La cobranza como servicio al cliente,

una visión que llegó para quedarse

Las formas de cobrar han evolucionado de gran forma en los últimos 10 años. Lejos quedaron las prácticas intimidatorias y acosadoras, o al menos las empresas serias entendieron que la forma de recuperar cartera debe ser de una forma más racional y enfocada en el servicio al cliente.

Y hablando de racionalidad, las propias necesidades de la cobranza han obligado a las empresas a analizar el comportamiento de sus deudores. **El deudor no es el mismo en el sector financiero que en el sector automotriz o en el minorista**; las razones de falta de pago a sus deudas pueden ser variadas, por ello, determinar la probabilidad de que un cliente regrese a un buen estado financiero a través de datos es clave.

Una vez definido lo anterior debemos enfocarnos en el servicio al cliente, para que este sienta que en verdad le estamos dando un servicio y no solo lo buscamos para cobrarle una deuda. Incluso el acercamiento debe ser bien estudiado para tomar la mejor determinación con cada uno, evitando hostigarlo, sino más bien haciéndolo sentir que tiene áreas de oportunidad y que estamos para asesorarlo y darle todas las alternativas para poder cubrir su deuda y seguir siendo sujeto de crédito.

Es importante brindar la mayor cantidad de opciones de pago posibles que puedan facilitar la gestión para el cliente, de manera que no requiera un esfuerzo efectuar el pago. También ayuda el buen manejo de las objeciones del cliente, siempre tener un portafolio de respuestas para esas evasivas.

Otro aspecto fundamental para una cobranza efectiva y enfocada en el servicio es demostrar **empatía;** ponerse en el lugar de nuestros clientes y ser solidarios es la mejor manera de generar una grata sensación, de lo contrario pueden sentirse descuidados, que no se les valora. Con ello podemos generar fidelidad.

Con lo anterior desarrollar el interés del deudor en lo que tengamos que decirle, y para ello debemos lograr un acercamiento amistoso. Las técnicas de alta presión han dejado de ser efectivas porque alejan al deudor y, en el mejor de los escenarios, pagarán a largo plazo. Si capturamos su atención, podemos aprovechar la oportunidad de ofrecerle alternativas personalizadas como descuentos sobre el monto total de la deuda o una reestructuración total o parcial de la misma.

Asimismo, **debemos establecer condiciones de cobro claras y seguras para la empresa,** pero dando a su vez la flexibilidad necesaria que los clientes pueden requerir en situaciones especiales. Una gestión de ventas es considerada exitosa si se cierra un negocio, pero bajo una visión global, la verdadera gestión de ventas exitosa es aquella que incorpora, además, la posterior gestión de cobranzas, que en definitiva es el fin de un cierre exitoso del ciclo de venta.

Definitivamente, aplicar técnicas de cobranza efectiva es indispensable para mantener la buena salud financiera de una empresa. En ese sentido, las labores de cobranza pueden potenciarse utilizando soluciones tecnológicas que ya hemos comentado en números anteriores, lo cual permite tener nuevos medios de comunicación que hacen más efectiva la manera de recuperar cartera y se ajustan más a las necesidades de las empresas.

Se hacen más eficientes las técnicas de cobranza y por lo tanto, el servicio al cliente, cuando se definen iniciativas que mejoren la ejecución y desempeño de los procesos aplicando rubros como estandarización, implementación de indicadores de desempeño y desarrollo de lineamientos y políticas que permitan integrar un enfoque de mejora continua en toda el área de cobranza.