Как бороться с дебиторкой?
Методы профилактики
и лечения

ADCONSULT

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.

ADCONSULT

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.

ADCONSULT

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 возвращение 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.

ADCONSULT

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.

ADCONSULT

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

ADCONSULT

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).

ADCONSULT

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)

ADCONSULT

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
наступить последствиям его поступков» (Стивен Кови)

ADCONSULT

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**.

ADCONSULT