

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



Curso Intensivo



**27, 28 y 29 de Octubre y
3, 4 y 5 de Noviembre**
de 5:00 a 7:00 pm



Online con instructor
en vivo



Duración: 12 horas



www.icmcREDIT.com

WEBINAR

Primero contacto,

luego cobro



Rubén Ruiz

- 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.

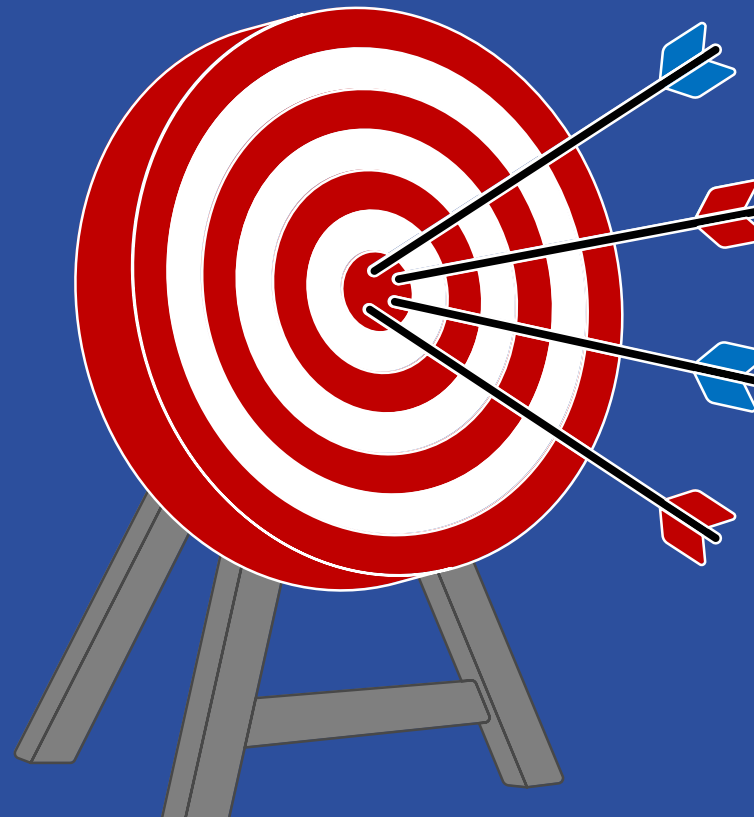
¡BIENVENIDOS!





El gran reto actual

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.



Establecer el Contacto



Mantener el Contacto



Habilidades de Negociación



Promesa de Pago

Una solución engañosa

Tradicionalmente se cree que para aumentar la contactación basta con incrementar los intentos, insistir hasta que el cliente conteste, poco se toma en cuenta si el cliente quiere contactar contigo.



¿Cómo mejorar la efectividad de la contactación con los clientes?



Aumentar los Intentos

Puede llevar a una mayor contactación pero arriesga la irritación del cliente, el spam y los bloqueos.



Comunicaciones Efectivas

Se enfoca en proporcionar valor y oportunidades reales para el cliente. Enfoque en CX y análisis de resultados

SPAM Bloqueo y Regulación

El **spam** es cualquier comunicación masiva y **no solicitada**, como correos electrónicos, llamadas, mensajes de texto o de redes sociales, que suele ser de naturaleza publicitaria, fraudulenta o maliciosa.

Política de mensajes de WhatsApp Business

4. Organizaciones prohibidas y usos restringidos

Préstamos de día de pago, anticipos de sueldo, préstamos entre particulares, cobro de deudas y fianzas

Estas prohibiciones se aplican independientemente de las licencias o los registros locales o internacionales u otras aprobaciones que pueda tener tu empresa.



En Chile, la Ley 32323.

Modifica el Código de Protección y Defensa del Consumidor, introduce el uso de los prefijos 600 para llamadas deseadas y 809 para las no deseadas o masivas.

