



Marcel Wiedenbrugge



Cliff Wynn



Andriy Sichka

Do you struggle with customers who pay late? Are you afraid to lose customers because you want what is rightfully yours? Are you tired of calling customers again and again, hearing the same promises? Then this book is for you. Happy Customers Faster Cash is for business people, either fresh or seasoned, with or without a background in finance, who want to dramatically shorten their 'on the job learning curve'. Read and learn all about getting paid on time and keeping good customer relationships from people who have already been there.

- Many practical tips and examples
- Learn to better manage and control your own cash flow
- Deal with excuses in a customer friendly and effective way
- Take the lead and get paid...on time!
- Practical schedules, flowcharts and forms

This edition is part of an international series. If you want to learn more about Happy Customers Faster Cash in Eastern Europe, then this book is for you.

"The book is something I would gladly give out as a gift to my clients, it's an excellent learning manual for their team and serves as a "refresher" to the seasoned professional!"
Lou Figueira, President Credit Decisions International, USA

"The clever and succinct images and graphs alone are worth your investment of time and money - all the rest, and it is considerable, is a bonus!"
Tim Paulsen, author of "Paid in Full", Canada

HAPPY CUSTOMERS FASTER CASH

Eastern Europe edition

A guide to effective communication in financial Customer Relationship Management

Marcel Wiedenbrugge - Cliff Wynn
Andriy Sichka

Marcel Wiedenbrugge - Cliff Wynn - Andriy Sichka

Happy Customers Faster Cash - Eastern Europe edition

Финансы и Продажи. Могут ли кошки и собаки работать вместе?

Во многих организациях продажи и финансы как кошки и собаки. Кажется, что они просто не в состоянии прийти к согласию, что может привести к ненужному напряжению. В этой статье мы попытаемся рассмотреть эту проблему и предложить способы создания позитивного сотрудничества между департаментами продаж и финансов.

Почему отношения между продажами и финансами напряжены? Чтобы получить ответ, нам придется рассмотреть, как в отделе продаж воспринимают своих коллег из финансового отдела. Большинство продавцов думает, что финансисты:

- *слишком серьезны;*
- *не умеют общаться;*
- *сосредоточены на минимизации рисков, а не максимизации прибыли;*
- *знатоки данных и таблиц;*
- *скучные люди без фантазии;*
- *очень привязаны к нормам и правилам.*

Зачастую продавцы ожидают от финансов неприятных новостей. Такими новостями бывают недостаточный кредитный лимит или заблокированная отгрузка по клиенту, над которым менеджер по продажам работал несколько месяцев. Несложно понять разочарование продавца, все усилия которого пошли впустую.

С другой стороны, в финансах как правило работают люди, не склонные развивать дружеские отношения с продажами и маркетингом, хотя есть и исключения из правил. В самом деле, многие люди в финансах думают, что продажи и маркетинг — это люди,

живущие на широкую ногу, много тратят, не понимают или не интересуются целями отдела финансов сфокусированном на прибыли.

Разумеется, это преувеличение. Тем не менее, сказать, что во многих компаниях, финансы и продажи не в ладах друг с другом, будет вполне справедливо. Если ваша компания испытывает те же сложности, ниже вы найдете несколько идей о том, как можно изменить ситуацию.

Давайте посмотрим на различия в ключевых характеристиках между финансистами и продавцами:

<u>ФИНАНСЫ</u>	<u>ПРОДАЖИ</u>
Должник	Клиент
Выручка	Объем продаж
Финансовый риск	Возможности
Платежная дисциплина	Отношения
Контроль	Достижения
Интроверт	Экстраверт

Несмотря на недостаток научных исследований в этой области, мы все же считаем, что фундаментальная разница возникает в момент, когда люди делают выбор между получением образования в области экономики или финансов и карьерой в области продаж. Если вы изучаете финансы, вы скорее всего немного узнаете о маркетинге и продажах. Аналогично, если вы изучали маркетинг, ваши знания в области финансов и бухгалтерского учета будут невелики. Люди, как правило, придерживаются того, что они изучали. В значительной степени это определяет их восприятие по отношению к людям других профессий на рабочем месте. Это, в свою очередь, приводит к зашоренности и узости мышления, что является причиной предубеждений и предвзятости понятий, которые так трудно искоренить.

Что же мы можем сделать, чтобы решить эту системную проблему?

