

Minimerade kundförluster

Fem enkla steg för smartare kredithantering



Minskade förluster, maximerade möjligheter

Kredithantering handlar om att identifiera, bedöma och minimera riskerna för sena eller uteblivna betalningar. Målet är bättre kontroll över kassaflödet och precisare underlag för större och säkrare affärer.

Föreställ dig ett litet företag som tillverkar en speciell typ av regnjackor. De har svårt att hålla några ordentliga vinstmarginaler eftersom deras jackor är tillverkade av miljövänliga – men dyra – material och deras tillverkningsprocess bygger på ovanligt många manuella moment. I konkurrens med storproducenter får de nöja sig med att ha arbetat upp en marginal på fem procent.

Tänk sedan att företaget får in en order på 100 barnjackor à 500 kronor från en liten butikskedja. Jackorna levereras som de ska och en faktura på 50 000 kronor går iväg. Betalningen dröjer. Och dröjer. En dag kommer beskedet att butikskedjan har försatts i konkurs. För vårt jackföretag innebär detta att de går miste om intäkten på 50 000 kronor.

Säljarna kavlar upp ärmarna för att skapa försäljning som täcker förlusten. Men hur mycket behöver de egentligen sälja för att göra det? Ja, inte är det så lite som 50 000 kronor i alla fall. För att kunna tillverka jackorna krävdes inköp av material, kostnader för personal i tillverkning och en del andra utgifter i form av exempelvis sälj och administration.

Faktum är att det med en vinstmarginal på fem procent krävs en försäljning på 1 000 000 (!) kronor för att hämta hem förlusten på 50 000 kronor.

Även om klädföretaget inte finns på riktigt, så är detta ett bra exempel på varför kredithantering är så viktigt. Vårt fiktiva lilla företag hade nämligen med stor sannolikhet kunnat undvika förlusten om de fångat upp signalerna på att butikskedjan var på väg mot konkurs innan de godkände ordern.

Alla företag drabbas någon gång av uteblivna betalningar. Det går inte att eliminera kundförlusterna, men däremot finns stora möjligheter att minimera risken att drabbas. Allt som krävs för att skilja de stabila kunderna från de mindre pålitliga är ett systematiskt arbete med rätt strategier och rätt verktyg.

Det handlar om att behärska kredithanteringens ädla konst. Den som gör det reducerar inte bara risken för kundförluster, utan maximerar även möjligheterna till större och säkrare affärer. För modern kredithantering går inte bara ut på att undvika risker – utan även om att lära sig bedöma när det faktiskt är läge att satsa.

Fem steg till smartare kredithantering

1

Hitta rätt kunder

Det första steget för att minska risken att drabbas av kreditförluster handlar om att göra ett bra urval av kunder. En genomtänkt kreditpolicy som är förankrad i hela organisationen lägger grunden för effektiv kredithantering.

90 %

Med rätt verktyg för kreditbedömning är det möjligt att förutse 9 av 10 konkurser minst ett år i förväg.

2

Identifiera

En förutsättning för stabila och säkra affärer är att veta vem kunden är. Därför gäller det att känna till de vanligaste bolagsformerna och hur förutsättningarna för affärer med företag i respektive bolagsform ser ut.

3

Granska

En stor del av kredithanteringen handlar om att granska och bedöma en kunds förmåga att göra rätt för sig. Kreditupplysningen samlar information om ett företags betalningsförmåga, ålder/ verksamhet, ägare och ekonomi.

4

Bevaka

Det kan hända mycket i ett företag på kort tid. Därför är det inte bara viktigt att kolla upp nya kunder, utan även att bevaka hur betalningsförmågan ändras över tid hos de befintliga kunderna. Och agera när det behövs.

50 %

Så många som upp till 50 procent av svenska företag har omfattande likviditetsutmaningar.

5

Analysera

När det finns tillräcklig information om de enskilda kunderna gäller det att lyfta blicken och analysera hur risken fördelar sig över hela kundstocken. Kanske är det läge att säga hej då till ett antal riskkunder? Då leder loopnen tillbaka till det första steget av kredithantering igen – till att hitta rätt kunder.



Steg 1:

Hitta rätt kunder

Det första steget av kredithanteringsprocessen handlar om att identifiera målgrupper och göra ett bra urval av potentiella kunder. Men det räcker inte med att de potentiella köparna är intresserade av era tjänster eller produkter, de måste givetvis också kunna betala för dem.

Det handlar helt enkelt om att kunna stoppa affärer som är för riskabla, utan att gå miste om fina möjligheter på grund av osäkerhet kring potentiella kunders betalningsförmåga. En genomtänkt kreditpolicy tar er en bra bit på vägen.

Värdet av en kreditpolicy

En kreditpolicy är ett dokument med riktlinjer som syftar till att maximera försäljningen och minimera risken för kundförluster. Kreditpolicyn ger riskhanteringen struktur genom att slå fast vilka kriterier som gäller kring kreditgivning, men kan också innehålla riktlinjer för de tillfällen då det krävs mer flexibilitet så att rätt kund får rätt villkor.

Frågan "Har ni en kreditpolicy?" besvaras med ett tydligt "ja" av många svenska företag. Svaret på följdfrågan om kreditpolicyn är välkänd i organisationen ger dock ofta mindre tvärsäkra svar.

Precis som alla andra policydokument ska givetvis en kreditpolicy vara väl förankrad. Var och en som kommer i kontakt med policyn ska förstå både vad den innehåller

och hur den påverkar hens område. Inte minst är det viktigt att säljarna känner till vilken kredit de kan lämna till vilken kund, eftersom det ofta är just säljarna som har den första kundkontakten. Det handlar helt enkelt om att fatta optimala affärsbeslut.

