

Digitaliseren centraliseren en monitoren

Hoe bedrijven AirPlus Virtual Cards inzetten voor slimmer,
eenvoudiger online en ad-hoc aankopen

AirPlus



1 Ad-hoc en online aankopen | Uitdaging én kans voor bedrijven

2 Waarom het loont om uw ad-hoc en online aankopen onder de loep te nemen

- Zelfs kleine uitgaven kunnen flink oplopen
 - Het besparingspotentieel achter ad-hoc uitgaven
-

3 The virtuele creditcard | Multitalent met enorm groeipotentieel

4 Hoe de verschillende stakeholders in uw bedrijf profiteren van virtuele kaarten

5 De verschillende typen virtuele kaarten

- Single-use
 - Multi-use | Sacmi case study
 - Integratie van virtuele kaarten in procurementplatforms
-

6 Betere leveranciersrelaties dankzij virtuele kaarten

- Hoe leveranciers profiteren van betalingen met virtuele kaarten
 - Waarom virtuele kaarten accepteren good business kan zijn voor leveranciers (ongeacht merchant fees)
-

7 Case study | Sagemcom over single-use virtuele kaarten

Ad-hoc en online aankopen

Uitdaging én kans voor bedrijven

Uw marketingafdeling wil online een videojingle kopen, de IT-afdeling moet softwarelicenties betalen, en het strategieteam heeft een studie nodig voor hun werk. Op het eerste gezicht geen probleem – ware het niet dat de meeste online aanbieders van software, beeldmateriaal, studies, trainingen en andere producten directe online betaling vereisen. Zulke aankopen passen vaak niet binnen het bestaande inkoopproces van een bedrijf. Medewerkers grijpen daarom naar hun zakelijke betaalkaart – of zelfs hun privékaart – met alle nadelen van dien.

Er is geen totaaloverzicht van dit soort uitgaven, nauwelijks mogelijkheden om ze te monitoren, en zowel medewerkers als de boekhouding zijn veel tijd kwijt aan het achteraf declareren en verwerken van kosten.

Virtuele creditcards bieden hiervoor een oplossing. Ze maken het mogelijk om online en ad-hoc aankopen te digitaliseren, te centraliseren en te monitoren. Bovendien kunnen ze de cashflow van een bedrijf positief beïnvloeden. In dit ebook bekijken we de mogelijkheden van virtuele kaarten en hoe ze kunnen bijdragen aan slimmer en eenvoudiger zakelijk betalen.

De COVID-19-pandemie heeft veel bedrijven gedwongen om nieuwe manieren te vinden voor inkoop- en betaalprocessen die voorheen fysieke aanwezigheid vereisten. Vooral voor ad-hoc en online aankopen worden nog veel facturen en betalingen handmatig verwerkt. Maar als medewerkers thuiswerken, is er niemand op kantoor om facturen te verwerken of betalingen goed te keuren. De onzekerheid over hoe lang deze situatie zou aanhouden, heeft bedrijven bovendien gestimuleerd om alternatieve manieren te zoeken om hun werkkapitaal te beheren.

Waarom het loont om uw ad-hoc en online aankopen onder de loep te nemen

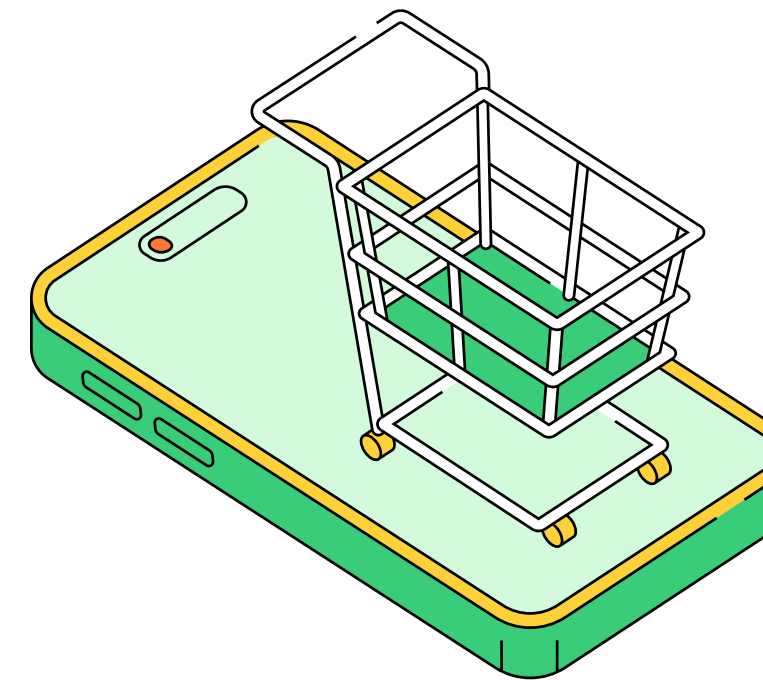
Schoonmaakdiensten, gereedschap, catering, IT-hardware en kantoorartikelen – voor deze terugkerende indirecte aankopen hebben de meeste bedrijven hun zaakjes prima op orde. Aanbestedingen worden georganiseerd, raamcontracten afgesloten en het grootste deel van de bestellingen gaat naar een beperkt aantal leveranciers. Dat levert vaak flinke besparingen op vergeleken met losse bestellingen.

Alles onder controle dus?

Niet helemaal. Veel bedrijven worstelen met ad-hoc en eenmalige aankopen (vaak online) die door verschillende medewerkers worden gedaan, zowel op kantoor als thuis. Deze uitgaven zijn lastig te plannen en bijna niet te voorspellen, waardoor het moeilijk is ze goed te beheren.

Er is geen centrale betaalmethode, geen totaaloverzicht van alle uitgaven, en geen eenvoudige manier om te volgen wat er gebeurt. Ook ontbreken efficiënte processen voor goedkeuring, afstemming en betaling.

Bovendien kan het direct betalen van facturen uit de bankrekening de cashflow van het bedrijf negatief beïnvloeden.