15 Agosto 2025

Software Anti Spam

Existen múltiples herramientas que bloquean llamadas mensajes y todo tipo de comunicación sin importar la legalidad de la cobranza.

Profeco y la industria de telefonía móvil suman esfuerzos para combatir el spam. Eneo 2024

.....tipo de mensajes cortos de Aplicación a Persona (A2P) que no aceptará ni entregará a los usuarios de su red con apoyo de sistemas antispam (por ejemplo fraudes, cobranza, publicidad, contenido adultos)

Embudo de contactación y cobranza.

Tradicionalmente el embudo para llegar a una cobranza considera 5 etapas.

En estas podemos encontrar los factores críticos de intervención para incrementar en contacto



Contactación y Cobranza

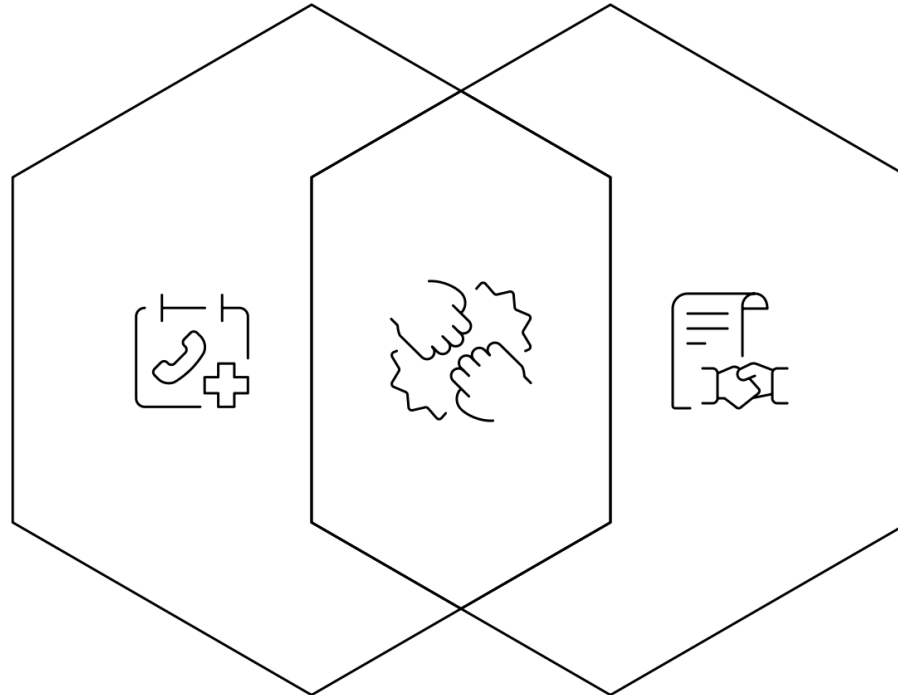
Por lo regular las etapas de contactacion son pasos previos en el proceso de cobranza.

La propuesta es mirar esto como 2 procesos independientes:

El proceso de contacto - **El proceso de negociación**

Proceso de Contacto

Recursos,
Estrategias,
Herramientas y
Análisis propio



Proceso de Negociación

Enfoque de Asesoría
y servicio al cliente
en cobranza

**Ambos convergen en algún punto
pero cada uno merece sus
propios recursos y foco**



PROCESO DE CONTACTACIÓN

Las etapas del proceso deberán contemplar desde la recopilación inicial de datos hasta el análisis detallado de los momentos claves de éxito pasando por la administración y manejo de herramientas



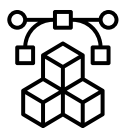
Insumos Actualizados

Obtener
Analizar
Actualizar
Probar



Best Practices

Conocimiento Profundo
Mejores practicas
Actualizaciones



Integración

Flujos dinámicos y estratégicos entre herramientas.



CX en Cobranza

Experiencia del cliente para ir mas allá del primer contacto.



