

icm^o

La nueva era de la cobranza



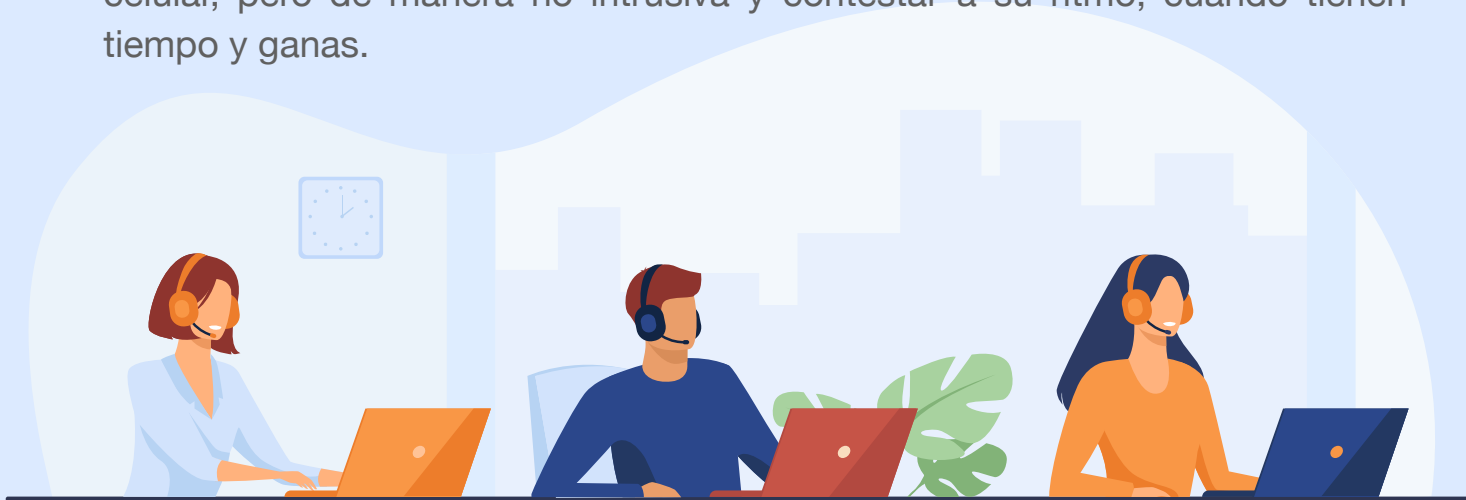
La nueva era de la cobranza

Debemos partir de una nueva realidad, y es que en la actualidad los **medios digitales como el SMS, RCS y WhatsApp han tomado cada vez más presencia dentro de las estrategias actuales de cobranza**, aprovechando que los clientes pasan varias horas al día viendo su celular y muchos de ellos prefieren textear en lugar de hablar. Asimismo, **el uso de Inteligencia Artificial en la gestión de cobranza se ha extendido cada vez más, gracias a la automatización de procesos, su capacidad de realizar predicciones de pago, su omnicanalidad, reducción de costos y mejor servicio.**



Sin duda, la pandemia del COVID-19 terminó de potencializar estas nuevas formas de realizar la cobranza, aprovechando al máximo las herramientas tecnológicas y digitales, debido al confinamiento y la sana distancia para evitar contagios. En este contexto, la mayoría de **las áreas de cobranza han replanteado sus procesos, debiendo organizar un equipo remoto de cobro y asignar una estrategia distribuida de gestión de cobros en un régimen de Home Office**, que permita organizarla mediante un proceso predecible, medible y controlable.

Asimismo, con el desarrollo de nuevas herramientas, los clientes han modificado sus hábitos y preferencias; ahora desean ser contactados en su celular, pero de manera no intrusiva y contestar a su ritmo, cuando tienen tiempo y ganas.



No obstante lo anterior, se ha buscado que la cobranza moderna sea una nueva concepción que no busque sustituir los métodos tradicionales, sino más bien utilizarlos de manera complementaria e inteligente, enfocándose en analizar la forma en la cual se establecen negocios con los clientes desde un principio, aplicando técnicas innovadoras en materia de comunicación y negociación, teniendo en cuenta intenciones y posiciones al igual que las experiencias acumuladas para la retroalimentación del sistema.

De esta forma la cobranza actual permite el uso inteligente del software de gestión de cobranza. Si bien los métodos tradicionales se utilizaban en las empresas de distintas formas, la cobranza moderna hace uso de estrategias y programas que hacen su trabajo mucho más rápido y efectivo, apoyado evidentemente en las nuevas tecnologías.



Uso de **herramientas digitales**

Hoy las empresas pueden realizar cobranzas digitales y automatizadas, brindando a sus clientes (quienes realizan pagos recurrentes) soluciones digitales, a distancia, de manera fácil, segura y conveniente.

Se han desarrollado softwares amigables y de fácil acceso, los cuales permiten automatizar pagos, así como y programar recordatorios de cobros a los clientes. Con solo un e-mail los usuarios podrán visualizar el monto y fecha de vencimiento de su próximo pago a realizar.