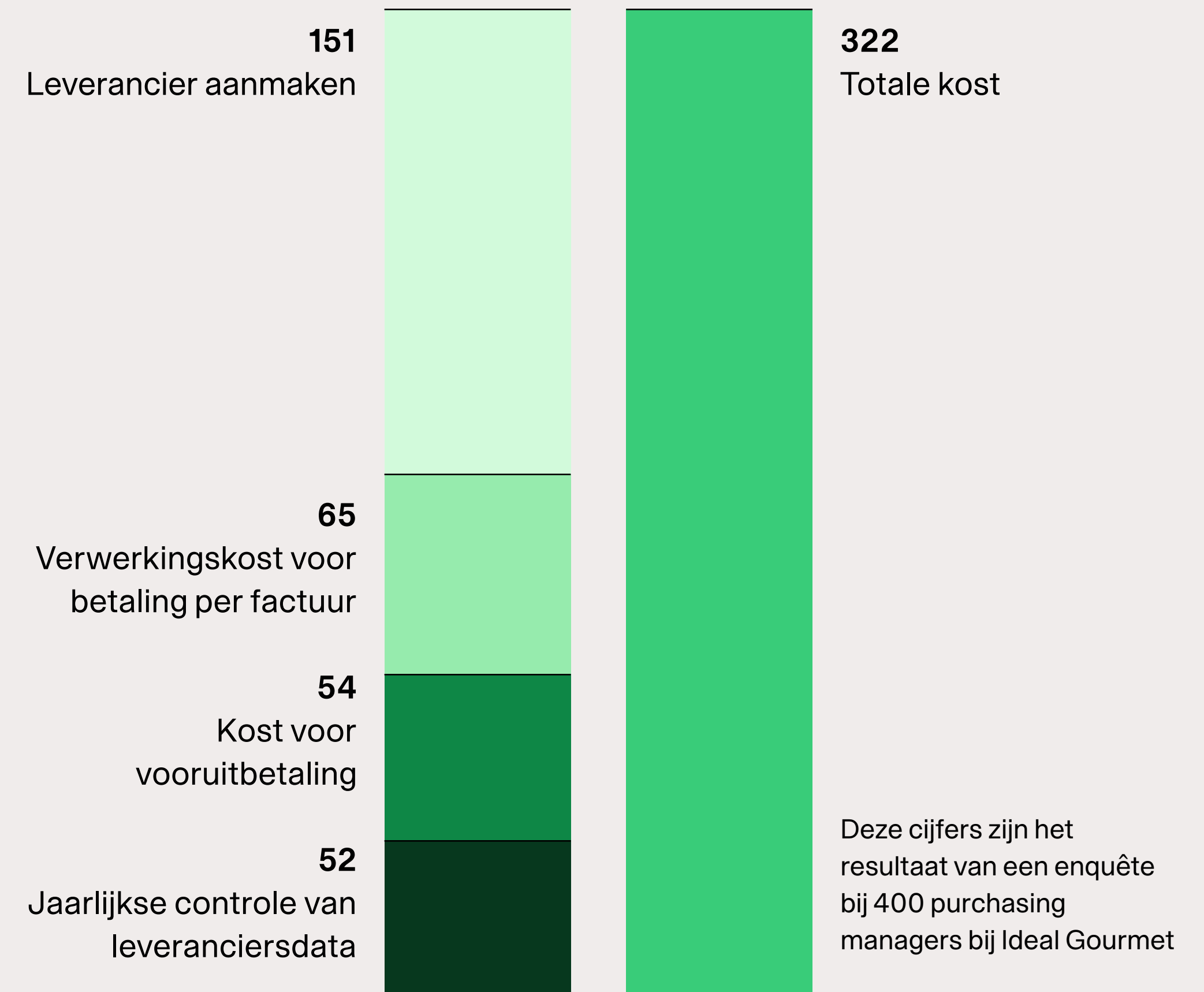
Zelfs kleine uitgaven kunnen flink oplopen

Op het eerste gezicht lijken dit soort aankopen misschien onbeduidend vergeleken met terugkerende, dure producten. Ze vertegenwoordigen slechts zo'n 20% van het totale bestelvolume, maar ze zijn verantwoordelijk voor maar liefst 80% van de administratieve kosten van indirecte aankopen.

(Les Echos 28/2/2017).

De verschillende producten die hier en daar ad-hoc worden besteld, komen van talloze leveranciers. Iedere leverancier moet apart in het systeem worden ingericht en beheerd, en al deze transacties leiden tot honderden facturen die goedgekeurd, verwerkt en betaald moeten worden.

De verborgen kosten achter ad-hoc uitgaven (EUR)



Het besparingspotentieel achter ad-hoc uitgaven (1)

Het onderhandelen en implementeren van leveranciersovereenkomsten is altijd een belangrijke taak geweest van inkoopafdelingen. Zeker in een periode waarin de groei afzwakt, helpt goed leveranciersbeheer om kosten te verlagen en onder controle te houden, wat direct bijdraagt aan de prestaties van het bedrijf.

Maar traditioneel leveranciersbeheer loopt tegen zijn grenzen aan bij ad-hocaankopen van veel verschillende leveranciers, waarvan veel slechts eenmalig zijn. Bij ad-hocaankopen zijn de factoren die direct van invloed zijn op de winst van een bedrijf heel anders:

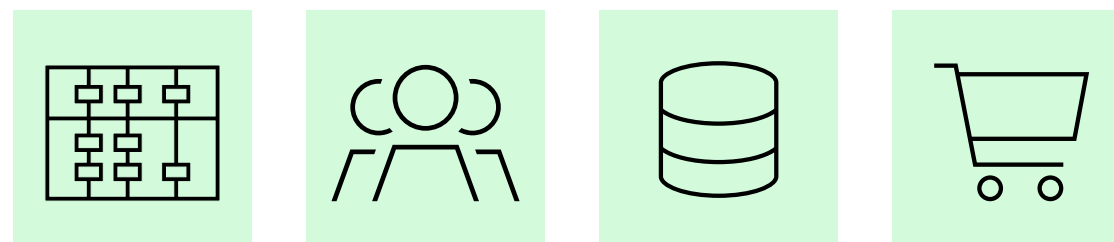
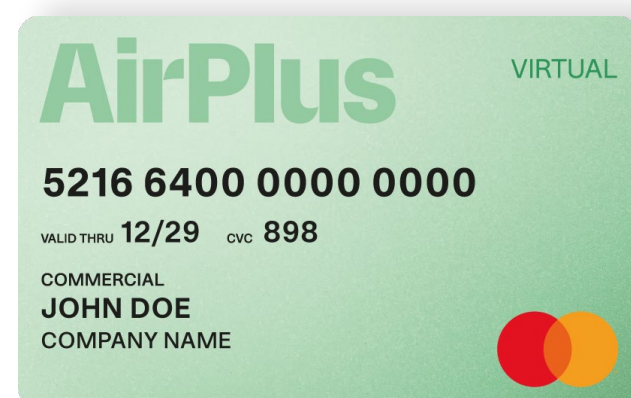
- ✓ processen vereenvoudigen zodat medewerkers zich op hun kern-activiteiten kunnen richten
- ✓ kosten beter plannen
- ✓ betalingstermijnen optimaliseren (bijvoorbeeld bij facturen)
- ✓ eenvoudige afstemming met betalingsmetadata
- ✓ cashflow verbeteren
- ✓ risico's minimaliseren
- ✓ betalingen centraliseren
- ✓ overzicht en transparantie krijgen over uitgaven

Het besparingspotentieel achter ad-hoc uitgaven (2)

Ad-hocaankopen bieden een enorm potentieel om kosten te besparen in allerlei onderdelen van een organisatie. Maar is er een oplossing die daadwerkelijk tegemoetkomt aan de behoeften van alle betrokkenen – medewerkers, inkoopafdeling, boekhouding en finance, treasury – en de eerder genoemde uitdagingen oplost?