Att göra en kreditpolicy behöver inte vara komplicerat. Den ska helst vara kortfattad och lättillgänglig – vilket förstås underlättar när den ska förankras internt – för att sedan kompletteras med detaljer och fördjupningar inom vissa specifika områden i ett senare skede.



Visste du...

... att 7 av 10 företag har en kreditpolicy. Av dem har bara tre förankrat den i verksamheten. Detta trots att strukturerade betalningsrutiner gör att kunderna betalar snabbare.

Grunden för en kreditpolicy kan helt enkelt vara att besvara dessa frågor:

- Vilket ansvar och vilka befogenheter ska ekonomi- respektive säljavdelning ha i företaget?
- När ska en kreditupplysning göras och vilka kunder ska vi bevaka?
- Hur ofta ska vi fakturera och när ska påminnelse skickas ut?
- Ska vi anlita inkasso och när?
- Vilka åtgärder ska vidtas vid olika varningssignaler?
- Hur hög kredit ska kunderna få och vilken kredittid ska de erbjudas?

En kreditpolicy bör även innehålla konkreta mål, som till exempel att få ner den faktiska kredittiden. Utöver den uttalade kredittiden på fakturan tillkommer en "dold kredittid" mellan leverans och fakturering som kan ofta förkortas genom effektivare interna rutiner. I praktiken får man dessutom räkna med att vissa kunder – beroende på rutiner eller betalningsvilja/-förmåga – betalar efter den angivna betalningsdagen. Att tydligt informera kunderna om betalningsvillkoren kan vara ett sätt att få betalt snabbare.

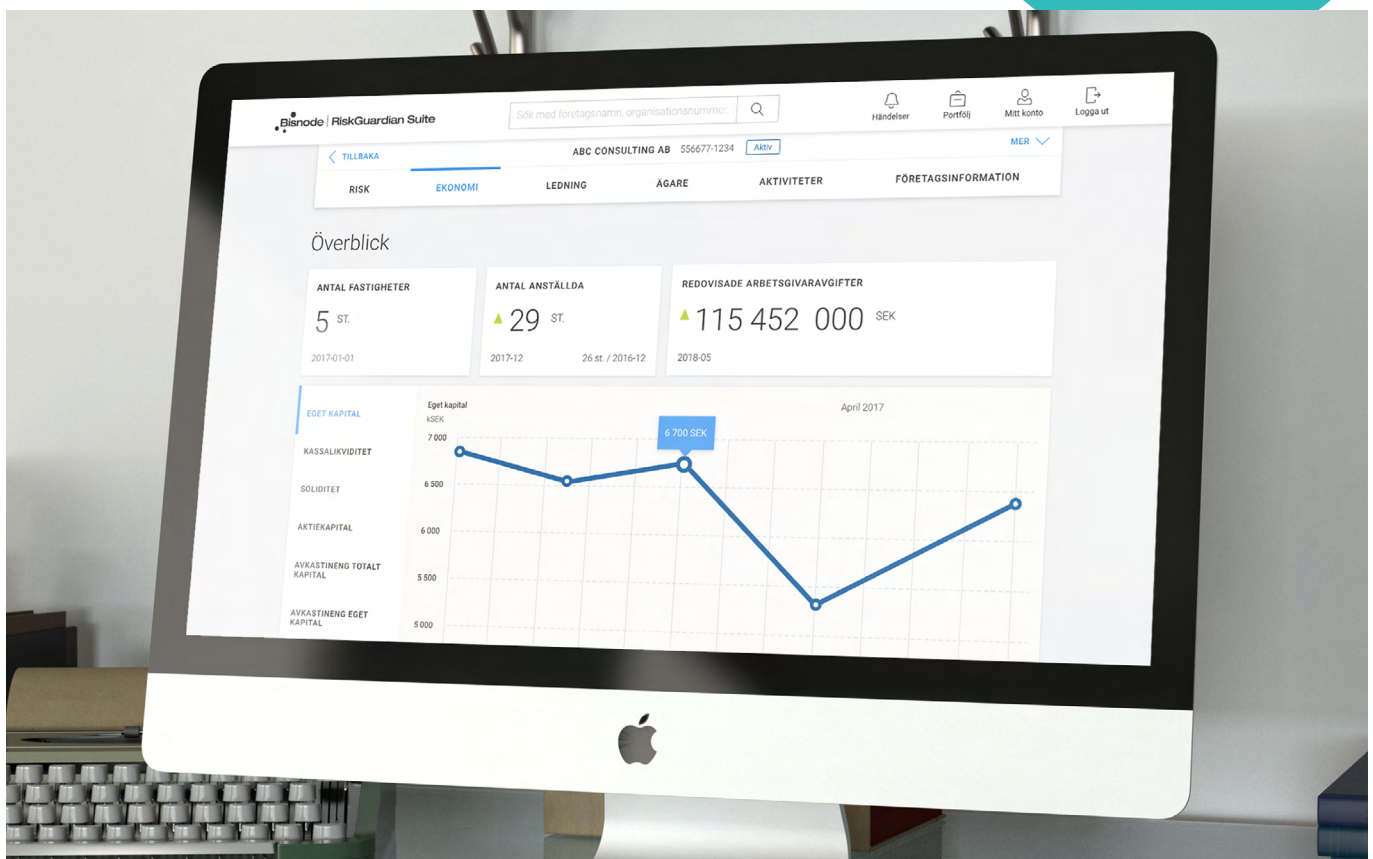
Olika gräns för olika kunder?

En del av kreditpolicyn handlar om att ange hur hög generell kredit ni ska ge era kunder. Ibland finns dock anledning att göra undantag. En limit är en kreditram som sätter gränsen för ett högsta kreditbelopp mot en enskild kund.