Ответ в *коммуникации*. Точнее, он включает согласование через коммуникацию. Мы должны найти общий язык, одинаково понятный и финансам, и продажам. Мы имеем в виду способ общения, который соединяет людей различных подразделений, чтобы лучше и эффективнее общаться друг с другом. Прежде всего, это язык, который помогает сотрудникам финансовых и торговых отделов достичь своих собственных целей, и, разумеется, целей общих.

Мы считаем, что такой язык существует. Следующие четыре шага смогут помочь вам расширить сотрудничество между финансовыми и коммерческими командами.

- 1) Первый шаг заключается в правильной постановке краткосрочных и долгосрочных целей компании. Очень важно, чтобы каждый человек в

- организации, независимо от отдела, знал эти общие цели. Это будет гарантировать, что компания и ее сотрудники движутся в одном направлении.
- 2) Следующим шагом является то, что каждый отдел определяет характеристики, которые описывают: кто они, как они видят свою роль в компании и на рабочем месте, на чем они сосредотачивают свои усилия в повседневной работе.
 - 3) На третьем шаге мы собираем вместе представления, характеристики и цели различных отделов. Зачем? Таким образом, мы можем быстро и легко сделать сравнение и определить потенциальные области конфликта, а также конфликты интересов.
 - 4) Последний шаг состоит в объединении взглядов различных департаментов в единое видение компании.

Такой подход позволяет различным подразделениям преодолеть конфликты, вызванные различиями в восприятии и понимании, поддерживать друг друга и эффективнее достигать своих индивидуальных целей.

Важнейшей задачей разрешения потенциальных разногласий между финансами и продажами заключается в согласовании целей и представлений, с акцентом обоих отделов на взаимном усилении друг друга. Достигнув такого уровня согласованности, оба отдела получают прочную основу для дальнейшего усиления совместной работы. В некоторых организациях это может произойти относительно легко, в других может потребовать значительного времени и усилий. Тем не менее, мы считаем, что эффективная совместная работа отделов финансов и продаж будет на пользу любой компании.

Эта и многие другие практические темы, связанные с кредитным менеджментом, раскрываются в книге “Happy Customers Faster Cash. Eeastern Europe Edition“. Эта книга наглядно демонстрирует преимущества целостного подхода, основанного на знаниях и опыте авторов, полученных авторами в области B2B продаж, управления кредитом, обслуживания клиентов, подготовке и обучении сотрудников. Прежде всего это практическая книга об эффективной и ориентированной на клиента коммуникации в таких вопросах, как просроченные счета и несвоевременные оплаты, жалобы, возражения клиентов и других смежных темах. Книга написана для кредитных менеджеров и кредитных отделов. Она также будет полезна менеджерам и владельцам бизнеса, которые предоставляют кредит свои клиентам, и, в равной степени, сотрудникам отделов продаж, в чьи обязанности часто входит сбор платежей.

Вы можете приобрести книгу на сайте [Amazon.com](https://www.amazon.com). Мы также рады предложить Вам сокращённую демоверсию книги, которая поможет вам ознакомиться с ней. Чтобы получить ее, пожалуйста пришлите запрос по адресу: marcel.wiedenbrugge@wcmconsult.com или andriy.sichka@creditengineering.com

Об авторах.

Андрей Сичка (Andriy Sichka) международный кредит-менеджер с многолетним опытом работы в бизнесе. Он управляющий партнер компании A. Sichka Консалтинг и директор по развитию Ассоциации Кредитных Менеджеров Центральной и Восточной Европы (www.creditcee.eu).

Андрей успешно реализовал консалтинговые и тренинговые проекты в таких компаниях как JT International, Golder Electronix, Electrolux.

Он является членом Королевского Института Управления Кредитом и Ассоциации Международных Кредит-Директоров, спикер и автор публикаций на тему управления кредитом.

www.creditengineering.com

andriy.sichka@creditengineering.com

Марсель Видденбрюгге (Marcel Wiedenbrugge) – управляющий директор компании WCMConsult. Марсель сочетает знания и опыт в продажах, кредитном и сервис-менеджменте, а также в связанных с ними программных решениях.

В прошлом он работал в таких компаниях как Ricoh, Van Ommeren Ceteco, PCD Polymere и Yamaha Musical Instruments Europe.

Марсель является предпринимателем, спикером, писателем, исследователем, тренером и консультантом. Он организует и проводит тренинги и семинары, часто пишет статьи и является автором нескольких книг.

www.wcmconsult.com

marcel.wiedenbrugge@wcmconsult.com