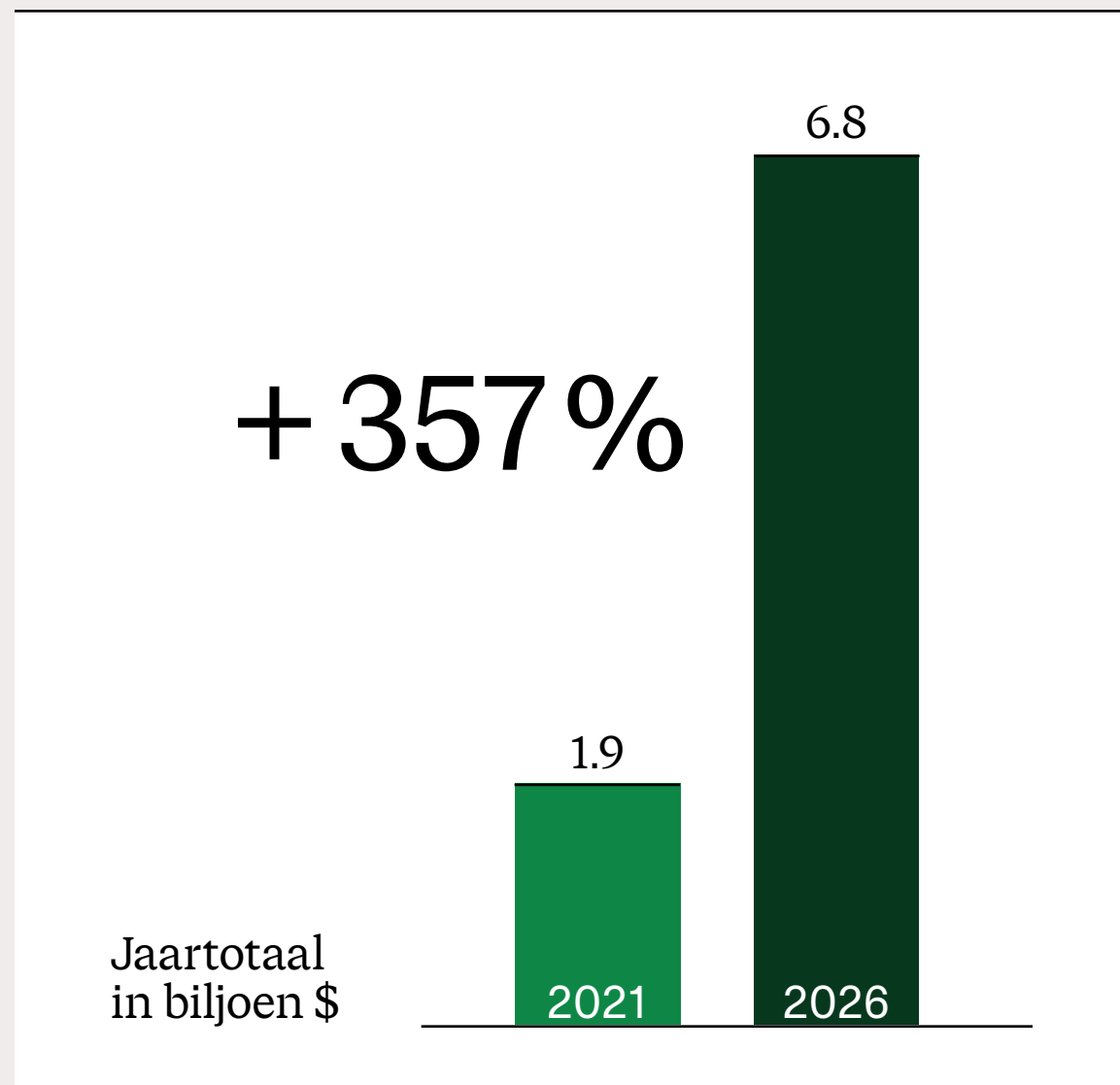
Ja!

Virtuele kaarten – digitale creditcards binnen het Mastercard®-netwerk – worden wereldwijd vrijwel overal geaccepteerd.



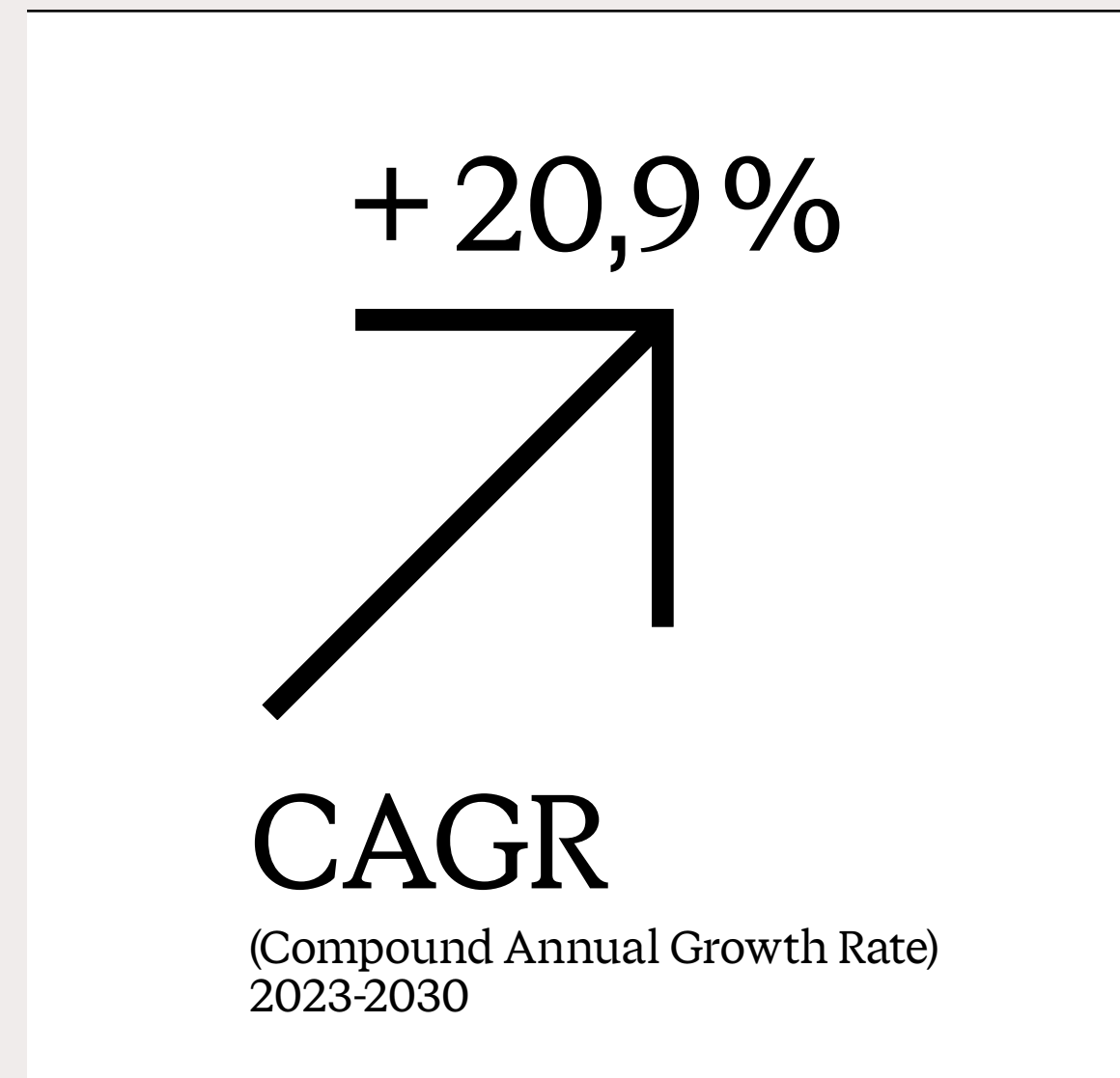
B2B-betalingen met virtuele kaarten

De wereldwijde waarde van transacties met virtuele kaarten zal naar verwachting stijgen van \$1,9 biljoen in 2021 tot \$6,8 biljoen in 2026, wat het groeiende belang van deze betaalmethode voor B2B-transacties onderstreept.



