

E-Book

Estratégias de Cobrança para Redução da Inadimplência





Índice

1. Introdução
2. Conheça os Motivos da Inadimplência
3. A Abordagem que faz a Diferença
4. Ferramentas On-line para uma Efetiva Comunicação
5. Principais vantagens de se utilizar SMS e o E-mail como ferramentas de Cobrança
6. Dicas que Ajudam na Rotina Cobrança
7. Melhorando o Relacionamento com o Cliente
8. A Comtele

1. Introdução

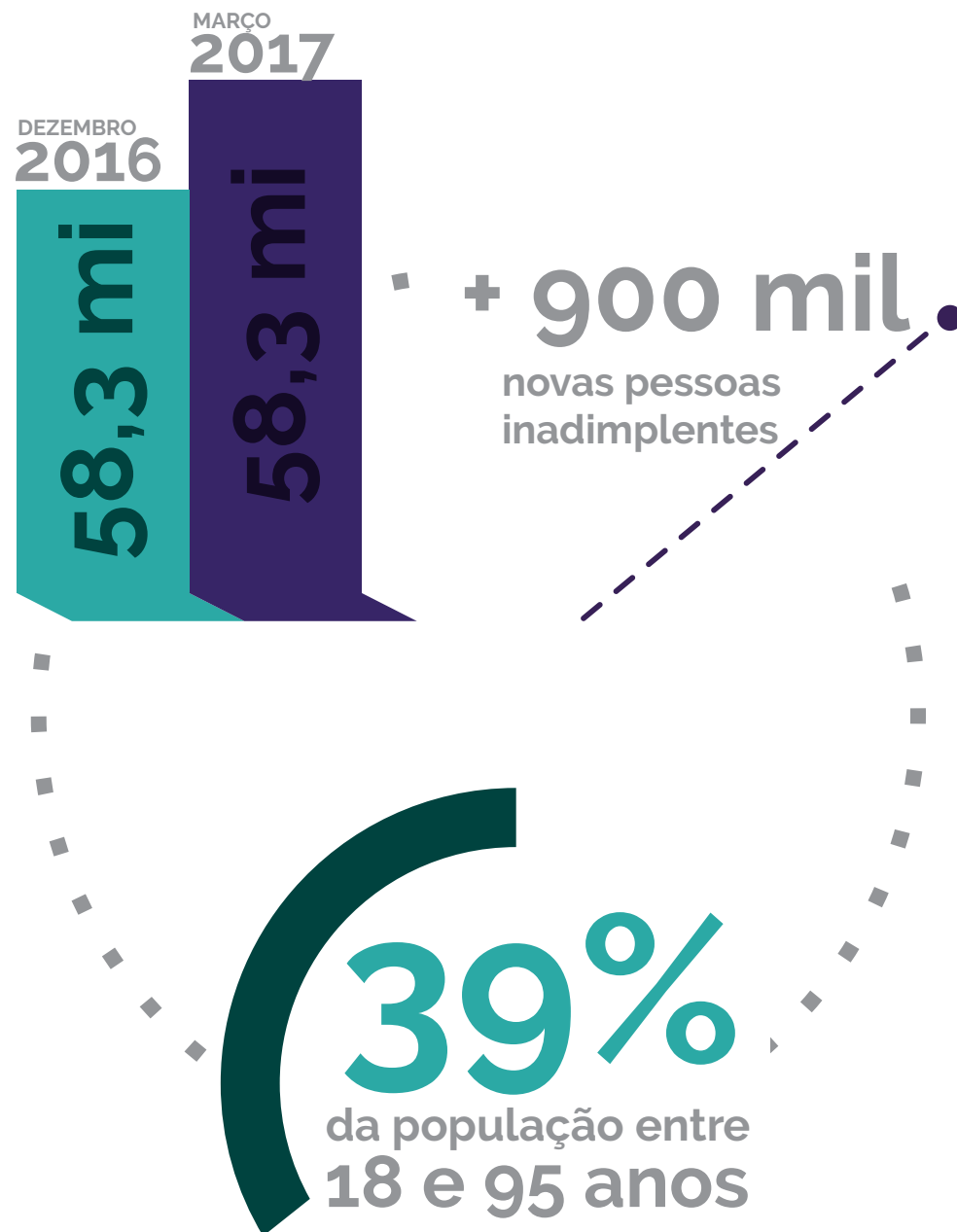
Empresas precisam de todos seus setores, desde produção até marketing e atendimento ao cliente. Então qual seria o papel do setor financeiro nisso tudo? Toda empresa precisa de um bom departamento financeiro para sobreviver ao mercado que está cada vez mais competitivo.