I en kreditupplysning anges vilken generell limit ett specifikt företag har. Den kan ses som en rekommendation eller ett förslag, men om det är en extra viktig kund kan det finnas anledning att sätta en högre limit – så länge man är medveten om att även risken ökar, förstås.

Tänk på...

... att en limit kontinuerligt måste revideras: en lägre rating eller högre risk kan innebära att limiten bör ändras.





Steg 2:

Identifiera

En grundläggande förutsättning för riskbedömningen är att veta vem det är man gör affärer med. Att titta närmare på de vanligaste bolagsformerna och identifiera förutsättningarna för respektive bolagsform är därför nästa steg av kredithanteringsprocessen. De olika bolagsformerna innebär nämligen olika typer av risker som det gäller att vara medveten om så att de antingen kan undvikas – eller tas med i beräkningen.

De vanligaste bolagsformerna

AKTIEBOLAG

Eftersom ett aktiebolag är en egen juridisk person finns en tydlig skiljelinje mellan företaget och ägarna som privatpersoner. Till skillnad från exempelvis ett handelsbolag – där ägarna har ett personligt betalningsansvar – finns därför normalt sett inte mer pengar att hämta än de som finns i bolaget när ett aktiebolag går omkull.

Värt att notera är också att bolagsformen kräver ett aktiekapital om minst 25 000 kronor och att ägarnas risk begränsas till denna insats (Den 1 januari 2020 sänktes kravet på det lägsta tillåtna aktiekapitalet i privata aktiebolag från 50 000 kronor till 25 000 kronor). Beloppet är dock i praktiken en buffert som inte skulle räcka särskilt långt för många företag om det skulle uppstå ekonomiska problem.

Om ett företag börjar förbruka aktiekapitalet är det ett mycket tydligt tecken på ekonomiska problem. Uppstår en situation där enbart halva summan är kvar, så är styrelsen

skyldig att vidta åtgärder för att få kontroll över situationen och återställa aktiekapitalet.

HANDELSBOLAG

Här har ägarna ett obegränsat solidariskt ansvar, vilket i praktiken bland annat innebär att en kund som har en obetald fordran till bolaget kan gå till vem som helst av ägarna för att kräva in skulden.

Vid affärer med ett handelsbolag är det därför viktigt att kolla upp bolagsmännen lite extra, eftersom risken är kopplad till personerna bakom bolaget.

”De olika bolagsformerna innebär nämligen olika typer av risker som det gäller att vara medveten om så att de antingen kan undvikas – eller tas med i beräkningen.”

KOMMANDITBOLAG

Kommanditbolag är en form av handelsbolag, men med den viktiga skillnaden att det finns två olika typer av delägare. Minst en av delägarna ska ha ett obegränsat ansvar och är då komplementär (jämför bolagsmännen i ett handelsbolag). Den som i stället är kommanditdelägare riskerar enbart den egna insatsen i bolaget. Upplägget används till exempel av företag som vill knyta till sig nyckelpersoner som delägare utan att de behöver ta på sig ett obegränsat ekonomiskt ansvar.

Viktigt att tänka på vid affärer med kommanditbolag är alltså att det är den ägare som är komplementär som ytterst kan krävas på obetalda skulder.

ENSKILD FIRMA

Detta är den vanligaste bolagsformen i Sverige, där näringsidkaren har ett personligt ansvar för företagets skulder. Värt att notera är att enskilda firmor ytterst sällan upprättar årsredovisningar och om man vill granska räkenskaperna gäller det att titta på näringsidkarens självdeklaration med bilagor.

Kort om organisationsnummer

När det gäller identifiering av bolag kan det vara bra att känna

till att även om ett bolag byter namn, så kommer det alltid ha kvar samma organisationsnummer. Man kan säga att det fungerar som företagets personnummer.

Den internationella motsvarigheten till organisationsnumret heter [DUNS-nummer](#) och är ett unikt niosiffrigt registreringsnummer som underlättar identifieringen av företag eller filialkontor. Bakom detta internationella system ligger [Dun&Bradstreet](#), och hittills har det upprättats nummer för fler än 280 miljoner företag.

Tips!

Vid kreditbedömning av kommanditbolag gäller det att kunna bedöma komplementären, eftersom det är den personen eller det företaget som det går att kräva betalt av.

Tips!

Enskilda firmor upprättar mycket sällan årsredovisningar. Vill man granska räkenskaperna får man i stället be kunden om mer information, till exempel i form av hens självdeklaration.



Steg 3:

Granska

Nu är det dags att titta närmare på det som de flesta förknippar med kredithantering, nämligen själva granskningen. Det handlar om en noggrann bedömning av betalningsförmågan hos ett bolag eller en privatperson. En stor del av arbetet i kredithanteringsprocessen sker under detta granskningsmoment som helt enkelt går ut på att kontrollera kundens kreditvärdighet.

Kreditupplysningen

Ett mycket användbart verktyg vid granskning av kundens betalningsförmåga är kreditupplysningen. En kreditupplysning innehåller nämligen information som enligt Datainspektionens definition "ska ge en bild av den registrerades betalningsvilja och betalningsförmåga". Kreditupplysningen ger alltså en heltäckande sammanfattning av en kunds ekonomiska förutsättningar att kunna betala sina fakturor.

I kreditupplysningen ingår information inom fyra huvudområden: Betalningsförmåga, Ålder/verksamhet, Ägare/ledning och Ekonomi.

Även om informationen är fritt tillgänglig behöver den behandlas för att bli användbar och ge relevanta insikter. Det är här kreditupplysningsföretaget kommer in i bilden, med analys, värdering och paketering.

KREDITUPPLYSNINGEN DEL 1:

Betalningsförmåga

Betalningsanmärkningar är ett samlingsbegrepp för olika händelser som tyder på att ett bolag eller en person inte har skött sina betalningar. Själva skulden kan ha reglerats, men betalningsanmärkningarna ligger kvar i fem år för juridiska personer och tre år för fysiska personer. Det här är förstärkt information som är ytterst intressant för kreditbedömningen.