IA y Virtualización

Oportunidades
Personalización
Regulación y Etica



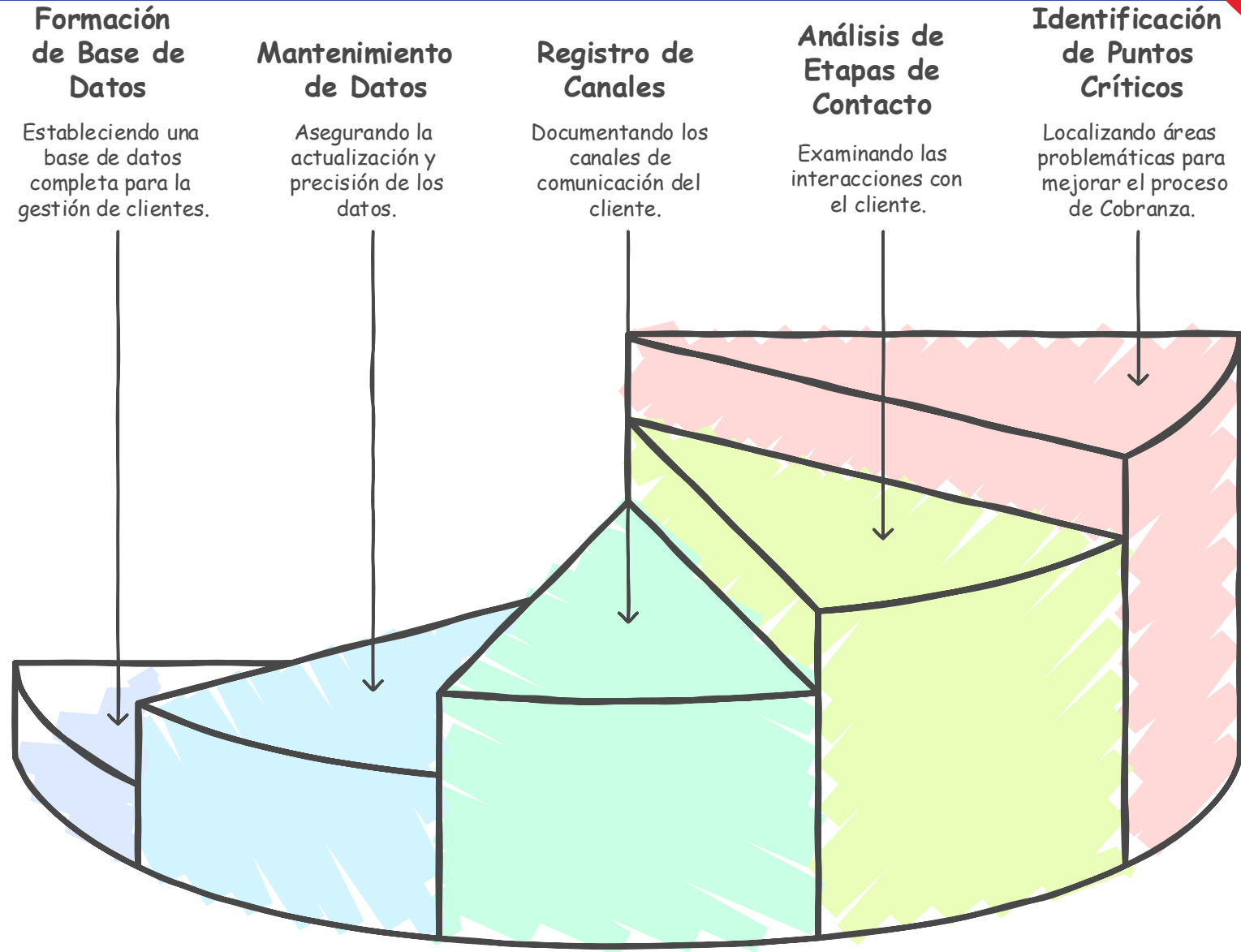
Oportunidades Laborales

- Knowledge Manager
- Conversation Designer
- Conversation Analyst
- Prompt Engineer

BI y Big Data para mantener contacto

La primer consideración en el proceso es el diseño, estructuración y administración de DB.