O número de pessoas físicas inadimplentes teve crescimento no primeiro trimestre do ano 2017. No final de março o número era de 59,2 milhões de consumidores brasileiros nas listas de inadimplência. Frente à estimativa de dezembro de 2016, que mostrou cerca de 58,3 milhões, houve um saldo de 900 mil novos nomes nas listas de inadimplência neste ano. Os dados do indicador do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) mostram que, em termos percentuais, 39,36% da população adulta, entre 18 e 95 anos, está com o nome sujo.

Os brasileiros são acostumados a lidar com a inadimplência, principalmente em épocas de crises econômicas. Seja por traços culturais ou pela má organização do setor financeiro no Brasil, o fato é que a diminuição das dívidas é um dos maiores desafios no país. Tanto os consumidores quanto as empresas estão sempre em busca de estratégias para evitar o prejuízo. Os empresários, por um lado, não querem sair perdendo, e os clientes inadimplentes precisam pagar tudo sem ter que sofrer com juros altos

No entanto, a mesma dificuldade em receber as dívidas também é encontrada na hora de cobrar os devedores, e por consequência é preciso usar estratégias eficazes que transformam as cobranças em oportunidades, aumentando a recuperação de valores devidos para manter a saúde financeira da empresa.

Este E-book vai mostrar as melhores estratégias para ajudar sua empresa nesta etapa tão importante do seu negócio, vamos lá!



2. Conheça os Motivos da Inadimplência

A pergunta: por que meu cliente não efetuou o pagamento? Deve ser o princípio para se pensar em uma estratégia eficaz que garantirá retorno esperado, afinal saber os motivos, situações e problemas do seu cliente cria uma base para pensar nas soluções mais adequadas a cada situação.

Alguns clientes citam motivos financeiros como: desemprego; priorização de outras dívidas; salário atrasado, a data não é adequada, entre outros; e outros motivos como: esqueceu a data de vencimento; não concorda com os valores cobrados, a entrega do produto ou serviço não foi como prometido estão no topo da lista que clientes usam para justificar o não pagamento. Então o que fazer? Como oferecer uma solução a eles?

MOTIVOS

Priorização de outras dívidas

Salário atrasado

Data de vencimento inadequada

Desemprego

Esqueceu vencimento

Não concorda com o valor cobrado pelo produto ou serviço

Produto ou serviço não foi como prometido

3.A abordagem que faz a diferença

Após identificado qual é motivo da inadimplência, sua empresa deve começar a definir a estratégia de abordagem e solução, e nesta fase, para ter Sucesso é necessário analisar cada caso e mostrar ao seu cliente que o atende de forma personalizada, afinal antes dele ser um inadimplente ele é seu cliente.

Quando o motivo é falta de dinheiro a solução é sempre voltada para uma boa argumentação, uma proposta interessante ou até mesmo da flexibilidade para fechar um acordo.

Atualmente existem vários canais sendo utilizados no mercado de cobrança para contatar o cliente inadimplente. Mas qual apresenta o melhor custo x benefício? Há várias respostas para essa pergunta, pois cada nicho de clientes apresenta um comportamento diferente mediante a cada canal de contato.

As características que influenciam na resposta de cada canal são a faixa de atraso (aging), produto e/ou segmento, região e a idade do inadimplente. Muitos devedores ficam constrangidos na hora de negociar uma dívida com uma pessoa, neste caso, os portais de auto negociação fazem um papel muito interessante.