Dessa händelser visas som betalningsanmärkningar i kreditupplysningen:

- Betalningsförelägganden (utslag) – när Kronofogden har fastställt att en person eller ett företag är betalningsskyldig mot en annan person/företag.
- Restförda skatter och avgifter – skulder till det offentliga som uppstått efter exempelvis försenad eller utebliven skatteinbetalning.
- Tredskodomar – en dom i ett mål som uppstått efter att den ena parten uteblivit från en domstolsförhandling.
- Utmättningsförsök – misslyckade utmätningar av Kronofogden där tillräckliga tillgångar inte kunnat beslagtas för att täcka skulden.
- Konkurs – här har det gått så långt att företaget inte bedöms kunna betala sina skulder. Såväl företaget självt som någon som bolaget har en skuld till kan lämna in en konkursansökan till Tingsrätten.

D&Bs Betalnings- index

Om ett bolag blir allt långsammare med att betala sina fakturor kan det vara ett tidigt tecken på att ekonomin börjat försämrats. D&Bs

nyckeltal Betalningsindex har fokus på detta, och kan därmed vara ett användbart verktyg i kreditbedömningen.

[Betalningsindex](#) bygger på samarbete mellan många av de största företagen i Sverige, som delar med sig av information om hur snabbt deras kunder betalar.

Informationen används för att ta fram ett nyckeltal – betalningsindex – som visar när ett företag betalar sina fakturor i förhållande till förfallodagen. Det är ett viktat index, vilket betyder att fakturor med högre belopp har större påverkan på resultatet.

Det går också att se om

trenden går mot senare eller snabbare betalningar och hur bolaget ligger till i förhållande till branschen i övrigt. Att veta vilka kunder man ska bevaka lite extra kan vara avgörande för kassaflödet.

VIKTIGT ATT TÄNKA PÅ

Värt att lägga på minnet är att företag med ekonomiska problem ofta hellre betalar sina leverantörer (betalningsförelägganden) än restfördä skatter och avgifter. Om det börjar dyka upp anmärkningar som rör skatter är risken stor att kunden snart även släpar efter med obetalda fakturor.

Det är även bra att undersöka tidsaspekten. En färsk skuld är allvarligare än en gammal och har det gått mindre än ett år sedan en betalningsanmärkning är sannolikheten stor att det dyker upp fler. Ta detta som en varningssignal även om det bara handlar om små belopp.

Ytterligare en aspekt som är viktig att kontrollera är om det finns ett skuldsaldo hos Kronofogden. Det innebär att det finns en eller flera skulder som fastställts men som inte har återbetalats. Detta är ett tydligt tecken på att ett företag eller en privatperson verkligen har en svag betalningsförmåga. I sammanhanget skiljs mellan enskilda mål (e-mål) som gäller skulder till andra personer och företag och allmänna mål (a-mål) som avser skulder till stat, kommun och landsting (restfördä skatter och avgifter).

KREDITUPPLYSNINGEN DEL 2:

Ålder/verksamhet

Även när det gäller ett företags ålder och verksamhet finns ett antal aspekter som är viktiga att ha koll på vid kreditbedömningen.

UNGA FÖRETAG

De flesta företag har sin mest kritiska period de första fyra åren. Många som startar ett nytt företag har en buffert och är beredda på att avstå från att ta ut någon lön på ett tag – men det finns en gräns då verksamheten måste börja rulla på med ett bra intäktsflöde. Efter fyra år brukar risken för dålig betalningsförmåga minska, i alla fall ur åldersperspektivet.

AVREGISTRERAD FÖR F-SKATT

Ett företag som är registrerat för F-skatt har ansvar för att redovisa och betala in skatt och sociala avgifter. Om detta inte sköts kan Skatteverket dra in F-skattebeviset, vilket är en tydlig signal på att ett företag antingen slarvar med sin ekonomi eller på att det finns likviditetsproblem i företaget. Oavsett vilket påverkas förstås kreditbedömningen negativt.

ÅTERKALLAT UTSKÄNKNINGSTILLSTÅND

När det gäller kunder i restaurangbranschen är det smart att hålla koll på utskänkningstillståndet. En vanlig anledning till att restauranger blir av med tillståndet att servera alkohol är nämligen att de har obetalda skatter eller andra skulder. Även om det finns andra orsaker till att tillståndet har dragits in kan effekterna ha stor påverkan på ekonomin, eftersom kunden förlorat en viktig intäktskälla och dessutom riskerar att få färre gäster.

Pålitliga källor bakom kreditupplysningen

En kreditupplysning bygger till stora delar på information från offentliga källor. Det är alltså inte uppgifter som är hemliga, utan vem som helst skulle kunna begära in samma information.

Här är de viktigaste källorna – och exempel på vilken information de kan erbjuda.

Bolagsverket Många olika typer av bolagsdata, bland annat årsredovisningar och information om styrelser.
SCB SNI-koder, det vill säga en branschindelning som gör att man kan jämföra ett företags resultat med branschkollegornas.
Lantmäteriet Bland annat uppgifter om vem som äger en viss fastighet, vilket

taxeringsvärde fastigheten har och om det finns särskilda rättigheter knutna till fastigheten.
Skatteverket Inkomst- och skatteuppgifter.
Kronofogden Händelser som noteras som betalningsanmärkningar, till exempel utslag i mål om betalningsföreläggande, restfördä skatter och avgifter eller misslyckade utmätningsförsök.
SPAR (Statens person-adressregister) Identitetsuppgifter

som exempelvis namn, personnummer och adress.
Folkhälsomyndigheten Information om utskänkningstillstånd, eftersom ett återkallat tillstånd kan påverka ekonomin väsentligt.
Även om informationen är fritt tillgänglig behöver den behandlas för att kunna bli användbar och ge relevanta insikter. Det är här kreditupplysningsföretaget kommer in i bilden, med analys, värdering och paketering.