El uso de Business Intelligence y Big Data son impulsores claves en el aprovechamiento de los datos de contacto





Telefonía

Comunicación de voz a través de redes telefónicas.



SMS, MMS y RCS

Mensajes de texto, multimedia y servicios de comunicación enriquecida.



Email

Mensajes electrónicos enviados a través de internet.



WhatsApp

Aplicación de mensajería instantánea para teléfonos inteligentes.



Blaster

Mensajes masivos enviados a un gran número de destinatarios.



Chat

Comunicación en tiempo real a través de texto.



Portal de Autogestión

Plataforma en línea para que los usuarios gestionen sus cuentas.



Videoconferencia

Comunicación visual y auditiva en tiempo real.



Agentes virtuales

Asistentes automatizados que interactúan con los usuarios.

Principales Herramientas

Mantener el 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

Analytics BI

Speech Analytics,
Text Analytics

Análisis de Calidad

Monitoreo de Calidad
Calibración



Voice of Customer

NPS,
Csat

CX Aplicado a la Cobranza

Customer Journey Map
Customer Service
Touchpoints

Asesoría en la Cobranza

Cobranza asertiva y clara mediante una experiencia de Asesoría mas que cobranza

IA y Virtualización

¿Cómo se puede utilizar la IA para optimizar los contactos?

Agentes Virtuales

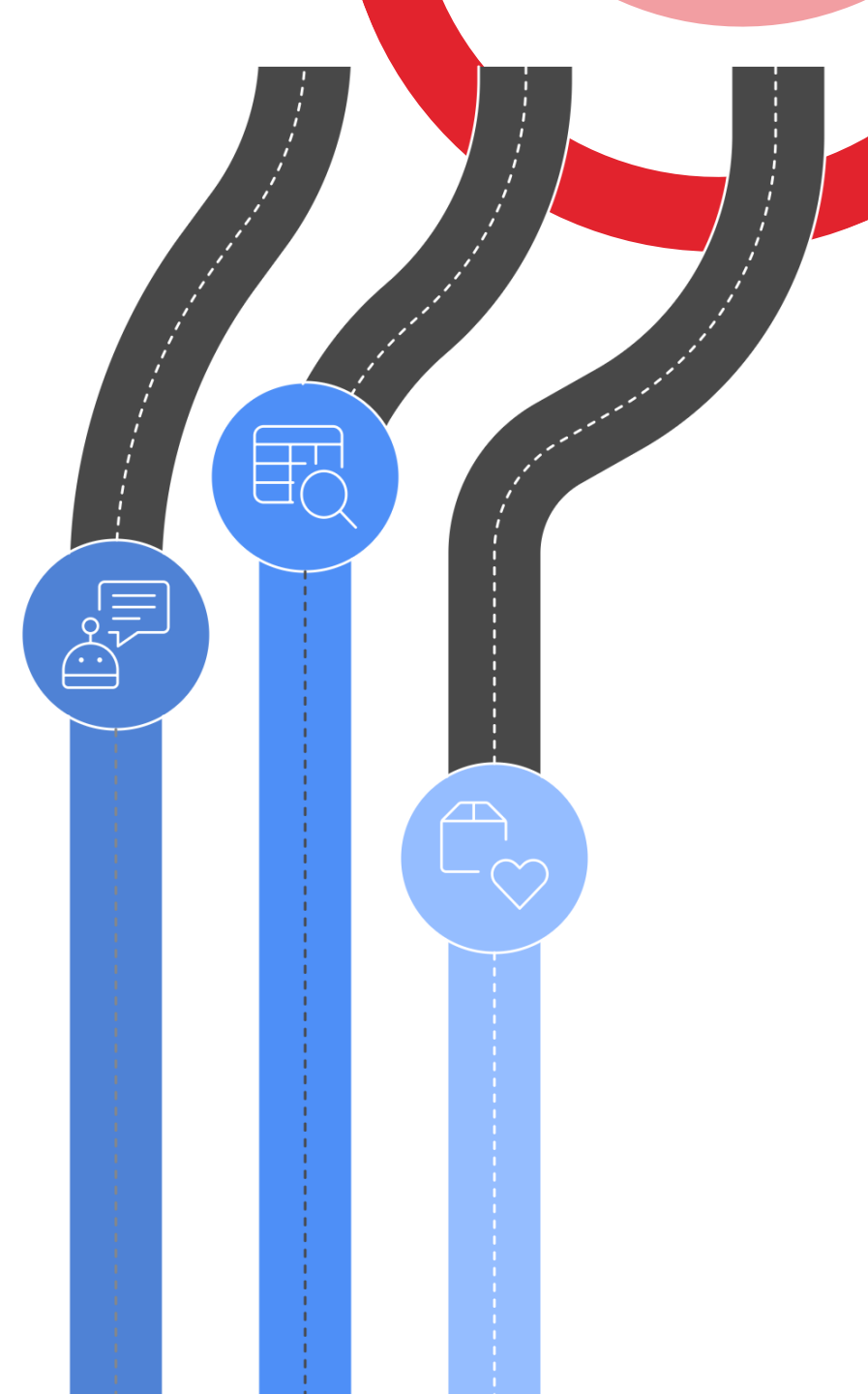
Mejora la interacción con el cliente y la capacidad de respuesta