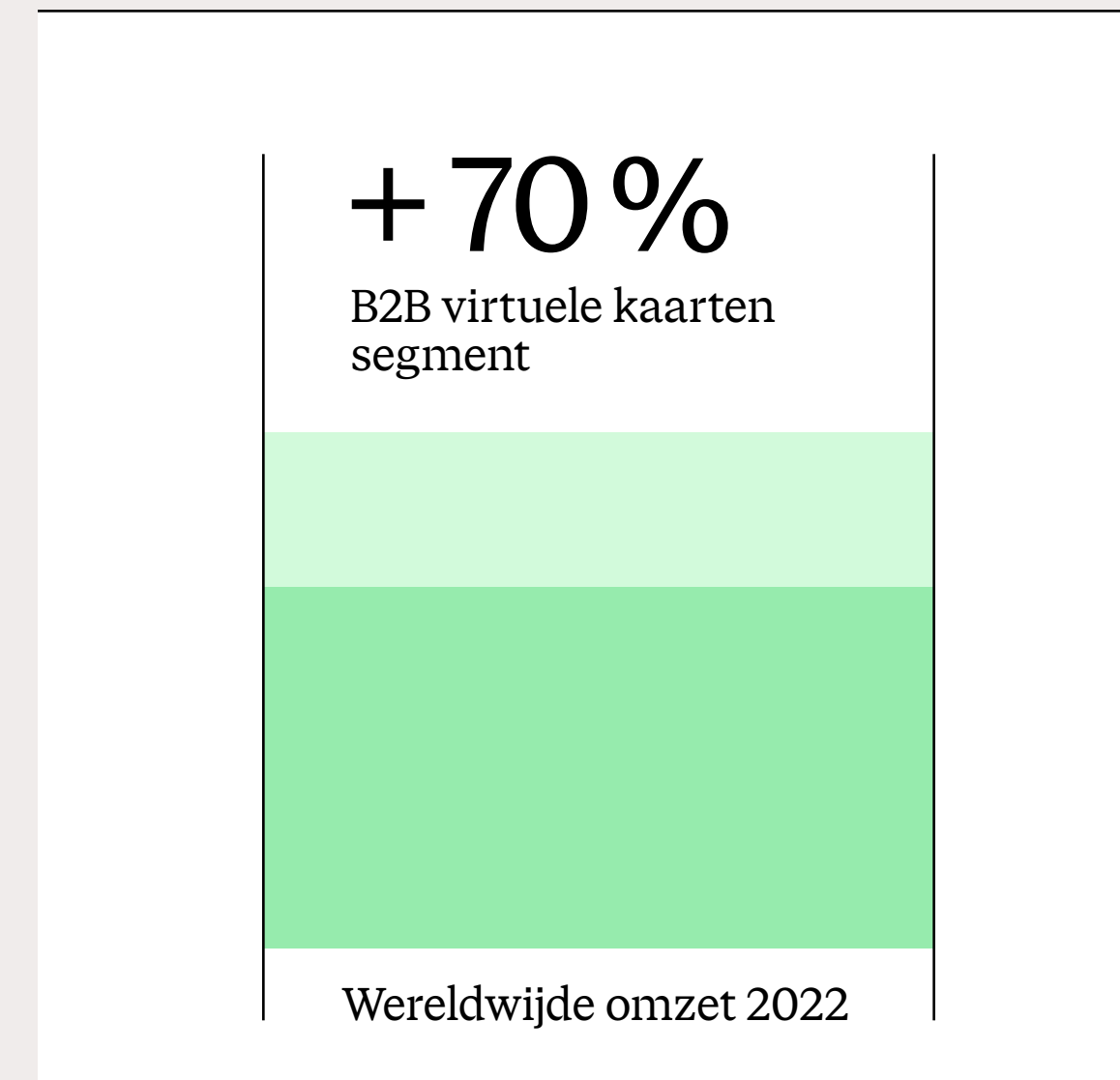
Bron: Mercator Advisory Group, Commercial Credit Cards: International Markets Review and Forecast, 2019-2024, June 2020, Auteur: Steve Murphy

De wereldwijde markt voor virtuele kaarten had in 2022 een waarde van \$13,31 miljard en zal naar verwachting groeien met een samengesteld jaarlijks groeipercentage (CAGR) van 20,9% van 2023 tot 2030.



Bron: [grandviewresearch.com/industry-analysis/virtual-cards-market-report](https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/virtual-cards-market-report)

In 2022 domineerde het B2B-segment de markt, goed voor meer dan 70% van de wereldwijde omzet.



De virtuele creditcard Multitalent met enorm groeipotentieel

Wat is een virtuele kaart?

Een virtuele creditcard is een 16-cijferig kaartnummer met een driecijferige CVC-code die wordt gegenereerd op het moment dat u ze nodig hebt. Ze kunnen overal worden gebruikt waar creditcardbetalingen worden geaccepteerd en bieden grote voordelen voor online en ad-hoc zakelijke betalingen.

Het kaartnummer verliest zijn geldigheid zodra het is gebruikt.

Er zijn 2
soorten
virtuele
creditcards:



Single-use

voor eenmalig gebruik

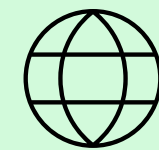


Multi-use

voor terugkerende betalingen
bij dezelfde leverancier



Virtuele creditcards: dit zijn de belangrijkste kenmerken



Wereldwijde acceptatie

Bedrijven kunnen virtuele kaarten gebruiken op alle locaties waar creditcards (zoals Mastercard) normaal worden geaccepteerd.



Extreem veilig

Elke kaart is beperkt tot niet-reisgerelateerde B2B-transacties, wat het risico minimaliseert en de controle verbetert.



1 verzamelstatement in plaats van talloze losse facturen

Alle transacties die met virtuele kaarten worden gedaan binnen een bepaalde periode, worden gebundeld op één overzicht. Dat wordt aan het einde van de afgesproken periode in één keer aan het bedrijf gefactureerd.

Leveranciers ontvangen hun betaling echter direct van de kaartaanbieder. Het bedrijf krijgt dus één enkele factuur in plaats van een groot aantal losse leveranciersfacturen, en heeft in feite nog maar één leverancier: de aanbieder van de virtuele kaart.

Hoe de verschillende stakeholders in uw bedrijf profiteren van virtuele kaarten

Virtuele creditcards bieden tal van voordelen voor uiteenlopende afdelingen binnen een organisatie. Hieronder vindt u een overzicht van de belangrijkste voordelen.



Klik voor meer informatie

Werknemer

Snelle betaling en levering van dringend diensten en producten

Het bedrijf bepaalt wie kaartnummers kan aanmaken.

Procurement

Eenvoudige, veilige en snelle centrale betaling en controle van ad-hoc aankopen

Kortingen dankzij snellere betaling zijn mogelijk

Door de kaartgeneratie te integreren op aankoopplatforms versnellen bovendien de bestel- en betalingsprocessen.

Alleen goedgekeurde aankopen worden betaald.

Accounting/Finance

Geen tijdrovende verwerking van afzonderlijke facturen

Eenvoudige integratie in bestaande financiële en controlesystemen

Bedrijfsspecifieke informatie vergemakkelijkt de toewijzing van uitgaven.

