

Fem aspekter av att förhandla för att få försenade fakturor betalda

Alla som betalar för sent behöver olika incitament för att betala vad de är skyldiga.

En av de mest irriterande uppgifter företagare har är att driva in försenade betalningar. Det finns alltid kunder som inte betalar, oavsett hur många påminnelser du skickar.

Du vill kanske göra domstolssak av det hela, men det är kostsamt och knappast praktiskt att stämma alla som betalar för sent. Innan du vidtar rättsliga åtgärder är det värt att ta ett steg tillbaka för att komma två steg framåt. Du kan överväga att förhandla om flera viktiga aspekter av betalningsvillkoren för att komma fram till en kompromiss, som är rimlig nog för att kunderna ska betala och acceptabel nog så att du inte förlorar för mycket i intäkt.

Du kan kombinera och förhandla vissa aspekter samtidigt eller en i sänder. Nyckeln är att vara diplomatisk men att insistera på betalningsvillkoren. Förutsatt att de nya villkoren faller inom ramen för företagets policy ökar förhandlingar med kunder som utgör en standardrisk chansen att du får betalt.

1) Betalningsmetoder

Dina kunder kanske använder betalningsmetoder som du inte accepterar. Vissa kan föredra banköverföringar eller checkar medan andra använder betal- eller kreditkort.

Om du upptäcker att betalningsmetoderna är det enda som hindrar kunden från att betala dig, kanske du kan tänka dig att förhandla om alternativa betalningsmetoder så att kunden kan betala sina fakturor.

2) Hinder

Många företag har villkor som avskräcker kunder från att betala för sent. Ett exempel är att lägga till förseningsavgifter i betalningsvillkoren i avtalen och låta kunderna underteckna dem. Förseningsavgiften kan vara fast eller räknas upp med en viss ränta.

Om du använder sådana avskräckande medel kan du hoppas att kunderna borde vilja betala i tid. Även om de inte gör det kan de extra pengarna dämpa effekten på dina marginaler.

Idén om avskräckande medel kan verka lovande, men de fungerar inte alltid särskilt bra och ses ofta som en tvistefråga. I många fall inser du det först när du informerar kunden om att de nu måste betala exempelvis en förseningsavgift och säger att du tänker driva in den och det utestående beloppet. Det är mycket troligt att du provocerar fram hätska dispyter i stället för att få in det utestående beloppet plus straffbeloppet.

Så om dina kunder tillfälligt har hamnat i ekonomisk knipa och du inte får några resultat av att lägga på straffavgifter, kan du fundera på att förhandla om eller avsäga dig straffavgiften i utbyte mot omedelbar betalning.

3) Incitament

Många företag erbjuder också incitament för att kunderna ska betala tidigt. Ett exempel är att ge rabatt om kunden betalar före förfallodatumet.

Om du använder sådana incitament kanske du tror att det skulle uppmuntra till snabb betalning. Men i många fall anstränger det ditt kassaflöde.

Kunder som tänker betala för sent brukar inte betala tidigt bara för att få rabatt, och kunder som tänker betala i tid brukar utnyttja rabatten genom att betala tidigare. Du skulle alltså kunna tappa intäkter från kunder som skulle ha betalat i vilket fall som helst och även från kunder som inte betalar alls.

Ett bättre sätt att använda incitament är att bara förhandla om rabatter om kunderna inte har svarat på tidigare indrivningsförsök och om de går med på att betala direkt.

4) Förfallodatum

Om kunden och dennes skulder verkar inom vissa cykler är risken stor att du måste ta hänsyn till dessa cykler när du driver in fakturor som skulle ha betalats för länge sedan.

Du kan förhandla med kunderna om att förlänga förfallodatumet för de utestående fakturorna. I stället för att välja standardperioder som 30 eller 60 dagar kan du försöka komma överens om tidsramar som följer dina kunders arbetscykler och som lämpar sig för dig.

Genom att komma överens om nya förfallodatum minskar du osäkerheten kring kundernas betalningsbeteende, och dina kunder känner till inom vilka tidsramar de behöver få ordning på sin leverantörsreskontra.

Undvik att göra utökade betalningsperioder till norm genom att ställa upp villkor för när du kan tänka dig att förhandla. Det kan röra sig om att de utestående beloppen behöver överstiga vissa tröskelvärden, att dina kunder inte har svarat på tidigare indrivningsförsök och att de går med på att hålla sig till de nya förfallodatumen.

5) Avbetalningsplaner

Om dina kunder har stora problem med kassaflödet och informerar dig om att de inte kan betala hela de utestående fakturorna är det bäst att låta dem betala av genom att upprätta avbetalningsplaner åt dem.

Att acceptera det som går att driva in på kort sikt genom avbetalningsplaner är bättre än att behöva skriva av skulderna om kunderna får ännu värre likviditetsproblem.

Tänk på det följande när du ställer upp en avbetalningsplan.

- Tidsramarna bör vara långa nog för att kunden ska kunna hantera avbetalningarna, men inte så långa att de sätter press på ditt kassaflöde.
- Kunden bör göra en avbetalning när avbetalningsplanen fastställs för att visa att de är villiga att hålla sig till avtalet.
- Kunden kan ge dig checkar eller växlar enligt de fastlagda milstolparna när avbetalningsplanen fastställs.
- Den detaljerade avbetalningsplanen och andra relevanta villkor bör tas med i ett avtal som undertecknas av dig och kunden. Detta fungerar som en skuldbekräftelse om du vidtar rättsliga åtgärder senare.

Eftersom varje kund och faktura är unik behöver du ibland bara förhandla om en av de fem aspekterna ovan, och ibland behöver du diskutera betalningsvillkoren mer än en gång. Om du har många kunder som upprepade gånger är sena med betalningen kan det vara besvärligt att förhandla med dem var och en. Med begränsade resurser har inte många företag råd att gå igenom processen med att "bedöma, förhandla och följa upp" gång efter gång.

Dessutom bör du vara försiktig och inte erbjuda kunderna alltför förmånliga betalningsvillkor. Enstaka undantag bör inte bli rutin. Gå inte med på orimliga kompromisser till förmån för kassaflödet.

Om det tar för mycket tid att kräva in fakturor som förföll för länge sedan, eller om dina förhandlingar inte har lett till att du har fått betalt, kan du be om hjälp utifrån.

Ett erfaret och professionellt inkassoföretag som använder rätt metoder kan övertyga dina kunder om att betala och samtidigt bibehålla er affärsrelation.

Med Atradius Collections kan du använda vår onlinetjänst för att

- direkt ta reda på hur mycket det kostar att driva in obetalda fakturor. [Här kan du få en kostnadsfri offert](#)
- låta ett team med professionella indrivare runtom i världen hjälpa dig
- se uppdateringar i realtid om hur indrivningen går.

Indrivningsexperter inleder förhandlingarna om betalningsvillkor med slutresultatet i åtanke. De vet när de ska ingå avtal, när de ska eskalera och när de ska komma till avslut och kan därmed hjälpa dig att öka chansen att du driver in betalningar. Än viktigare är att de frigör tid och resurser som du behöver för att få verksamheten att växa.