Análisis de datos

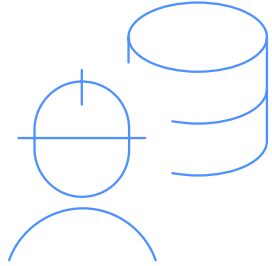
Proporciona información sobre las preferencias y tendencias de la audiencia

Personalización

Adapta los mensajes para mejorar la relevancia y el compromiso

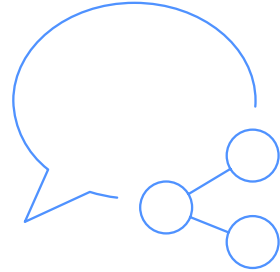


Nuevo proceso nuevos jugadores



Knowledge Manager

Responsable de organizar y mantener la base de conocimientos.



Conversation Designer

Diseña flujos de conversación para chatbots y asistentes virtuales.



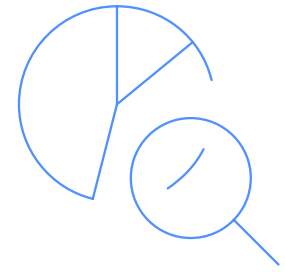
Conversation Analyst

Analiza datos de conversaciones para mejorar el rendimiento.



Prompt Engineer

Crea indicaciones efectivas para modelos de lenguaje.



Support Design Strategist

Desarrolla estrategias para mejorar la experiencia de soporte.

Conclusiones Finales

- 🏆 Diseño imprescindible del proceso de forma autónoma.
- 🏆 Acciones preventivas en la conformación de DB.
- 🏆 Conversar, investigar y capacitarnos sobre el uso de herramientas.
- 🏆 Mantener el canal de comunicación abierto.
- 🏆 Innovación o Actualización
- 🏆 Personas correctas haciendo lo correcto.
- 🏆 Si no lo hacemos nosotros algo o alguien nos obligara.





www.icmc.redit.com

Graciasii

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

Curso Intensivo



**27, 28 y 29 de Octubre y
3, 4 y 5 de Noviembre**
de 5:00 a 7:00 pm



Online con instructor
en vivo



Duración: 12 horas

