

# Как бороться с дебиторкой?

## Методы профилактики и лечения

# Законы Мерфи

**Закон 1.** Если клиент может не заплатить, он не заплатит.

**Закон 2.** Если клиент может заплатить попозже, он заплатит попозже.

**Закон 3.** Из всех счетов на оплату клиент оплатит *в первую очередь* тот, неоплата которого повлечет за собой максимальное количество проблем.

*Последним* клиент оплатит тот счет, который прислала ему самая симпатичная и доброжелательная девушка.

# Почему клиенты не платят?

1. Добросовестные клиенты (**«временные сложности»**)
2. Недобросовестные клиенты (**«не собирался платить»**)
3. Игроки.

3 типа должников — три типа стратегий

1. Помогаем остаться добросовестным.
2. Выбиваем долги.
3. Вводим четкие правила.

# 10 признаков неплательщика

1. Как минимум 1 раз упоминал случаи, когда не заплатил **кому-то из поставщиков, «потому что они меня не поняли»** и т.д.
2. Во время согласования сроков и объемов размещения не интересуется точными суммами с учетом скидки, сроками, формами оплаты и т.д.
3. Задерживает подписание договора без видимых на то причин.
4. Настаивает на удалении из договора пункта о санкциях, применяемых в случае просрочки платежа, или просит добавить пункты о возвращении оплаты в случае его неудовлетворенности.
5. Старается не предоставлять в ваше распоряжение никаких документов с его подписью и синей печатью.
6. Бухгалтерия (секретарь, администратор, жена, ребенок, любимый питбуль) регулярно теряет предоставленные вами документы.
7. После первого звонка с напоминанием об оплате перестает отвечать на ваши звонки.
8. Никогда не отвечает на ваши письма.
9. Никогда не называет точных сроков оплаты и причин просрочки платежа.
10. Когда бы вы ни позвонили в его компанию, его никогда нет на месте, а сотовых никто не знает или вам не скажут.

# Простые правила

## предотвращения

1. Всегда контролировать корректное обращение в подписанных клиентом документов: договор, приложения к договору, акт выполненных работ.
2. Всегда четко проговаривать (и прописывать в welcome-письме) сроки оплаты.
3. Указывать сроки оплаты на счете (штамп, подпись).
4. Если счет отправляется клиенту по электронной почте, всегда указывать срок оплаты в теме письма и в сопроводительном тексте.
5. Напомнить о необходимости оплаты счета за 2 рабочих дня до наступления срока оплаты (доброжелательно, ненавязчиво, возможно по почте или смс).
6. В день оплаты уточнить номер платежного поручения, время приезда клиента в офис или время приезда курьера с чеком и квитанцией приходно-кассового ордера.

# Фишки

1. Используйте для печати счетов цветную бумагу.
2. Используйте красные чернила для штампа «Оплатить до \_\_\_».
3. Называйте клиенту более ранние сроки оплаты, чем критичные.
4. Обязательно отправляйте клиенту оригинал счета и просите расписаться в получении.
5. На этапе согласования рекламных материалов указывайте срок оплаты во всех отправляемых клиенту письмах.

# Если клиент пропустил сроки оплаты

1. На следующий день (!) позвонить и выяснить причину задержки. Уточните, насколько серьезные проблемы возникли у клиента и не стоит ли **остановить размещение рекламы**.
2. Попросить клиента назвать точную дату, когда он собирается оплатить счет.  
Попросить предоставить гарантийное письмо с указанием точной даты или графика поэтапного погашения задолженности.
3. Продублировать счет и убедиться, что он получен. На счете должна быть пометка «копия» и новая дата оплаты в штампе «Оплатить до...»
4. При нарушении новой даты оплаты написать клиенту письмо с указанием статей договора, предусматривающих ответственность Заказчика за нарушение сроков оплаты и прав Исполнителя. Приложить копию счета.
5. При задержке более чем на 2 недели написать письмо-претензию с указанием даты прекращения оказания услуг по Договору, приложить копию счета и акт сверки взаиморасчетов.  
Оригиналы доставить курьером или лично.
6. При задержке более чем на 30 дней поставить в известность руководителя отдела и совместно разработать план действий.

# Принцип «Шаг за шагом»

С каждым следующим контактом мы становимся немножечко жестче.

**«Но мы же потеряем отношения!»**

- «немножечко»
- контактов должно быть достаточно много (станьте его персональным кошмариком)
- возможно, отношений уже нет, если:
  - клиент более 1 раза нарушил договоренности
  - хотя бы 1 раз не взял трубку, а когда вы позвонили с другого номера — ответил
  - хотя бы один раз сказал: «Не надо мне напоминать!»
  - категорически отказался платить



# Снижаем нагрузку (на нервы)

1. Формируйте листы прозвона и используйте прием «час горячей трубки».
2. Используйте списки с цветными пометками.
3. Посмотрите в глаза дебиторке!
4. Используйте прием «Наивная простота» или «Слишком занятый менеджер».
5. Звоните должникам в пути (между делом).

# Тяжелая артиллерия

Применять только после того, как стратегия  
«Шаг за шагом»  
зашла в тупик!

1. «Высиживание»: не уйду, пока не получу оплату
2. «Подскажите, что мне делать?» (вопрос сотруднику)
3. Директор — директор
4. «Черный список» на сайте
5. Стикер «реклама не оплачена» (наружка)
6. Претензия — предысковое — суд:



Внимание! **ДОКУМЕНТЫ!!!**

*(друзьям документы не мешают,  
а вот мошенникам очень помогает  
их отсутствие)*

# Самая Страшная Ошибка

## ПРОДОЛЖАТЬ ВЫПОЛНЯТЬ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПЕРЕД КЛИЕНТОМ, КОТОРЫЙ НЕ ВЫПОЛНЯЕТ СВОИ

1. Чем выше объем задолженности, тем ниже шансы на адекватное поведение клиента (синдром крысы в углу).
2. Благодарности не будет.
3. Не тот сарафан!

Остановите кампанию сразу, как только поняли, что клиент не готов платить по счетам!

*«Худшее, что вы можете сделать для человека — не*

*дать*  ADCONSULT

*наступить последствиям его поступков» (Стивен Кови)*

# После того как получили оплату

1. Оцените масштабы катастрофы.
2. Продумайте стратегию покаяния (и прощения).
3. Обязательно встретьтесь с клиентом **лично!**
4. Подарите **подарок**.
5. **Поздравьте** с тем, что отношения успешно прошли проверку на прочность.
6. Обсудите продолжение сотрудничества (возможно, **в меньшем объеме**).
7. Выработайте **новые правила**.