KREDITUPPLYSNINGEN DEL 3:

Ägare/ledning

Information om bolagsstyrelsen är central i kreditbedömningen. Det finns till exempel tydliga kopplingar i mindre företag mellan företagets kreditförmåga och styrelseledamöternas ekonomiska historik. Som styrelseledamot har man också ett långtgående personligt ansvar för att förvaltningen av bolaget sköts korrekt.

De fyra viktigaste varningssignalerna kring ett företags ledning:

- 1 Styrelse saknas/ej behörig styrelse. Innebär i praktiken att det inte finns någon behörig företrädare för företaget – vilket givetvis är en varningssignal. Det kan såklart finnas legitima anledningar till att hela styrelsen hoppat av, så detta behöver inte nödvändigtvis vara ett tecken på att något är fel. Men det är helt klart något som motiverar en granskning av de bakomliggande orsakerna och av hur företaget egentligen mår.
- 2 Total styrelseändring. Detta behöver inte vara en signal på att företaget inte sköts ordentligt, men det bör kontrolleras. Det kan ju till exempel bero på att företaget har blivit uppköpt och den nya ägaren vill ha en annan styrelse.
- 3 Stor omsättning av styrelseledamöter. Även om det går att hitta rimliga förklaringar till varför ledamöterna ofta byts ut, så får det konsekvenser för företagets långsiktiga styrning och är därför en varningssignal.

4

Privat historik hos ledamöter. Finns privata betalningsanmärkningar, skuldsaldon, misslyckade utmätningsförsök eller tidigare konkursengagemang hos någon av styrelseledamöterna? Då finns all anledning att noga kontrollera så att företaget inte följer samma mönster.

Mer eller mindre risk för koncernbolag?

Om bolaget ingår i en koncern brukar det innebära minskad kreditrisk, men det finns undantag. Har andra företag inom koncernen gått i konkurs bedöms risken tvärtom vara förhöjd. Det gäller därför att se helheten vid bedömning av koncernbolag.



D&B kreditupplysning

I en [kreditupplysning](#) från D&B RiskGuardian ingår – utöver informationen från de offentliga källorna – egna uppgifter om bland annat hur många upplysningsförfrågningar som ställts till D&B om företaget eller personen.



Ekonomi

Företagens årsredovisning är en given guldgruva vid kreditbedömningar. Resultat- och balansräkning, noter, förvaltnings- och revisionsberättelse – tillsammans ger dessa en mycket bra bild av bolagets räkenskaper, ekonomi och förvaltning.

För att kunna dra slutsatser om hur väl ett företag presterar är det också bra att titta på olika typer av nyckeltal. Ett nyckeltal kan exempelvis användas vid jämförelser med andra företag i samma bransch eller för att se trender över tid.

FEM NYCKELTAL FÖR KREDITBEDÖMNING:

- 1** Kassalikviditet – den kortsiktiga betalningsförmågan.
Anger hur mycket pengar som finns eller är på väg in i företaget i relation till de kortfristiga skulderna. Värdet ska helst ligga över 100 procent (mer tillgångar än skulder).
- 2** Soliditet – den långsiktiga betalningsförmågan.
Här är det lite svårare att sätta en tumregel för värdet. Vad som är en tillräcklig nivå beror mycket på bransch och typ av företag, men ett värde runt 30 procent är som regel fullt acceptabelt.
- 3** Avkastning på totalt kapital – hur väl kapitalet förräntas.
Ett tips är att jämföra med medianen för branschen. Vad som är en okej nivå varierar mellan olika branscher och påverkas även av företagets kapitalstruktur.
- 4** Genomsnittlig skuldränta – kostnader för skulder (inklusive räntefria skulder). Vad som är en acceptabel nivå avgörs bland annat av företagets avkastning. Genomsnittlig skuldränta används också för att räkna fram nyckeltalet riskbuffert (se nedan).
- 5** Riskbuffert – hur mycket avkastningen överstiger skuldräntan. Här är gränsen tydlig för vad som är ett bra respektive mindre bra värde. Riskbufferten ska ligga över nollstrecket, annars kostar finansieringen av företaget mer än vad företaget avkastar.

AKTIEBOLAG, REVISORSPLIKT OCH REVISORSANMÄRKNINGAR

Ett aktiebolag är skyldigt att sköta bokföringen och upprätta en årsredovisning, som sedan blir en offentlig handling hos Bolagsverket. Bolaget har som regel även revisionsplikt och en revisorsanmärkning kan innebära att årsredovisningen inte ger en rättvisande bild av företagets ekonomiska ställning eller att skatter och avgifter inte betalats i tid. Företag som fått en revisionsanmärkning är mer benägna att gå i konkurs och kombinationen av en revisorsanmärkning och byte av revisor är en tydlig varningssignal.

För att underlätta för småföretagare finns dock en möjlighet till undantag från revisorsplikten, en möjlighet som majoriteten av de nystartade aktiebolagen tar tillvara på. Det är i sig inte en varningssignal. Däremot är det bra att vara medveten om att en viktig kontrollfunktion försvunnit när det saknas en revisor som granskar räkenskaperna och skötseln av bolaget.

Tänk på...

... att i mindre bolag är informationen om styrelseledamöter minst lika relevant som företagets ekonomiska ställning

Tänk på...

... att ett bolag inte behöver ingå i en koncern bara för att de har koncernnamnet.
... att kontrollera koncerninterna mellanhavanden, till exempel fordringar.
... att om moderbolaget har dålig ekonomi så är risken stor att det inte kan hjälpa sina dotterbolag.