É possível automatizar negociações usando tecnologias como: SMS Marketing, chat de atendimento, bots no Messenger do Facebook e URA. Não adianta usar tais tecnologias sem fazer um estudo aprofundado para criar árvores de navegação eficientes. Com certeza, isso fará a diferença entre o sucesso e o fracasso, neste caso, contar com a ajuda de especialistas em automação é o caminho ideal. E é esta ajuda que a Comtele oferece a você, que deseja ter eficiência nos resultados de suas cobranças.

Com SMS Marketing e Interativo, poderosas ferramentas de comunicação entre você e seu cliente. O uso das mensagens têm várias vantagens para as empresas, uma delas é a possibilidade do envio de mensagens personalizadas e até programadas para dias e horas mais convenientes. O custo chega a ser 96% mais barato que mandar uma cobrança via carta ou gastar com ligações, pois elimina gastos com impressão, postagem, etc. mas os motivos que não estão relacionados diretamente a problemas financeiros podem se mostrar uma oportunidade de melhoria no processo, como o envio de e-mail ou sms como lembrete antes da data de vencimento ou a revisão do script de venda para que fiquem cada vez mais claras as condições da venda e os valores que serão cobrados.

que será determinante no sucesso: a autoridade perante o grupo de pessoas com que se está falando. Antes de mais nada, você precisa entender a importância que é ser uma autoridade nos seus negócios.

Claro que se tornar uma autoridade conhecida em algum campo de conhecimento não é a coisa mais fácil do mundo. Mas, com o universo digital, é possível utilizar estratégias de produção de conteúdo, e aos poucos você vai mostrando à sua audiência que é um entendedor do assunto com muito mais facilidade. As pessoas que são autoridade se esforçam todos os dias para aprender mais, adquirir mais conhecimento, testar o que dá e não dá certo, e ter a capacidade de passar o que aprendem para outras pessoas.

As pessoas que são autoridade se esforçam todos os dias para aprender mais, adquirir mais conhecimento, testar o que dá e não dá certo, e ter a capacidade de passar o que aprendem para outras pessoas. Dar atenção para quem segue o seu trabalho é fundamental!

Existem diversas maneiras de criar autoridade para vender mais produtos e serviços e gerar mais resultados através da internet e vamos abordar as melhores formas.

4. Ferramentas On-line para uma Efetiva Comunicação

É importante que a ferramenta ou software de cobrança utilizado no gerenciamento da carteira de inadimplentes seja flexível para comportar mudanças de estratégias com rapidez e segurança.

Como a maioria das pessoas possui dispositivos móveis, como smartphones e tablets, e os utilizam bastante ao longo do dia, torna-se essencial para as empresas se adaptarem às ferramentas mais convenientes para alcançar os consumidores.

E é aí que aparece o SMS como um método eficiente para divulgar negociações exclusivas, acordos de parcelamentos e envio código de barras dos boletos, e tudo de uma forma previamente pensado para os melhores resultados



5. Principais vantagens de se utilizar SMS e o E-mail como ferramentas de cobrança

Cobrança via SMS:

Agilidade na Cobrança e Comunicação Cliente: O SMS é uma forma de comunicação prática e instantânea nesse mercado de cobrança, na qual a pessoa recebe a notificação de cobrança segundos após o envio por parte da empresa. É uma maneira, portanto, rápida e eficiente de se comunicar com o cliente, lembrá-lo de seus compromissos e ajudá-lo a evitar, quando possível, a inadimplência. Além disso, não se esqueça de que o SMS permite alcançar um grande número de pessoas ao mesmo tempo, e que provavelmente elas lerão a mensagem assim que a receberem, visto que um levantamento feito pela Frost & Sullivan mostra que taxa de leitura é de até 98% assim que o SMS é recebido, visto que, atualmente todos têm um aparelho celular e permanecem próximos a ele ao longo do dia.