Zinvolle rapporten ondersteunen besluitvormingsprocessen.

Treasury

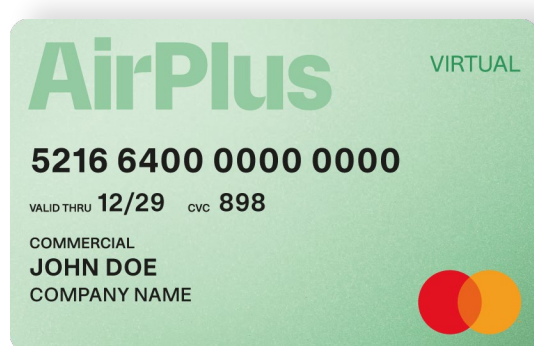
Verbeterde cashflow door verlengde betaaltermijnen

De verschillende typen virtuele kaarten

Virtuele kaarten bestaan in verschillende vormen, variërend van kaarten voor eenmalige betalingen tot kaarten voor terugkerende betalingen.

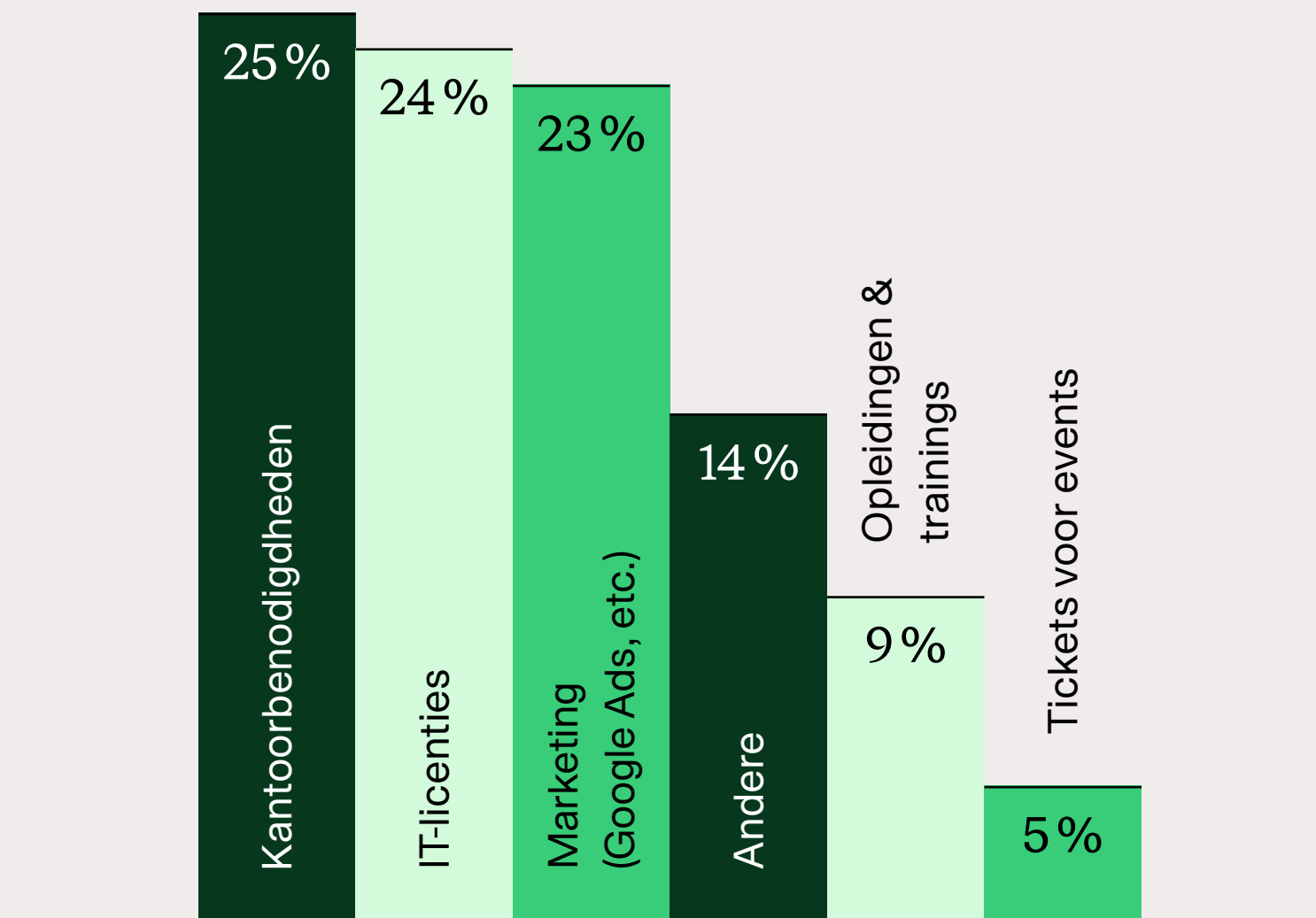
Sommige aanbieders bieden ook mogelijkheden om virtuele kaarten te integreren in veelgebruikte procurementplatformen, waarbij kaartnummers volledig automatisch worden aangemaakt en gebruikt bij elke aankoop.

Single-use



Single-use virtuele kaarten zijn de meest voorkomende variant. Hierbij wordt één kaartnummer gegenereerd voor een eenmalige betaling. Zodra de betaling is uitgevoerd, wordt het kaartnummer automatisch geblokkeerd. Precies deze eigenschap maakt single-use virtuele kaarten bijzonder veilig.

Waar worden AirPlus Virtual Cards single-use het meest voor gebruikt?



