is in het proces van tevoren al geïdentificeerd en niet pas in de check-out.

De identificatie kan middels een KvK-nummer, een kopie ID, afschrift of bankpas. Old fashion 'aan de balie' of per post. Per mail of geautomatiseerde onboarding. Of supermodern, zoals de internetbank N26 doet, door de klant te bellen via FaceTime op zijn of haar mobiel. eHerkenning wordt ook door veel B2B-bedrijven, (voornamelijk overheidsinstellingen) gebruikt.



## VEILIGHEID EN AUTHENTICATIE

### Tokenization

Een token maakt het mogelijk dat de koper niet steeds opnieuw al zijn of haar gegevens hoeft te delen bij het inloggen of bij het aanschaffen van online producten of diensten.

Een bekend voorbeeld waarin tokens worden toegepast is de OV-chipkaart. Je geeft eenmalig je persoonlijke gegevens af en ontvangt in ruil daarvoor een OV-chipkaart. Met deze kaart kun je in heel Nederland inchecken in het openbaar vervoer. Zonder iedere keer opnieuw in te loggen of je bankgegevens af te hoeven staan. Dit kan doordat er een token in de kaart zit waarmee de identificatie en betaling automatisch verloopt tijdens het in- en uitchecken.

Als verkopende partij beschik je alleen over de informatie die nodig is voor het starten van de transactie. Naast dat het makkelijker is voor de

consument, loop je hierdoor minder risico dat gegevens misbruikt of gestolen worden doordat ze niet steeds opnieuw over de lijn gestuurd hoeven te worden. Iets in de tijd van privacy en veiligheid de moeite waard om te onderzoeken wanneer je als bedrijf veel recurring payments (op verschillende touchpoints) hebt.

### Betaalzekerheid

Veilig afrekenen is zowel voor de koper als verkoper belangrijk. Een veilige check-out, maar een goede up-time en breed aanbod van herkenbare betaalmethoden. Maar betaalzekerheid zit er ook in dat je weet wie de klant is, door goede authenticatie, het liefst één die het soepele betaalproces niet al te veel verstoort met onnodige hordes.

Betaalzekerheid heeft ook te maken met een back-up plan: wat als een rekening niet wordt betaald? Wat als de incasso (herhaaldelijk) mislukt? Welk (geautomatiseerd) plan heb je dan klaarliggen?



# Wat te doen bij uitval?

**Denkend aan het verkeerslichtmodel, wil je bij onbekende klanten wellicht een ander betaalproces hanteren dan bij bekende klanten. Een partij met groen licht krijgt wellicht meer tijd om aan de openstaande betaling te voldoen dan een nieuwe klant. Daarom is er steeds vaker vraag naar betaalherinneringen met een customized flow, waarbij zaken als betaaltermijn, administratiekosten en tone-of-voice variabel in te stellen zijn.**

### Authenticatie vooraf

Je kunt bij aanmaningen segmenteren per (risico) groep. Daarbij helpt het als je vooraf beter weet wie de klant is en hoe het zit met de kredietwaardigheid. Authenticatie helpt bij de kredietcheck en segmentatie vooraf. Daarbij kun je door te segmenteren op klantgroepen veel gerichtere betalingen innen. Stel bijvoorbeeld voor vaste klanten een andere betaalflow in, dan voor nieuwe klanten.

### Facturatie en betaalverzoeken

Facturatie gaat meestal vanuit het boekhoudsysteem. Verschillende boekhoudsoftware hebben een integratie met een Payment Service Provider (PSP). De transactie wordt door de PSP uitgevoerd en teruggekoppeld naar het boekhoudpakket. Zo heb je real-time inzicht in je betalingsverkeer.

Bij het digitaal versturen van een factuur is een bijgaand betaalverzoek per e-mail steeds gebruikelijker (zie het als de moderne versie van de acceptgiro). In deze e-mail is een betaalknop of betaallink opgenomen die uit komt op een beveiligde betaalpagina zoals je die kent van een webshop check-out. Een betaalknop opnemen in een factuur of betaalverzoek kan dikwijls ook rechtstreeks vanuit je boekhoudsoftware. Uiteraard is een betaallink ook in te zetten voor betaalherinneringen.