Comunicação Direta e Amigável: Uma vantagem muito positiva do SMS é que ele é claro e direto no mercado de cobrança, por ter uma quantidade limitada de caracteres a mensagem é na maioria das vezes, direta ao ponto sem rodeios. Tendo uma aceitação muito grande por parte de quem recebe a mensagem, a cobrança utilizando esta ferramenta é vista pelo cliente como uma forma amigável de comunicação, pois a mensagem de SMS é vista mais como um lembrete do que como uma cobrança.

Melhor Custo x Benefício: A mensagem de SMS é mais barata do que a cobrança impressa, a qual implica em custos operacionais de impressão, transporte e postagem, além de poder demorar vários dias até que chegue ao destino, a casa do cliente. Também é mais barato do que uma ligação, que demanda uma equipe de call center treinada para efetuar as chamadas.

Variedade Envio/Utilização: Nem todas as mensagens de SMS para cobrança têm o mesmo propósito ou o mesmo formato. Você pode utilizar o SMS especificamente para a realização do pagamento, enviado ao usuário o código de barras da conta ou o número do boleto. O outro tipo de SMS é o que comunica o cliente sobre a data de sua parcela e o convida a passar na loja para efetuar o pagamento. Caso deseje realizar esta rotina de forma automática, a Comtele possui API de integração, que tornará o processo automático, ajudando assim a evitar falhas de envio referente às datas.



5. Principais vantagens de se utilizar SMS e o E-mail como ferramentas de cobrança

Cobrança via E-Mail Marketing:

O uso do email é o principal motivo de acesso à web no Brasil, segundo estudos do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br). Uma das vantagens de se realizar uma campanha de Email Marketing é a receptividade que essa forma de comunicação oferece. A concentração por parte do público-alvo é muito maior quando a mensagem chega diretamente em sua caixa de e-mails. E analisando alguns números, verificamos que 91% dos consumidores relatam abrir o email ao menos uma vez no dia; 82% dos usuários mobile recebem e enviam emails diariamente utilizando smartphones. O email é a ferramenta de acesso mais utilizada na internet (você não consegue criar contas em redes sociais sem ter um email, por exemplo).

O envio de Email Marketing Comtele é uma ferramenta que oferece agilidade de implementação e avaliação de resultados. A mensuração dos envios pode ser feita, por meio de estatísticas de tráfego em seu site, que indicam quantas pessoas receberam o email, clicaram em um link ou efetuaram compras. Quando bem planejadas, as campanhas de Email Marketing para setor de recuperação de crédito e cobrança oferecem altos índices de retorno.

Através de envio de Email na modalidade de cobrança você terá um excelente alcance pois um email é a coisa mais simples e fundamental que alguém pode ter na Internet e as pessoas já têm a ferramenta totalmente incorporada às suas vidas. Não são poucas as pessoas que vão além e são até compulsivas com seu uso, passando o tempo todo com a caixa de email aberta e conferindo cada nova mensagem que chega. Isso é extremamente comum, principalmente em ambiente corporativo. Somado a isso, o fato de quase todo mundo ter um smartphone faz o email ganhar ainda mais força. Além disso, os emails são uma forma de contato mais direta e personalizada.

A interatividade em e-mail marketing quando se utiliza para acordos e cobranças com seu cliente vai além da inserção de links do tipo "leia mais" e de enquetes que direcionam ao site. Se o usuário não tiver certeza de que seu voto realmente será levado em conta e de que sua opinião é mesmo importante, a interatividade acaba aí. O importante é que a comunicação com o usuário possa fluir continuamente, como numa conversa: ele responde ao seu envio, você responde de volta, e ele novamente... E como fazer isso? O mais importante é permitir um endereço para o qual o leitor possa responder, literalmente, à mensagem recebida. O ideal é que seja para o próprio endereço remetente, mas se não for possível, informe um endereço alternativo em local de fácil visualização.



6. Dicas que ajudam na rotina cobrança

1-) Tenha um cadastro organizado dos seus clientes:

A inadimplência pode ser evitada se você tiver à disposição um cadastro de clientes organizado. Ele permite uma melhor monitoração dos pagadores.

