

Además, queremos invitarte a dar
el siguiente paso con nuestro curso:

Técnicas y herramientas para mejorar la contactación en el proceso de cobranza



INICIO: 27 de Octubre



Online en vivo

INTRODUCCIÓN

El reto más importante en la cobranza no es el de lograr una promesa de pago, no es el de desarrollar las mejores habilidades de negociación con los clientes, sin duda el reto más grande hoy en la cobranza es el de CONTACTAR con los clientes y el segundo reto es poder mantener ese contacto vivo durante todo el proceso de negociación.

Para ello hemos desarrollado este curso que te permitirá conocer cómo funcionan las herramientas de contactación, como se hace uso de ellas tradicionalmente en los procesos de cobranza y las recomendaciones sobre sus mejores prácticas para aumentar la contactación e incrementar los pagos.

OBJETIVOS



1

Identificar como punto de partida, las herramientas de contactación más utilizadas en el proceso de cobranza y comprender de manera clara su aplicación y mejores prácticas para hacer uso de ellas de manera estratégica.



2

Analizar las mejores prácticas en la conformación de bases de datos dentro del proceso previo, es decir durante la originación o mantenimiento para lograr a través del tiempo, una base de datos sana actualizada y con datos previamente analizados lo que permitirá incluso determinar los canales de contacto preferentes de cada cliente.



3

Identificar las mejores prácticas de CX que pueden aplicarse al proceso de cobranza desde el primer contacto para buscar mantener un canal abierto y funcional de comunicación con aquellos clientes que ya fueron abordados una primera vez, incrementando así la posibilidad de mantener contactos múltiples manteniendo el interés del propio cliente.





De manera concreta el programa busca lograr los siguientes objetivos particulares:

- ✓ Aprender a generar estrategias de BI orientadas a la conformación de mejores bases de datos.
- ✓ Comprender el funcionamiento básico de las contactaciones más usadas con los clientes.
- ✓ Diseñar flujos de trabajo estratégicos y dinámicos que integren diferentes herramientas.
- ✓ Trabajar de manera preventiva con el concepto de SPAM y sus afectaciones por canal.
- ✓ Conocer y valorar la viabilidad de la omnicanalidad.
- ✓ Implementar mejores prácticas de CX para asegurar una correcta experiencia de servicio.
- ✓ Identificar todos los puntos de contacto con el cliente más allá del primer intento.
- ✓ Aplicar mejoras en los puntos de contacto dentro del proceso de negociación.
- ✓ Comprender los principales usos prácticos de la IA en el proceso de contacto.
- ✓ Conocer los nuevos roles de trabajo útiles en la contactación y negociación.

DIRIGIDO A:

Gerentes, Coordinadores y personal responsable de diseñar y gestionar la estrategia de cobranza, del uso de tecnologías y manejo de canales de comunicación.

METODOLOGÍA

- ★ Exposición de conceptos clave
- ★ Ejemplos prácticos y casos reales
- ★ Trabajo colaborativo
- ★ Taller de diseño de estrategias



Online con instructor en vivo



Duración: 12 horas

Distribución: 6 clases de 2 horas



Vínculos de **habilidades**

Los participantes al término del curso integrarán conocimientos y competencias necesarias para analizar el proceso de contactación de clientes, generar flujos de trabajo y estrategias con el mayor aprovechamiento de su tecnología y canales, comprensión y diseño de interacciones basadas en CX y negociación efectiva.

TEMARIO

TEMA	CONTENIDO
Introducción al proceso de contactación	Como primer punto analizaremos las etapas del proceso para comprender su nivel de importancia en el resultado y ubicaremos los puntos críticos de contacto en cada etapa para posteriormente aplicar acciones de mejora en cada uno de ellos.
Canales de comunicación más usados en la cobranza	En este tema analizaremos uno a uno los principales canales comunicación con 3 premisas a revisar por canal, “Que es y cómo funciona” ; “Como se utiliza generalmente” y “Como podemos aprovecharlo mejor” .
SPAM	Comprenderemos con claridad el concepto de SPAM, sus afectaciones en nuestros esfuerzos de contacto y el impacto en los resultados, identificaremos por que sucede y como mis operaciones pueden ser causantes de él, entenderemos además cómo funciona mayormente en cada canal?, como podemos prevenirlo y sobre todo, como podemos corregirlo.
IA aplicada al proceso de contactación	En este tema conoceremos las alternativas que la tecnología actual nos permite utilizar para optimizar y potencializar nuestras comunicaciones, presentaremos algunos ejemplos prácticos que despierten la creatividad y puedan abrir la oportunidad de gestionar nuestras comunicaciones de forma diferente e innovadora.

TEMA

CONTENIDO

Mejores prácticas para mantener un canal de comunicación abierto

Como ya lo hemos descubierto hasta ahora lograr un primer contacto es fundamental pero si no logramos cerrar en ese primer contacto, es necesario mantener el canal de comunicación abierto con el cliente por lo que analizaremos algunos conceptos que podrían ayudar a lograrlo, tales como:

- Analytics BI (Speech Analytics, Text Analytics)
- Voice of CustomerTouchpoints)
- Análisis de Calidad (Monitoreo de Calidad, Calibración)
- CX Aplicado a la Cobranza (Customer Journey Map, Customer Service Touchpoints)

Nuevos roles laborales en las comunicaciones con el cliente

Conoceremos los nuevos roles de trabajo que hoy deben impulsar las interacciones con clientes dentro de la omnicanalidad, considerando también comunicaciones más digitales y de autoservicio.

- Knowledge Manager
- Conversation Designer
- Conversation Analyst
- Prompt Engineer
- Support Design Strategist

Taller “Flujo de comunicaciones efectivas”

Cerramos el programa con un workshop en el que se buscara que cada participante acorde a sus herramientas y propuestas construya el canal de comunicación ideal para asegurar una contactación más eficiente que a su vez resulte en un mejor servicio de cobranza para los clientes.

INSTRUCTOR

Rubén Ruiz

Director de Consultoría ICM



- 25 años en Contact Centers para el sector financiero, especializado en recuperación de cartera vencida, BPO, Nearshore y CX.
- 15 años en puestos directivos y de consejo.
- Experiencia con bancos, sofomes, fintechs, telcos y otros.
- Liderazgo en campañas de cobranza para consumo, TDC, hipotecarios, pymes, microcréditos, automotriz, fintech y B2B.
- Trayectoria desde asesor de cobranza hasta director general (10 años al frente de una de las empresas más destacadas del país).
- Especialista en implementación de tecnologías y metodologías de innovación para cobranza, contactación y servicio al cliente.
- Certificado como CSO (Chief Strategy Officer).
- Diseñador de aplicaciones de planeación estratégica: Strategy Jobs Families, Stratex, OKR's y más.



MÁS INFORMACIÓN

ICM CONSULTORÍA Y CAPACITACIÓN INTEGRAL

55 66 510 100



55 64 48 6025



informacion@icmcredit.com



www.icmcredit.com



¡CUPOS LIMITADOS!

Asegura tu lugar y lleva la gestión de cobranza de tu empresa al siguiente nivel.