Tänk på...

... att företag som fått revisionsanmärkningar är mer benägna att gå i konkurs.
... att kombinationen revisorsanmärkning och byte av revisor är en tydlig varningssignal.

AAA – träffsäkert ratingsystem

Ytterligare ett verktyg i granskningsprocessen är kundens kreditrating, eller kreditbetyg som det också kallas. Det visar kreditvärdigheten på lång sikt och anger sannolikheten att företaget kommer kunna klara av sina framtida betalningar. Kreditratingen gör det enkelt att skilja mellan stabila företag och de som inte är lika tillförlitliga.

[D&B AAA-rating](#) är den branschledande ratingmodellen och hämtar information från ett stort antal externa källor (bland annat Bolagsverket, Skattemyndigheten, Kronofogdemyndigheten och Tingsrätterna) samt från D&Bs egna system.

Så här ser skalan ut för D&Bs ratingmodell AAA:

- AAA – det högsta kreditbetyget som enbart tilldelas aktiebolag. Kräver en omsättning över två miljoner, att företaget har varit verksamt i minst tio år och nyckeltal som är väsentligt över branschens genomsnitt.
- AA – är det högsta betyget för handelsbolag och enskilda firmor och signalerar god kreditvärdighet.
- A – betyder att företaget är kreditvärdigt.
- AN – delas ut till nystartade företag utan historik, men som inte heller har någon negativ information.
- B – innebär att det finns negativ information (exempelvis betalningsanmärkningar eller nyckeltal under branschnittet). Mindre krediter kan beviljas men vid större affärer bör kredit endast lämnas mot säkerhet.
- C – betyder att kredit avrådes. Delas ut till företag med stora betalningsproblem, förbrukat aktiekapital, allvarliga revisorsanmärkningar eller nyckeltal långt under branschnittet.
- Ej fastställd rating – T ex för bolag där viktig information saknas eller är inaktuell.

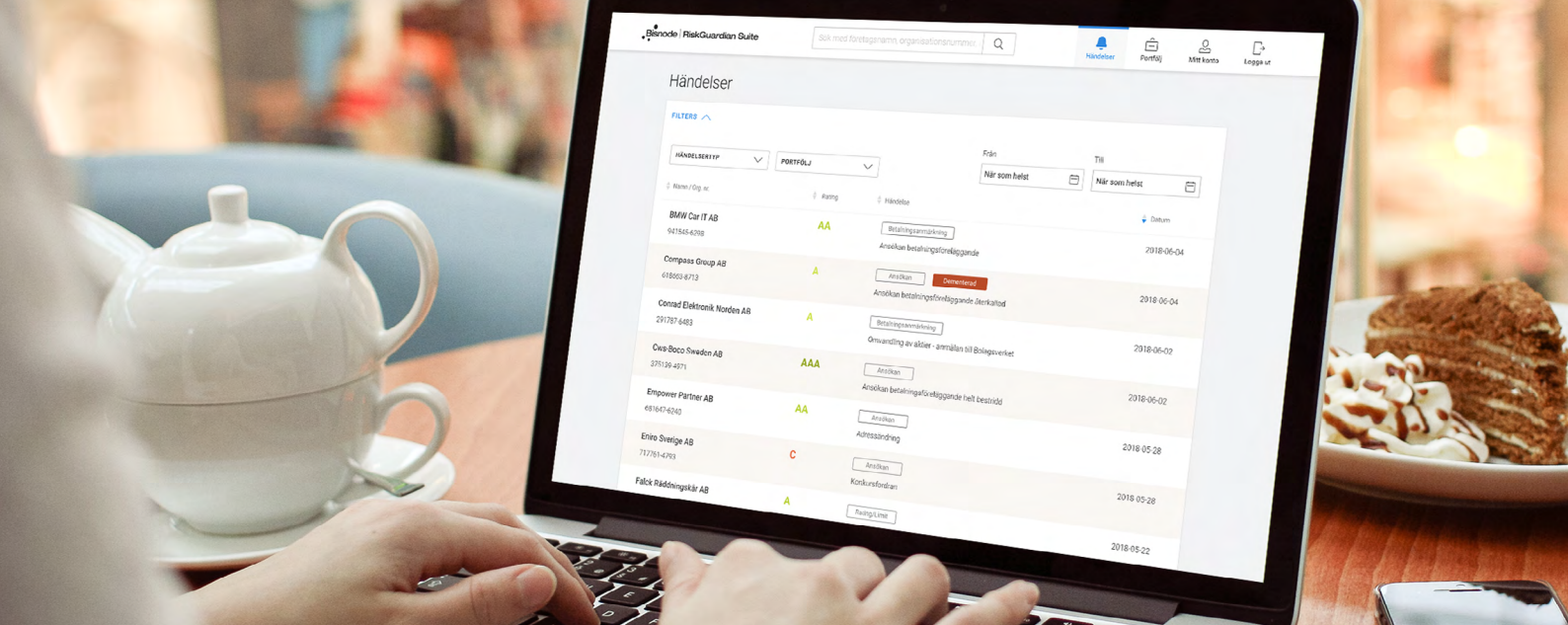
Kreditrating är ett mycket användbart verktyg vid kreditvärdering av både befintliga och nya kunder. Inte minst är AAA-modellen träffsäker när det gäller att förutspå konkurser. Det blir inte minst tydligt av att statistiken visar att konkursrisken följer ratingskalan. Exempelvis:

- Risken för att ett aktiebolag med rating AAA försätts i konkurs inom ett år är 0,07 %. För ett aktiebolag med rating C är motsvarande risk 7,53 %.
- Risken för att ett aktiebolag med rating AAA försätts i konkurs inom tre år är 0,40 %. För ett aktiebolag med rating C är motsvarande risk 18,47 %.