Montar um cadastro de clientes inadimplentes proporcionará um histórico dos pagamentos de cada um e pode evitar futuros problemas com inadimplência. Assim, você saberá quais consumidores pagam em dia e quais atrasam, mantendo um maior controle financeiro. Peça dados como telefone, e-mail, endereço, valor e data em que o pagamento deve ser feito. Crie uma rotina de cobranças e não permita que as dívidas se prolonguem por muito tempo, a fim de evitar prejuízos.

É essencial que o cadastro dos clientes esteja atualizado e as contas da empresa em dia. Se você discriminar a pontualidade dos pagamentos de cada um, poderá identificar quais clientes possuem mais dificuldades em manter o acordo estabelecido.

Então, poderá adotar estratégias para contornar a situação. Além disso, identificando os melhores pagadores, você poderá oferecer vantagens a eles. Tenha também uma lista com os dados de seus consumidores, os serviços prestados em determinado período e as movimentações financeiras correspondentes. Além de ser fundamental para qualquer empreendimento, o hábito de manter esse tipo de planilha ajuda a acompanhar o processo de cobrança e controlar sua eficiência.

2-) Ofereça vantagens para o pagamento:

Outra maneira de garantir o sucesso das cobranças é oferecer algumas vantagens para que elas sejam efetuadas dentro do prazo ou pelo meio de pagamento mais lucrativo para a empresa. Descontos de pequenas porcentagens para os que pagam em dia é uma maneira suave de cobrar uma multa dos que atrasam o pagamento.

É sempre importante compreender a situação do cliente, pois muitos deles desejam pagar as dívidas, mas não possuem meios. Juros altos e condições de parcelamento abusivas não adiantarão em nada. Prenderão o cliente nas contas e dificultarão a quitação dos débitos. Se a empresa fornece meios fáceis de pagar, ao menos uma parte da dívida, ambos saem ganhando. É essencial manter o cliente interessado.

Se o cliente receber algo em troca no pagamento em dia, ele irá preferir fazer isso. Incentive isso através de descontos e promoções nas compras seguintes. Ou faça cartões especiais, que acumulam pontos que podem ser trocados por benefícios mais tarde. Ou, ainda, realize sorteios entre os clientes que pagam em dia.

Em uma transação, ambos os lados procuram lucrar. Por mais paradoxal que seja a ideia, as partes também precisam ceder. Nesse sentido, você deve compreender a importância de facilitar as formas de pagamento, oferecendo meios de quitação de dívida. Você pode, por exemplo, enviar os boletos bancários por e-mail, aceitar cartões de crédito de várias bandeiras, promover o pagamento em débito e em cheque. Portanto, tão importante quanto fazer um cliente inadimplente quitar a sua dívida, é mantê-lo como consumidor de sua empresa. Oferecer vantagens de um pagamento realizado no prazo e cobrar a dívida de uma forma sutil, sem desrespeitar o cliente, são algumas das boas estratégias para mantê-lo em sua empresa e não cometer a inadimplência novamente.

6. Dicas que ajudam na rotina cobrança

3-) Treine sua equipe: Os colaboradores responsáveis pela cobrança devem ser bem treinados. Eles precisam conhecer, por exemplo, o Código de Defesa do Consumidor.

Atender bem o consumidor é sempre importante, independentemente do tipo de negócio ou a finalidade do seu atendimento. É isso que vai determinar o sucesso da sua empresa, qualquer que seja o ramo de atividade. Basta reparar como um atendimento ao cliente de qualidade faz toda a diferença no seu processo de decisão de compra e pagamento. É preciso estar preparado para, durante a jornada do consumidor, no micromomento de compra, ser capaz de proporcionar a melhor experiência possível.

O cliente deve estar sempre no centro da operação. Afinal, sem ele não há negócio, não há lucros, não há nada. Jamais aja como se estivesse fazendo um favor aos seus consumidores. Para alcançar o sucesso, é fundamental dar à clientela a importância que ela realmente tem. Atender bem é o primeiro e, provavelmente, o mais importante passo em direção a um bom resultado. Busque sempre tornar essa característica um item fundamental entre os valores da sua empresa.