Bron: AirPlus customer survey bij gebruikers van AirPlus Virtual Cards

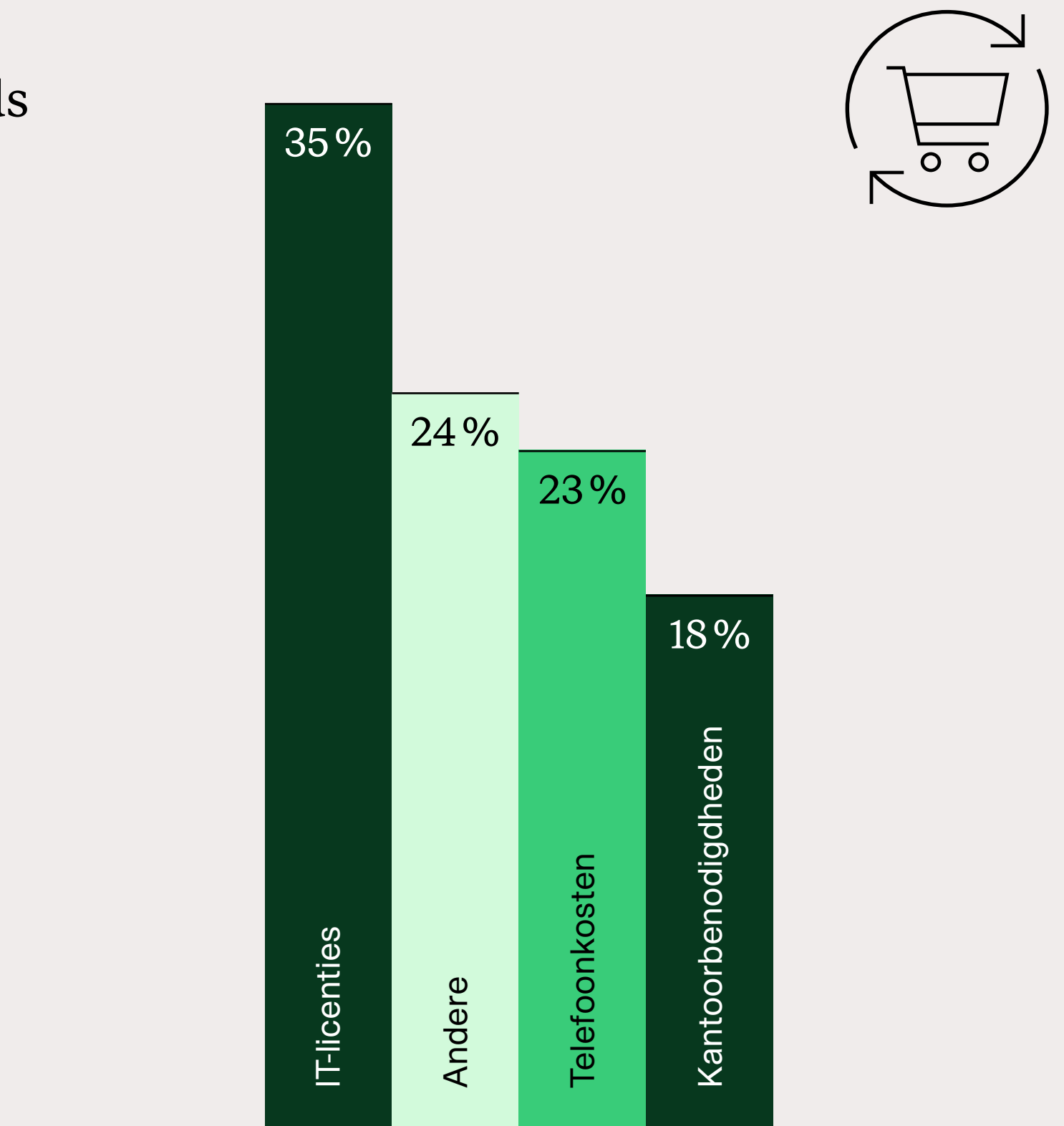
De verschillende typen virtuele kaarten

Multi-use



Sommige providers bieden ook een multi-use variant. Hierbij wordt eveneens één kaartnummer gegenereerd, maar dit kan worden gebruikt voor terugkerende betalingen aan dezelfde leverancier, zoals een maandelijkse telefoonfactuur. Voor elk kaartnummer kunnen parameters worden ingesteld, zoals het aantal transacties, de vervaldatum, het maximale totaalbedrag en de valuta. Dit maakt het mogelijk om repeterende betalingen eenvoudig te automatiseren.

Waar worden AirPlus Virtual Cards multi-use het meest voor gebruikt?



Bron: AirPlus customer survey bij gebruikers van AirPlus Virtual Cards

Casestudy | Hoe Sacmi de multi-use virtuele kaart inzet

Sacmi is een internationale bedrijvengroep

en wereldwijd marktleider in geavanceerde technologieën voor industriële installaties en machinebouw. Het bedrijf specialiseert zich in machines en complete systemen voor de keramiek-, metaal-, verpakkings-, voedingsmiddelen- en drankenindustrie, evenals in de productie van containers uit kunststof en nieuwe materialen. Sacmi is actief in 30 landen en heeft meer dan 4.500 medewerkers.

“Toen AirPlus ons de virtuele kaarten met multi-use functionaliteit voorstelde,” vertelt Daniela Amadei, Corporate Travel Manager bij Sacmi, “waren we meteen overtuigd van de voordelen. Met de multi-use functie kunnen we terugkerende betalingen – zoals maandelijkse facturen – uitvoeren met één enkel kaartnummer. We betalen nu al onze telefoonrekeningen binnen de hele groep met virtuele kaarten.”

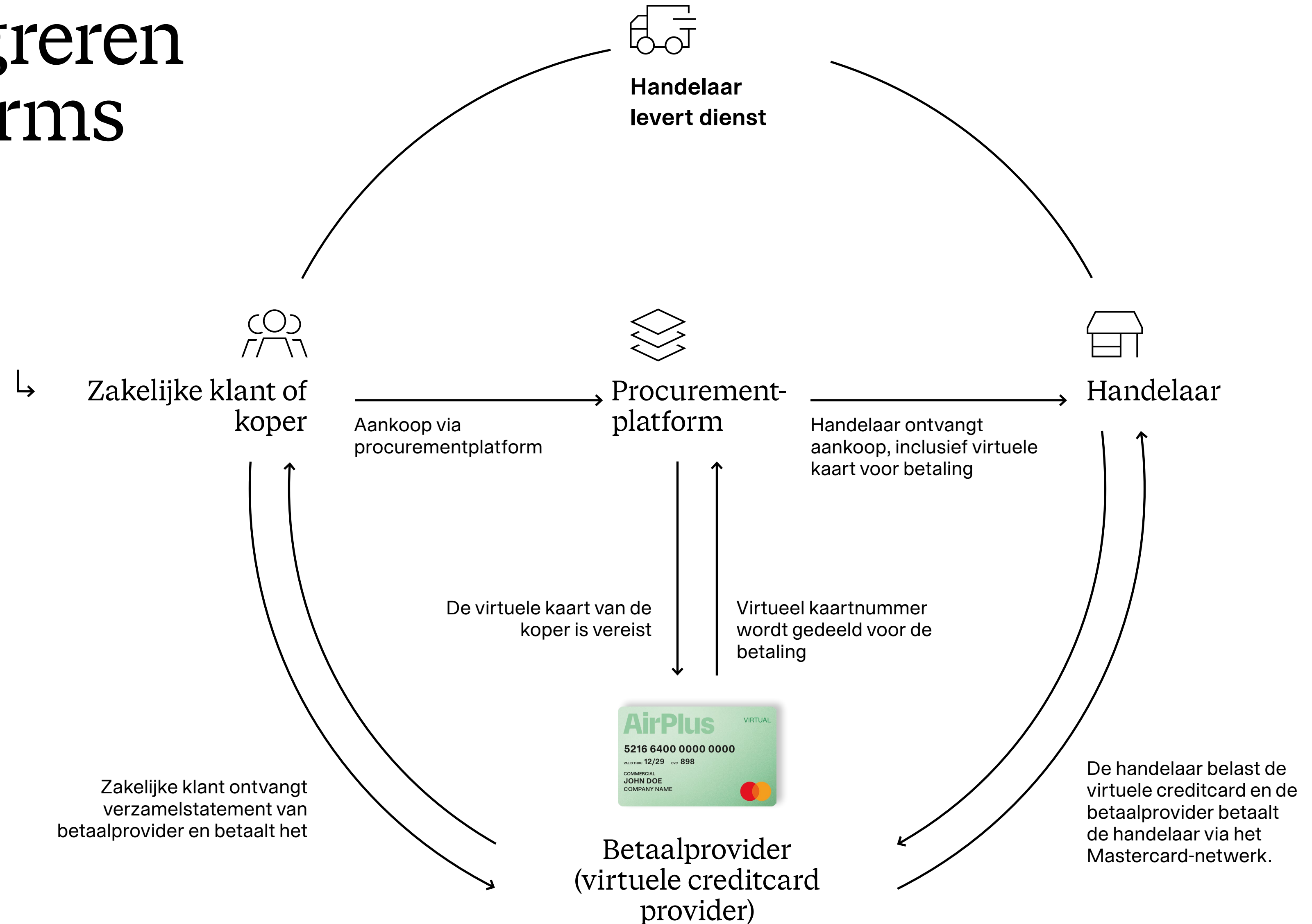
“De kaartnummers worden gegenereerd op basis van Mastercard,” vervolgt Amadei, “en kunnen worden beperkt tot een specifieke leverancier, een maximumbedrag en een vaste periode. Dat geeft ons maximale zekerheid. De introductie van AirPlus Virtual Cards met multi-use functie heeft gezorgd voor snellere reconciliatie, eenvoudigere processen en een betere cashflow,” voegt ze toe. “Daarom gebruiken we de multi-use variant inmiddels ook voor koeriersdiensten, verzekeringen en online advertising.”