Tänk på:

- att kundens rating ger möjlighet att prioritera: Lägg mer tid på analys och kontroll av kunder med låg rating.
- att kreditbetyget behöver inte enbart användas för att undvika risker. Ett företag som har ett bra kreditbetyg kan mycket väl använda det för att signalera att man är en trygg affärspartner.
- att även banker värdesätter ett bra kreditbetyg, det gör att man har lättare att förhandla fram bra villkor.
- att 74 procent av de svenska företagen har AAA, AA eller A i kreditbetyg och anses därmed kreditvärda eller mer.
- att 15 procent av företagen har B eller C i kreditbetyg och rekommenderas således bara kredit mot säkerhet eller inte alls.
- att 1 500 företag får sin kreditrating ändrad varje dag.





Steg 4:

Bevaka

Granskning av nya kunder är givetvis en viktig del av kredithanteringen. Men förutsättningarna kan ändras snabbt och därför är det viktigt att löpande hålla koll på vad som händer hos kunderna. Bevakning är således nästa viktiga steg i kredithanteringsprocessen.

Ett sätt att hålla koll kan naturligtvis vara att begära nya kredituppglysningar på befintliga kunder då och då för att se om något förändrats som påverkar kundens ekonomi. Ett betydligt enklare sätt är att använda en tjänst som automatiserar bevakningsprocessen.

En kreditbevakningstjänst skickar löpande signaler om hur den ekonomiska situationen utvecklas hos en kund. Fortsätter de att betala sina leverantörer i tid? Dyker det plötsligt upp betalningsanmärkningar hos någon? Sker det viktiga förändringar, som byte av företrädare, hos en av era kunder? Har kreditbetyget ändrats?

Det är påfallande många svenska företag som inte har en bevakningstjänst för den här typen av förändringar. Faktum är att omkring 80 procent av kreditbedömningsresurserna i ett genomsnittligt svenskt företag läggs på nya kunder – trots att det är de befintliga kunderna som står för 80 procent av kreditförlusterna.

Många kanske tror att det räcker med att "känna" kunderna, så att man själv uppfattar signaler om eventuella förändringar som påverkar kreditvärdigheten. Men så är det givetvis inte. Det går inte att lita på subjektiva bedömningar eller en magkänsla. Att 80 procent av kreditförluster uppstår i den

befintliga kundportföljen betyder att det finns all anledning att systematisera och skärpa rutinerna för bevakning av de befintliga kunderna.

En bevakningstjänst ger dagliga rapporter via e-post om de händelser och förändringar som är viktigast. Det kan handla om betalningsanmärkningar, konkurser, avregistrerade företag, ratingförändringar, styrelseändringar och namnändringar. Allt med den givna fördelen att man hinner upptäcka – och agera – när en kunds betalningsförmåga faller, långt innan kreditförlusten är ett oundvikligt faktum.

"Faktum är att omkring 80 % av kreditbedömningsresurserna i ett genomsnittligt svenskt företag läggs på nya kunder – trots att det är de befintliga kunderna som står för 80 % av kreditförlusterna."



Steg 5:

Analysera

Det sista steget av kredithanteringsprocessen handlar om att lyfta blicken. När man skaffat sig kontroll över riskhanteringen av nya och befintliga kunder gäller det att analysera hur den totala risken ser ut över hela kundportföljen.

Ett första steg kan vara att gå igenom hur kunderna fördelas över olika ratingkategorier. Hur många av kunderna är exempelvis stabila AAA-bolag och hur många har problem med en rating på C? Och hur mycket utstående fodringar ligger i respektive kategori?

Det handlar om att ta ställning till den nuvarande situationen och om vissa kunder på sikt kanske måste avvecklas för att ersättas av satsningar på säkrare affärer. På så sätt leder detta femte steg av kredithanteringen tillbaka till det första – vikten av att hitta rätt kunder – och därmed är cirkeln sluten.

Analysera, räkna och justera

- Hur fördelar sig kunderna över ratingskalan?
- Hur stor del av kunderna finns i respektive ratingkategori?
- Ta reda på vilken förväntad konkursrisk det finns i respektive kategori, för att på det sättet få fram den förväntade förlusten.
- Analysera om C-kunderna står för en alltför stor del av den totala förväntade förlusten. Och har ni en stor andel C-kunder? I så fall kan det vara läge att styra om fördelningen. Men det är inte självklart, kanske har ni tillräckligt goda marginaler för att behålla den risken. Eller till och med ta in fler C-kunder?

PORTFÖLJANALYSEN BÖR BLAND ANNAT GE SVAR PÅ FRÅGOR SOM:

- Vilka är de största riskerna och bästa möjligheterna?
- Hur sannolikt är det att kunderna kommer att betala inom avtalad tid?
- Vilken är den totala exponeringen i en viss koncern, ett visst geografiskt område eller en viss bransch?
- Hur förändrar sig reskontran över tiden?
- Hur mycket pengar riskeras att gå förlorade under de närmaste tolv månaderna?



Tips!

Att bryta ned risken i olika geografiska områden är bra för företag med verksamhet över hela landet. Är risken exempelvis högre i Stockholm behövs en analys om vad det beror på – och vilka åtgärder som behövs just där.