Um bom atendimento deve unir gentileza, agilidade e precisão nas informações. Bastante eficaz, o chat online tem se tornado cada vez mais comum. É muito usado para fazer atendimento reativo, em que o atendente espera o contato do público (nesse caso, normalmente, a pessoa clica num link indicado na página de contato do consumidor com a empresa).

4-) Não tenha medo de realizar cobranças: Todos sabemos que receber uma notificação de cobrança não é uma situação confortável. Por essa razão, é importante que o agente de operação consiga estabelecer uma conversa sendo educado e fazendo com que o cliente sintam-se confortável. Porém, educação não pode ser confundida com falta de firmeza: é preciso tratar bem a pessoa com quem conversa, sem esquecer o real motivo da ligação, que é realizar a cobrança.

Manter o tom de voz calmo e falar com clareza também são detalhes que não podem ser esquecidos na hora de montar o roteiro para operações de cobrança. A calma e a educação devem durar até o fim da ligação, com uma despedida educada mesmo após uma difícil discussão.

Lembre-se de que o atraso de pagamento de clientes inadimplentes prejudica o crescimento de sua empresa. Por isso, não tenha receio de realizar cobranças. Assim como o consumidor possui direitos previstos em lei, sua instituição também possui guarda jurídica. Também, pode ser que o pagamento não tenha sido efetuado por conta de uma confusão de datas ou dificuldades financeiras momentâneas. Nada que um bom diálogo não resolva.

Não seja rude e nem faça ameaças aos seus clientes inadimplentes. O ideal é que você se mantenha respeitoso e amigável ao realizar cobranças, pois o objetivo é que os consumidores saldem suas dívidas e continuem contratando os serviços da sua empresa. Instrua a sua equipe de cobranças, caso sua instituição possua uma, a ser sempre gentil com os devedores, oferecendo

5-) Informe clientes datas de vencimentos: Não se esqueça de enviar lembretes com as datas de pagamento aos clientes inadimplentes dias antes de seu vencimento. Você pode fazer isso por e-mail ou SMS. Dessa forma, você se previne de que seus consumidores esqueçam das dívidas e atrasem o pagamento.

Além disso, é importante criar incentivos para os pagamentos em dia. Se for possível, dê descontos, ofereça condições especiais, faça sorteios ou realize promoções para clientes que não sejam inadimplentes.

Uma das formas para conseguir que os clientes paguem mais rapidamente é oferecer algum desconto a quem pagar a totalidade do projeto logo ao início. Eu sei que poderá perder algum dinheiro logo à partida, mas veja algumas vantagens: O cliente tem um desconto, o que funciona como um incentivo para que ele contrate os seus serviços num projeto futuro. Dá mais confiança ao cliente e faz com que ele se sinta especial. O freela será sempre bem sucedido financeiramente, não correndo o risco de terminar o projeto e não receber o pagamento. Perde menos tempo em cobranças. Apesar de ter evidenciado todas estas vantagens, é importante que apenas tome esta opção nos seus clientes habituais. Isto porque se você receber antecipadamente de um cliente desconhecido, pode ter sempre o risco de ele cancelar o projeto a meio e pedir o dinheiro de volta ou de ser demasiado inconveniente e alterar completamente a estrutura do projeto a meio.

7. Melhorando o Relacionamento com o Cliente

Relacionamento com clientes não pode ser resumido à uma técnica, um software ou um processo. Deve ser visto como um dos pilares centrais de sua estratégia de , até mesmo por conta de um motivo básico: pessoas se relacionam. Do início de uma operação até o consumidor final, todos são pessoas envolvidas. Relacionar-se com clientes é estar aberto à entender que estes são também pessoas e não somente números. Mas para saber como ter um relacionamento com clientes ideal é necessário tecer estratégias qualificadas que realmente tenham eficácia garantida.

Um bom relacionamento com clientes coloca sua empresa para pensar igual a ele. Para saber disso, é preciso estratégia. Observar interações, ver quais as abordagens de cobrança são mais aceitas, saber o estilo de vida, organizar dados pessoas e profissionais.