Virtuele kaarten integreren in procurementplatforms

Bij deze toepassing – feitelijk een geavanceerde versie van single-use – wordt een interface gebouwd tussen de aanbieder van virtuele kaarten en een procurementplatform. Dit kan in principe met elk platform dat kopers en leveranciers verbindt, zowel extern als intern.

Wanneer een medewerker een bestelling plaatst en op 'betalen' klikt, wordt er automatisch op de achtergrond een virtuele creditcard aangemaakt. De betaling wordt vervolgens verwerkt zoals gebruikelijk via de kaartaanbieder.

Bij het plaatsen van de bestelling kan extra informatie worden gevraagd, zoals projectcodes of kostenplaatsen. Deze gegevens verschijnen vervolgens op de verzamelfactuur, waardoor individuele posten eenvoudig kunnen worden toegewezen aan personen, projecten of budgetten.

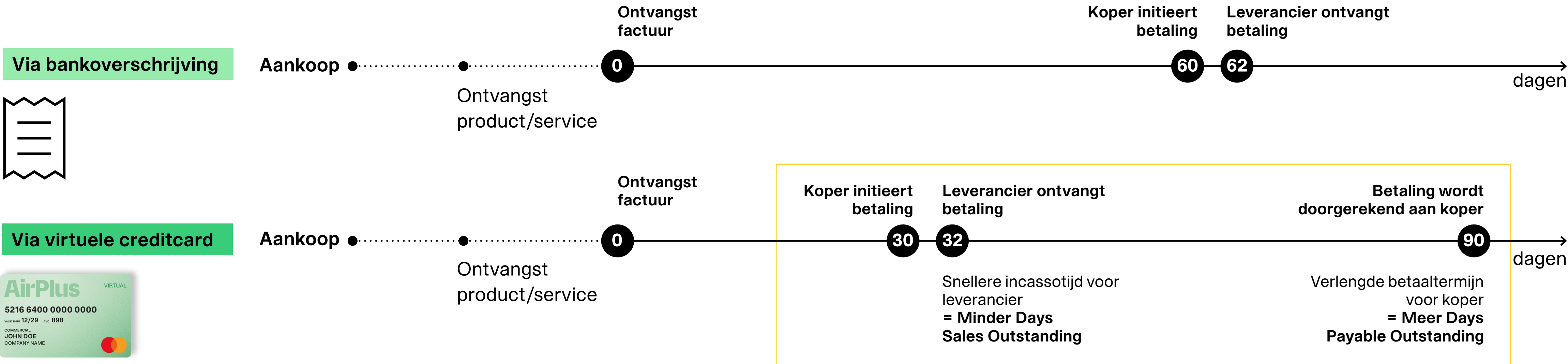


Betere leveranciersrelaties dankzij virtuele kaarten

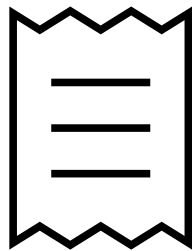
Het gebruik van virtuele kaarten als betaalmiddel is niet alleen voordelig voor de koper. Ook leveranciers profiteren van deze betaalmethode – ondanks de merchant fees, die vergelijkbaar zijn met die van andere creditcards.

Hoe leveranciers profiteren van betalingen met virtuele kaarten

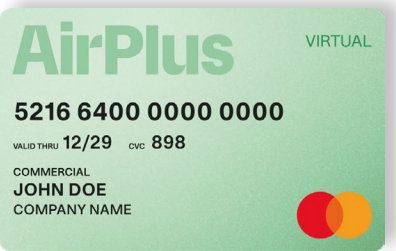
Met virtuele creditcards vergroten bedrijven niet alleen hun eigen Days Payable Outstanding (DPO), maar verkorten zij tegelijkertijd de Days Sales Outstanding (DSO) van hun leveranciers. Dat zorgt voor een win-winsituatie aan beide kanten.



Via bankoverschrijving



Via virtuele creditcard



Bankoverschrijving versus virtuele creditcards in één oogopslag

	Bankoverschrijving	Virtuele creditcard	Voordelen van virtuele kaarten voor leveranciers
Cashflow	Betalingen verlopen volgens vaste betaaltermijnen; kopers wachten vaak tot het laatste moment	Snellere ontvangst van betalingen, meestal binnen twee tot drie dagen	✓ Lagere DSO, omdat betalingen doorgaans binnen twee tot drie dagen worden ontvangen
Kosten	Vaak zijn kortingen voor snelle betaling nodig	Geen financiële incentives nodig voor snelle betaling – dat bespaart kosten	✓ Betere en rijkere data, waardoor betalingen eenvoudiger aan facturen kunnen worden gekoppeld
Relatie met kopers & klanten	Risico op discussies wanneer betalingen door ontbrekende of onvolledige informatie niet correct kunnen worden toegewezen	Nauwkeurige transactiedata zorgen voor een duidelijke en snelle toewijzing, met minder kans op geschillen	✓ Meer controle en transparantie
Klantenwerving	Leveranciers die geen kaartbetalingen accepteren, kunnen minder aantrekkelijk zijn voor bepaalde kopers	Het accepteren van kaartbetalingen ondersteunt de werving van nieuwe klanten	✓ Tijds- en kostenbesparing: minder middelen nodig om betalingen te volgen en het aanmaningsproces vervalt volledig
			✓ Acceptatie van kaartbetalingen maakt leveranciers aantrekkelijker voor nieuwe klanten, aangezien betalen per kaart voor veel bedrijven de voorkeur heeft

Waarom virtuele kaarten accepteren good business kan zijn voor leveranciers (ongeacht merchant fees)

Maar hoe zit het dan met de merchant fee die leveranciers betalen bij het accepteren van creditcards?

Is het alsnog de moeite waard om virtuele kaarten te accepteren?

Het antwoord is: ja, absoluut. De acceptatiekosten – gemiddeld rond de 2% – worden ruimschoots gecompenseerd door de snelheid en zekerheid van het betaalproces.



Bij kaartbetalingen verdwijnt het risico op wanbetaling volledig, omdat dit risico wordt overgenomen door de aanbieder van de virtuele kaart. Daarmee besparen leveranciers gemiddeld zo'n 2%, wat overeenkomt met het bedrag dat normaal verloren gaat door niet-betalende klanten.

Daarnaast ontvangen leveranciers hun geld aanzienlijk sneller. Bij virtuele kaarten gebeurt dit binnen twee tot drie dagen, terwijl bankoverschrijvingen in Europa gemiddeld een DSO van ongeveer 47 dagen kennen. Wie bij bankoverschrijvingen directe betaling wil afdwingen, moet doorgaans een korting aanbieden van 5 tot 8% – aanzienlijk meer dan de merchant fee bij kaartbetalingen.