### Extra betaalkenmerken

Het versturen van een betaalverzoek per e-mail is hetzelfde voor B2C als voor B2B. Echter B2B heeft

vaak meer betalingskenmerken op de factuur. Zo is er een P.O.-nummer, een KvK-nummer en moet de tenaamstelling juist zijn. Ontbreekt er informatie? Dan raakt de factuur verdwaald en laat de betaling lang op zich wachten. Van belang is daarom dat er extra invulvelden zijn op de factuur en het betaalverzoek. Wil je dat deze extra gegevens zichtbaar zijn op de afschrijving? Geef dat dan door aan je PSP, deze kan helpen bij het doorvoeren van extra betaalkenmerken.

### Betaalherinnering of aanmaning

Is er iets misgegaan met een betaling? Dan moet je er als verkoper of afdeling finance achteraan. Misschien ligt de fout niet eens bij de klant, maar is de factuur naar een verkeerd (e-mail)adres verzonden. Of is het incasso niet gelukt, omdat het bankrekeningnummer niet klopt of volledig is. En daar kan veel tijd en werk in gaan zitten. De opvolging van onbetaalde facturen kan zelfs uitlopen op een administratieve dagtaak.

Een geautomatiseerde creditmanagement-oplossing is eigenlijk een must-have in het digitaliseringsproces. In een goede creditmanagement-oplossing zijn zaken als betaaltermijn, administratiekosten en tone-of-voice variabel in te stellen. Desgewenst per klantgroep.

### Voordelen van geautomatiseerd Credit Management voor B2B

- geen handmatig werk aan reconciliatie en uitval.
- gemiddeld inningspercentage van 97% waardoor overdracht naar incassobureau vaak niet nodig is.
- debiteurenadministratie volledig in eigen beheer, maar toch geautomatiseerd.

# De ideale B2B-betalstrategie

**B2B e-commerce zit in de lift. Deze branche zal in de komende jaren nog veel verder uitgroeien. Nu koopt misschien nog niet elk bedrijf online, maar in vele gevallen begint het wel met online oriëntatie. Dit vergroot de noodzaak om ook zakelijke klanten in elk geval de optie te geven om online aankopen te doen.**

**In een digitaliseringstraject komt natuurlijk meer kijken dan de betalingen alleen. E-commerce-specialisten hebben te maken met ERP-systemen, fulfilment, logistiek en catalogussen met honderden tot soms wel (tien) duizenden producten. Maar met de modulaire opzet (API) van de Payment Service Provider is het gemakkelijk in te pluggen op bestaande systemen.**

**Een B2B-betalstrategie, ook gezien cost-of-sale, is niet langer een nice-to-have maar een need-to-have. Want betalen is een belangrijk onderdeel van het aankoopproces. Laat je daarom adviseren over de ideale B2B-betalstrategie. En maak betalen voor je zakelijke klanten gemakkelijk!**

## *Met dank aan reactie en input van*

*Jan Willem Roest (PayPal), Daniel van Delft (Visa), Joost Boelaars (Mastercard), Redmer de Vries (AfterPay), Patrick van de graaf (In3), Robert Beuninck (Klarna), Rob Hoitink (iDEAL), Focum, Sander Boonzaaijer (Payconiq), Pieter van Walsem (Waltax / Staalkabelstunter), Frank Jongenotter (Buckaroo), Erik Serré (Buckaroo) en Maurits Dekker (Buckaroo).*

## **Bronnen**

*Graydon, De 4 belangrijkste scores in een kredietrapport.*

*Forrester, juni 2018 - What it takes to be a leader in B2B e-commerce*

*MT.nl, 3 juli 2018 - Tokens als betaalmiddel? Dit kun je ermee.*

*Thuiswinkel Marktmonitor, Q1 2018.*

---

Met ruim tien jaar kennis en ervaring is Buckaroo een toonaangevende Payment Provider van Nederland. Buckaroo ontzorgt in B2B-betalingen met een plug and play oplossing. Van authenticatie tot de betaling, inclusief het automatisch opvolgen van uitval en met inzichtelijke rapportages op klantniveau.

Voor meer informatie kijk op [www.buckaroo.nl](http://www.buckaroo.nl)



BUCKAROO