Para conquistar os resultados desejados na recuperação de crédito, o seu relacionamento com clientes deve superar a todas as expectativas. Não adianta fazer o que ele quer apenas. Isso não fideliza ninguém. É preciso ir além. Garanta o produto de qualidade, com variadas formas de pagamento, ofereça um conteúdo campeão, entregue rapidamente o serviço, seja educado. Mas faça mais do que isso. Quanto mais e bem feito, melhor.

Manter um relacionamento próximo do seu cliente é fundamental, também, para identificar o que ele tem a dizer sobre você de forma transparente. Por isso, mesmo que o seu cliente tenha um perfil "difícil de lidar" é fundamental dar uma atenção especial para ele – lembre-se que o seu atendimento pode torná-lo um case de situação que foi revertida se você trabalhar bem o relacionamento de vocês.

Não basta, contudo, ouvir o que ele tem a dizer, seus elogios, críticas e sugestões. É preciso avaliar cada feedback recebido e utilizá-lo para melhorar os pontos abordados como falhos e manter o que tem feito brilhar os olhos dos seus clientes.

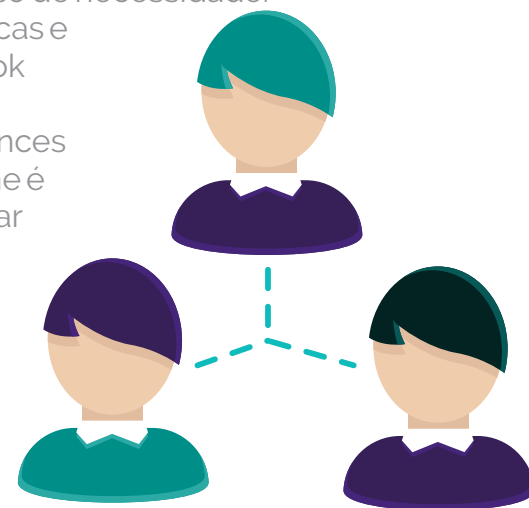
A forma como lidamos com diversos assuntos e clientes ao mesmo tempo pode às vezes nos ligar no 'automático' e a maneira como passamos a gerenciar as tarefas do dia-a-dia acabam seguindo o mesmo tom. Nossa dica aqui é: cuidado!

Preste sempre muita atenção em toda a comunicação que tiver com seus clientes, já que isso é importante para que eles tenham a sensação de que você realmente está interessado em ajudá-los. No telefone, seja sempre paciente e gentil. Educação e bom senso antes de qualquer coisa. Nas trocas de e-mails, não se esqueça de incluir sua assinatura ou seu nome ao final de cada correspondência. É muito frustrante não saber quem está falando conosco. Afinal, ninguém quer ser atendido por máquinas ou funcionários anônimos que não poderão ser contatados em caso de necessidade.

Inserindo na prática todas as dicas e estratégias citadas neste e-book você praticara uma cobrança amigável e assim terá mais chances não apenas de receber o que lhe é devido, mas também de fidelizar esse tipo de cliente. Somente opte por incluir o nome do inadimplente em cadastros de proteção ao crédito se a pessoa não aceitar o diálogo.

Existe uma infinita possibilidade na utilização de SMS na rotina de cobrança da sua empresa, agora é so escolher o serviço que melhor irá te atender.

A Comtele estará junto com você, proporcionando resultados e oferecendo o melhor custo x benefício.



8. A Empresa

A Comtele é uma empresa especializada em marketing virtual e está no mercado há mais de nove anos e os principais serviços oferecidos são:



SMS



E-MAIL MARKETING



TORPEDO DE VOZ

Temos como foco principal criar novas soluções de comunicação para que os nossos clientes consigam sempre transmitir a melhor mensagem aos seus consumidores através da conexão entre os mundos online e offline.

comtele.com.br



[/Comtele.mktvirtual](https://www.facebook.com/Comtele.mktvirtual)



(16)98130-4898



[atendimento.mltcorp](https://www.skype.com/atendimento/mltcorp)

COMTELE
A MESSAGING COMPANY