



Eine zentrale Herausforderung im Customer Risk Management stellt das optimale Abwägen von Chancen und Risiken bei (Neu) Kunden dar. Dabei gilt es Zahlungsausfallsrisiken frühzeitig zu erkennen, differenziert zu betrachten und optimal zu steuern.

Gerade in der derzeitigen wirtschaftlichen Lage gewinnen die Unternehmen, die entsprechende Voraussetzungen geschaffen haben um ihre Kundenrisiken schnell richtig einzustufen und optimal managen zu können. Damit sichern sie sich eine deutliche Minimierung der Zahlungsausfälle bei gleichzeitiger Umsatzmaximierung.

Für die Berechnung und Bewertung von Risiken sowie die Ableitung optimaler Handlungsalternativen nutzen wir bei der Bonitätsprüfung eine optimierte, IT-gestützte Entscheidungs-

strategie. Freigaben erfolgen automatisiert, bei gleichzeitig möglichst individueller Einschätzung und Behandlung von Risikokunden – der richtige Kunde soll richtig beurteilt werden – und dies trotz Massengeschäfts. Ergebnis dieser Bemühungen ist die Sicherung eines erheblichen Umsatzmaßes, das nicht unnötig an die Konkurrenz verloren geht.

Ein Aufwand, der sich auch langfristig lohnt, denn nachhaltiges Customer Risk Management schafft einen Differentiator im Wettbewerb. Mit dem Customer Management Experten SHS VIVEON, der über umfassende Branchen- sowie Business- und IT-Beratungskompetenz verfügt, haben wir hierfür den bestmöglichen Umsetzungspartner gewonnen.

»NACHHALTIGES CUSTOMER RISK MANAGEMENT SCHAFFT EINEN DIFFERENTIATOR IM WETTBEWERB.«

»CUSTOMER RISK MANAGEMENT ON A SUSTAINABLE BASIS GIVES US AN EDGE OVER THE COMPETITION«

MAGISTER GERHARD PARTL

Leiter Credit Management Telekom Austria TA AG
Head of Credit Management at Telekom Austria TA AG

A central challenge of Customer Risk Management is to strike an ideal balance between opportunity and risk when dealing with (new) customers. It is important to identify default risks at an early stage, to see them in a differentiated way and to control them as best as one can.

In the current economic situation the winners are companies that have created the right preconditions for the proper classification and optimum Management of Customer Risk. In this way they ensure that bad debts are kept to a minimum, while simultaneously maximising revenue.

When making credit checks we use an optimised, IT-supported decision-making strategy in order to calculate and assess risks. It enables us to find optimum alternatives for taking action. The green light is given automatically for certain customers, but at the

same time risk customers are assessed and treated as individually as possible. The right customer should be properly evaluated despite the mass market. The result of these efforts is to secure substantial revenues without unnecessarily losing them to the competition.

This effort is worthwhile in the long term as Customer Risk Management on a sustainable basis gives us an edge over the competition. We have found an ideal implementation partner in SHS VIVEON, the Customer Management experts with their comprehensive knowledge of sectors and competence in Business and IT Consulting.