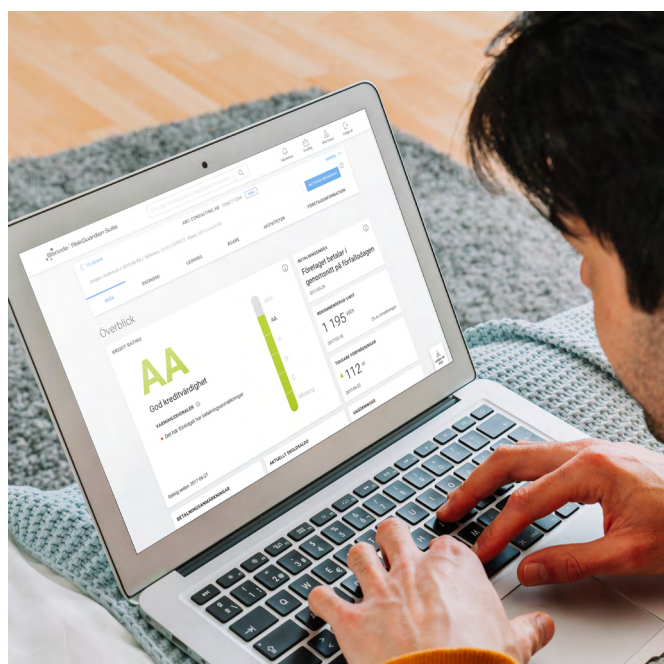
Smartare kredithantering med D&B RiskGuardian Suite

D&B RiskGuardian Suite är ett kreditverktyg som hjälper till att hantera risken för kundförluster, både när det gäller nya och befintliga kunder.

Genom ett lättöverskådligt gränssnitt erbjuds en smidig helhetslösning för kredithantering. I verktyget går det snabbt och enkelt att kolla upp nya kunder och lägga upp bevakningar på de befintliga. Dessutom ger verktyget överblick över den totala risken i hela kundportföljen.

DET HÄR ÄR NÅGRA AV D&BS VERKTYG SOM INGÅR I RISKGUARDIAN SUITE:

- AAA. Branschledande kreditratingsystem som med 90 procents säkerhet förutspår om ett företag kommer att gå i konkurs upp till ett år i förväg. Innehåller även rekommenderade limits för olika kunder.
- Betalningsindex. Att följa en kunds betalningsmönster ger snabb kunskap om vilka kunder som är goda och mindre goda betalare. Allt långsammare betalningar kan vara ett tidigt tecken på ekonomiska problem.



- Kredit & Riskbevakning. Genom ett lättöverskådligt gränssnitt erbjuds en smidig helhetslösning för kreditbevakning av företag i Sverige. I verktyget går det snabbt och enkelt att kolla upp nya kunder och lägga upp bevakningar på de befintliga. Dessutom ger verktyget överblick över den totala risken i hela kundportföljen.
- Kreditupplysning. Skapar förutsättningar för smarta kreditbeslut, baserade på pålitlig data om företag och privatpersoner i Sverige. Kreditupplysningarna säkerställer att ni gör affärer med rätt kunder och leverantörer.
- Portföljvy av risk. Ger en aktuell bild av den totala riskfördelningen i bevakningsportföljen. Det gör det möjligt att fokusera på de företag som kräver störst uppmärksamhet men också identifiera vilka företag som har störst potential att utvecklas.



Tänk på...

... att det är viktigt att det finns en person på företaget som har ansvar för att ta hand om

kreditbevakningen, med tydliga instruktioner för hur hen ska agera vid olika situationer.

... att det finns många varningssignaler att ta fasta på – men det kan också röra sig om positiva förändringar. Till exempel kan det vara värt att bearbeta och försöka utöka affärerna med en kund som har fått en förbättrad kreditvärdighet.



Summering

Kredithantering är varken svårt eller krångligt. Det handlar om att arbeta systematiskt med rätt strategier och rätt verktyg. D&B fem steg för smartare kredithantering innebär minskade risker och maximerade möjligheter.

Minns du det fiktiva klädföretaget från inledningen?

De klarar säkert den svidande kreditförlusten på 50 000 kronor, även om det tar lite tid för dem att hämta sig. Men vad händer om de drabbas av en kreditförlust till inom kort? Kanske med större belopp? Det är inte omöjligt att de faktiskt går omkull om flera stora fakturor förblir obetalda.

Vi får helt enkelt hoppas att vårt lilla klädföretag börjar följa de fem stegen för smartare kredithantering. Då har de alla förutsättningar att väsentligt minska risken att drabbas av kundförluster i framtiden. I stället kan de omvandla sina nyvunna insikter till att skapa de större och stabilare affärer som ett välmående och långlivat företag behöver.

Fem steg för smartare kredithantering

STEG 1: HITTA RÄTT KUNDER

Satsa på rätt kunder och minska risken för kreditförluster med en genomtänkt kreditpolicy som är förankrad i hela organisationen.

STEG 2: IDENTIFIERA

En förutsättning för stabila och säkra affärer är att veta vem kunden är. Bolagsformen avslöjar de grundläggande riskerna för olika kunder.

STEG 3: GRANSKA

Kreditupplysningen samlar information om ett företags betalningsförmåga, ålder/verksamhet, ägare samt ekonomi och utgör grunden för kreditgranskningen.

STEG 4: BEVAKA

80 procent av kreditförluterna sker bland befintliga kunder. Håll koll på förändringar hos kunderna som kan påverka deras kreditvärdighet.

STEG 5: ANALYSERA

Lyft blicken och se hur kreditriskerna fördelar sig i kundportföljen som helhet. Kanske är det läge att säga hej då till ett antal riskkunder? Då leder loopen tillbaka till det första steget av kredithantering – att hitta rätt kunder.

Vill du veta mer om hur
du tryggar dina affärer?

Hör av dig till D&B

www.dnb.com/sv-se/

dun & bradstreet

Dun & Bradstreet är en ledande global data- och analyskoncern. Vi erbjuder helomfattande lösningar för bevakning och analys av existerande kunder samt kredit- och affärsinformation för bedömning av betalningsförmågan och betalningsviljan hos företag och privatpersoner.