SMS

Por otra parte, desde que tomó auge la era digital, los mensajes de texto SMS han representado una estrategia muy efectiva para comunicar recordatorios de pago o adeudos vencidos, ya que llegan directo al deudor sin interrumpir sus actividades y dándole información de la deuda.

Entre las ventajas del SMS están los recordatorios de pago, avisos de saldo vencido, envío de promociones por pago, aviso de alternativas de pago como quitas o descuentos, notificación de pago electrónico no realizado, agradecimiento por recepción de pago y recordatorio de promesa de pago.

Otra gran ventaja de los mensajes SMS es la capacidad de enviar un alto volumen de mensajes con un resultado inmediato, sobre todo una alta efectividad de respuesta en moras tempranas.





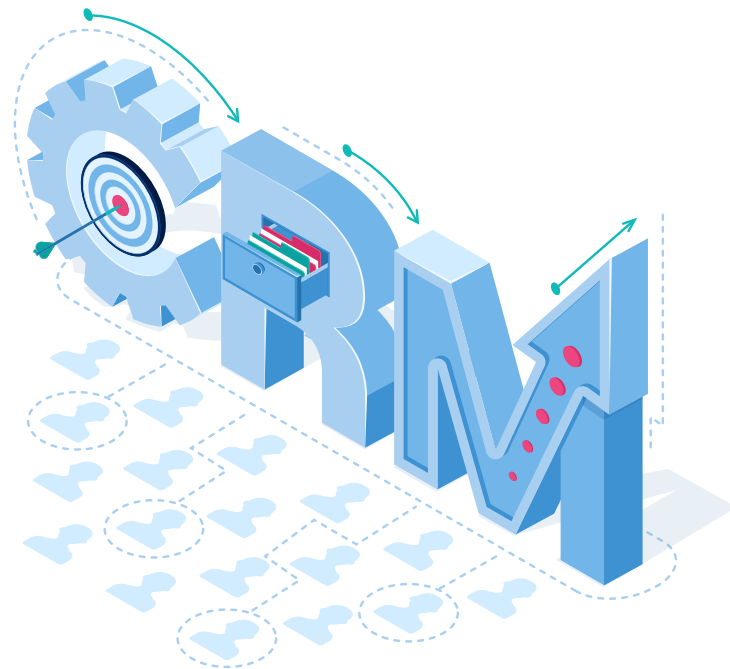
WhatsApp

Esta aplicación revolucionó la comunicación y es el sistema de mensajería más utilizado en Latinoamérica; existen herramientas profesionales de atención que permiten dar respuesta, monitorear y registrar cada conversación e incluso incluir bots para ayudar a contestar fuera de horario, segmentar por campañas, canalizar por ejecutivos, priorizar e incluso dar respuesta a preguntas simples. Es un gran medio para interactuar con los clientes y poder negociar con ellos.

CRM

Es un servicio de comunicación enriquecida (Rich Content Service) diseñado para reemplazar el servicio de mensajes de texto SMS, el cual permite enviar mensajes de texto de salida con tan solo tener el número de celular de un cliente o prospecto, y complementar, si se desea, con imágenes, audios, videos, carruseles de imágenes, ubicaciones y contactos.

Permite crear grupos de chat, con posibilidad de saber si la persona al otro lado está escribiendo e indicadores de que ha recibido o leído el mensaje; también puede compartir fotos y videos de alta calidad.



Inteligencia Artificial (IA)

Es el campo de la informática que crea programas y mecanismos que puedan comportarse de una forma considerada “inteligente”; en otras palabras, podemos decir que las computadoras o máquinas son capaces de desarrollar tareas y funciones que se consideraban destinadas únicamente para los seres humanos, como aprender, leer, sostener una conversación, etc.

Bien podría dedicarse un gran espacio para hablar de la revolución que ha significado la Inteligencia Artificial, pero por ahora solo destacaremos los beneficios que ha traído al sector financiero y a la industria de la cobranza.

Grandes empresas de la industria financiera han implementado con éxito la Inteligencia Artificial en sus procesos relacionados con el manejo de deuda; un buen ejemplo es MasterCard; el CEO de Brighterion, una compañía filial, asegura que el uso efectivo de la IA puede ayudar a reducir las tasas de morosidad en aproximadamente un 76 por ciento.

Se considera el papel de la IA en las instituciones financieras como un mecanismo para mejorar la experiencia del usuario debido al nivel de personalización que solo se puede lograr a través de su uso.



Por medio de algoritmos basados en Machine Learning (una de las subáreas de la Inteligencia Artificial), se pueden hacer segmentaciones más inteligentes de las carteras, logrando descubrir rápidamente patrones de comportamiento que ayudan a definir la estrategia. Los modelos predictivos pueden llegar a tener una precisión superior a un 95% y al aplicarlos a los segmentos de clientes se puede predecir su comportamiento de pago, mejor canal, horario y estrategia de contacto.

Básicamente, la IA abre la posibilidad a una gestión centrada en el individuo y sus hábitos, siendo menos invasiva y más precisa.

Es así como los nuevos tiempos que vivimos han permeado en la tarea de negociación de cobranza, acelerando el uso de las tecnologías para tal fin

Pero tu querido lector ¿ qué opinas?