Casestudy | met single-use kaarten

Single-use virtuele kaarten bij Sagemcom

Sagemcom ontwikkelt innovatieve producten voor smart cities en voor de breedband-, audio- en videomarkt. Voor het ontwikkelen van modellen en prototypes moeten de R&D-teams regelmatig ad-hocaankopen doen, vaak voor kleine bedragen. Dit gebeurt meestal bij leveranciers in Frankrijk, maar ook in andere landen. Deze leveranciers maken doorgaans geen deel uit van het bestaande leveranciersbestand. Om snelle levering te garanderen, plaatsen R&D-teams hun bestellingen online of kopen zij lokaal in.



Christian Touzet
Deputy Procurement Director bij Sagemcom

In het verleden gebruikten medewerkers van Sagemcom voor dit soort aankopen hun privécreditcards en moesten zij daarna wachten op terugbetaling.

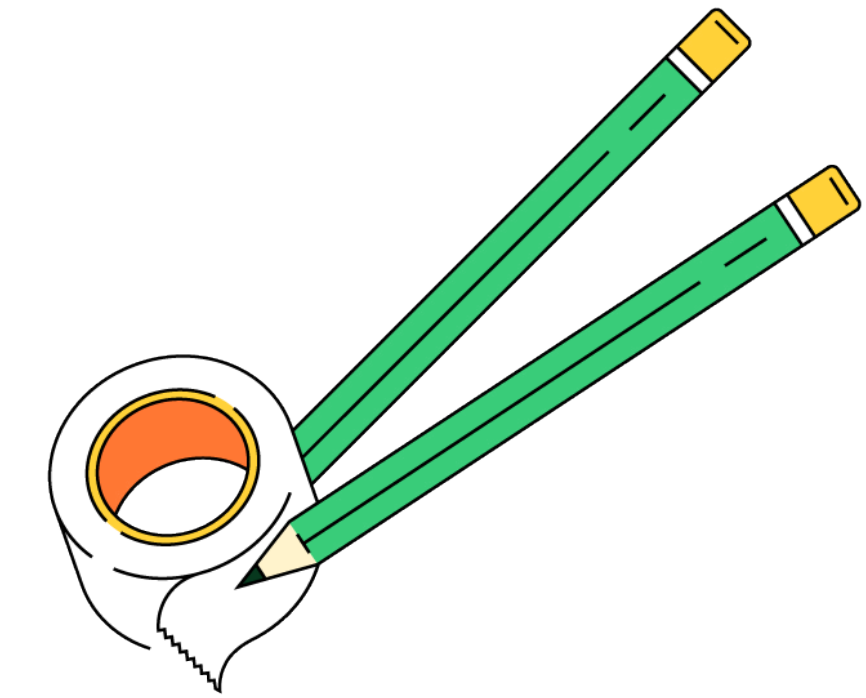
“We zagen dat de vraag zou blijven groeien en dat onze R&D-teams hun werk niet efficiënt zouden kunnen blijven doen zonder dit soort online aankopen,”

legt Christian Touzet uit.

En nu?

“De implementatie van virtuele kaarten was eenvoudig en ging zeer snel,”

aldus Christian Touzet.



Sagemcom gebruikt inmiddels virtuele kaarten van kaartaanbieder AirPlus om alle eenmalige aankopen van de R&D-teams te centraliseren. Tegelijkertijd werd een nieuw proces geïntroduceerd voor indirecte online aankopen, inclusief een duidelijke validatie- en goedkeuringscyclus.

“De implementatie van virtuele kaarten was eenvoudig en ging zeer snel,”
aldus Touzet.

De naleving van dit nieuwe proces wordt bewaakt door de financiële administratie.

“Zodra onze accounting-afdeling een declaratie ziet voor een aankoop die ook via een virtuele kaart had kunnen verlopen, vragen we de betreffende medewerker om voortaan het nieuwe proces te volgen en leggen we de voordelen uit – zowel voor de medewerker als voor het bedrijf,” voegt Touzet toe.

Binnen Sagemcom is slechts één persoon verantwoordelijk voor het aanmaken van

virtuele kaarten en het aanpassen van de parameters indien nodig.

Zo werkt het proces vandaag:

Wanneer een R&D-medewerker een ad-hocaankoop wil doen, dient hij of zij een aanvraag in bij de leidinggevende. Na goedkeuring wordt de aankoop uitgevoerd door een vaste inkoper binnen Sagemcom.

De introductie van virtuele kaarten binnen het inkoopproces heeft geleid tot hogere betaalbaarheid, een geoptimaliseerde cashflow en meer tevreden medewerkers.

Veilige aankopen

Sinds de invoering van virtuele kaarten zijn er geen gevallen van fraude of fraudepogingen geweest, noch intern, noch extern. Het maandelijkse overzicht bevat alle transacties tot in detail en biedt de inkoop- en accountingteams volledig inzicht in de gemaakte kosten.

→ “De virtuele kaarten hebben een einde gemaakt aan fraude.”

Dankzij het gedetailleerde verzamelstatement heeft Sagemcom 100% zicht op alle uitgaven van de R&D-teams.

Verbeterde cashflow

Zodra een virtuele kaart wordt gebruikt, betaalt AirPlus de factuur direct aan de leverancier. Alle transacties die Sagemcom binnen een bepaalde periode met virtuele kaarten uitvoert, worden door AirPlus gebundeld in één overzichtelijk statement, dat aan het einde van de afgesproken periode in één keer wordt gefactureerd. Hierdoor profiteert Sagemcom van langere betalingstermijnen dan bij individuele leveranciers.

→ “In één jaar tijd hebben we met AirPlus Virtual Cards meer dan 300 aankopen betaald, samen goed voor bijna €150.000 – een aanzienlijk bedrag,” aldus Touzet.

“Cashmanagement is strategisch belangrijk voor Sagemcom. Daarom besteden we veel aandacht aan processen die ons werkkapitaal en onze cashflow verbeteren. Virtuele kaarten hebben ons daarbij geholpen.”

Efficiëntere boekhouding

Dankzij virtuele kaarten is er aanzienlijk minder handmatig werk nodig in de boekhouding. Alle posten uit het verzamelde overzicht worden automatisch geïmporteerd in het SAP ERP-systeem van Sagemcom in CSV-formaat, inclusief informatie zoals kostenplaatsen en projectnummers.

“Onze kaartaanbieder AirPlus fungeert als één leverancier en bundelt alle afzonderlijke leveranciersfacturen in één overzicht. Virtuele kaarten hebben de efficiëntie binnen de volledige keten van indirecte inkoop aanzienlijk verhoogd,” merkt Touzet op.

Tevreden medewerkers

Ook voor de R&D-teams is het ad-hoc inkoopproces eenvoudiger geworden. Alle aankopen verlopen nu via de inkoopafdeling. Medewerkers hoeven niet meer voor te schieten en zijn verlost van declaraties.

“We behouden de controle over ad-hocaankopen en bieden onze interne klanten tegelijkertijd een extra service,”

besluit Touzet. Medewerkers hebben daardoor meer tijd voor hun kerntaken.

Heeft u vragen?
Neem gerust contact
met ons op.

AirPlus International
airplus.com/contact