

GERENCIA&COBRANZAS NEWSLETTER



MAYO 2025

Vol.1



Los desafíos del contac center y servicios de cobranzas

*Herramientas prácticas para mejorar la
fidelización y reducir la morosidad*



- ▶ **Cómo medir la experiencia del usuario**
- ▶ **Indicadores de fidelización**
- ▶ **Cobranza disruptiva**
- ▶ **Objeciones en los procesos de cobranzas**
- ▶ **Negociaciones integrativas**

Cdra. Glisvet Castillo

¿PUEDES SOBREVIVIR SIN MEDIR LA EXPERIENCIA DEL USUARIO?

No, una empresa no puede sobrevivir sin medir la experiencia del usuario. Se trata de una parte integral de cualquier organización exitosa, y sin ella, las empresas no podrían comprender las necesidades del cliente, priorizar las ofertas de productos y servicios y garantizar la satisfacción del cliente.

La medición de la experiencia del usuario ayuda a las empresas a identificar áreas en las que pueden mejorar sus servicios y productos e implementar cambios que beneficiarán a sus clientes. Sin este conocimiento, las empresas corren el riesgo de alienar a los clientes y perder cuota de mercado.

ALGUNOS INDICADORES DE FIDELIZACIÓN:

·Tasa de Retención de Clientes (CRR):

Mide el porcentaje de clientes que permanecen con tu empresa a lo largo de un período específico. Una CRR alta indica que estás reteniendo a tus clientes de manera efectiva.

·Net Promoter Score (NPS):

Mide la disposición de los clientes a recomendar tu empresa o marca a otros. Se basa en una pregunta simple: "¿En qué medida recomendarían tus clientes a un amigo o colega?".

·Valor de Vida del Cliente (CLV):

Proyecta los ingresos totales que un cliente generará durante su relación con tu empresa. Ayuda a entender el valor de cada cliente a largo plazo.

·Tasa de Repetición de Compras:

Mide la frecuencia con la que los clientes realizan compras repetidas. Una tasa alta indica que los clientes están satisfechos y vuelven a tu empresa.



·Encuestas de Satisfacción del Cliente:

Recopilan retroalimentación directa de los clientes sobre su experiencia con tu marca, productos o servicios. Esto puede ayudarte a identificar áreas de mejora y ajustar tus estrategias de fidelización.

·Tasa de Churn (Atrición de Clientes):

Mide el porcentaje de clientes que dejan de utilizar tus productos o servicios en un período determinado. Es el inverso de la tasa de retención.

·Customer Profitability Score (CPS):

Mide la rentabilidad de un cliente en un período específico, considerando tanto los ingresos que genera como los gastos que incurre tu empresa para satisfacer sus necesidades.

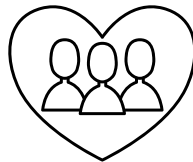
· **Tasa de Canje de Recompensas:**

Mide la participación de los clientes en programas de fidelización, indicando si están utilizando los puntos o recompensas que se les ofrecen.

· **Engagement en Redes Sociales:**

Analiza la interacción de los clientes con tu marca en redes sociales, como "me gusta", compartidos y nuevos seguidores, para identificar clientes comprometidos.

¿COMO SE PUEDE MEDIR LA FIDELIZACIÓN?



1. Identifica tus indicadores clave:

Elige los indicadores más relevantes para tu negocio y objetivos de fidelización.

2. Recopila datos

Implementa herramientas para recopilar datos, como encuestas, análisis de comportamiento de compra, y seguimiento de redes sociales.

3. Calcula e interpreta los indicadores

Utiliza fórmulas o herramientas de análisis para calcular los indicadores y analizar los resultados.

4. Identifica patrones y tendencias:

Busca patrones en los datos para entender qué factores están impulsando la fidelización y qué áreas necesitan mejora.

5. Ajusta tus estrategias:

Implementa cambios en tus estrategias de fidelización basándote en los resultados de los indicadores.

¿QUE HACER PARA INNOVAR EN LA GESTIÓN DE COBRANZAS E IMPACTAR A LAS EMPRESAS QUE REQUIEREN DE ESTE SERVICIO?

SER DISRUPTIVO



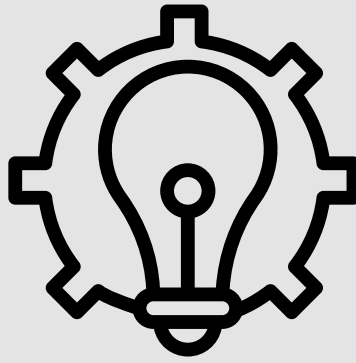
Innovar en la gestión de cobranzas para impactar de manera disruptiva a las empresas requiere una combinación estratégica de tecnología, experiencia del cliente, analítica de datos y modelos de negocio no tradicionales. Algunas ideas y enfoques disruptivos que podrías implementar son:

1. Replantear el modelo de negocio

- **Cobranza como servicio embebido (Embedded Finance):** Establecer formas de cobranza que se integren directamente en los sistemas ERP o CRMs de las empresas.
- **Modelo "Success Fee + Inteligencia":** Cobro variable según resultados, pero con acceso a dashboards predictivos de cobranza y riesgo crediticio.
- **Financiación cruzada:** establecer promociones, anticipos o factoring a las empresas, apalancándote en la data de cobranza.

2. Uso intensivo de tecnología

- **Machine Learning para predicción de morosidad:** Anticipa qué clientes tienen mayor probabilidad de atraso y cuándo intervenir.
- **Bots conversacionales multicanal (WhatsApp, Messenger, Instagram, email):** Automatiza el contacto con tono personalizado y natural, usando NLP.
- **Blockchain para trazabilidad y smart contracts:** Garantiza transparencia en pagos, acuerdos y compromisos de deuda.



3. Experiencia centrada en el deudor

- **Portal de autogestión gamificado:** Que permita pagar, renegociar, acceder a recompensas, e incluso a formación financiera.
- **Psicología del comportamiento (Behavioral Economics):** establecer gatillos emocionales (urgencia, recompensa, reciprocidad) para mejorar tasas de recuperación.
- **Score emocional:** Mide la receptividad del deudor y adapta el tono y el canal según su perfil psicológico.

4. Inteligencia de datos y scoring avanzado

- **Modelo de scoring alternativo:** Usa data de comportamiento digital (pagos de servicios, redes sociales, movilidad) para evaluar riesgo.

SER DISRUPTIVO SIGNIFICA ROMPER CON LO ESTABLECIDO PARA GENERAR UNA TRANSFORMACIÓN PROFUNDA. IMPLICA PENSAR Y ACTUAR DIFERENTE, CUESTIONANDO LOS MODELOS TRADICIONALES, E INTRODUCIENDO SOLUCIONES INNOVADORAS, MÁS EFECTIVAS O MÁS HUMANAS QUE CAMBIAN LA FORMA HABITUAL DE HACER LAS COSAS.

LA OBJECCIÓN EN EL PROCESOS DE COBRANZAS

Se considera una objeción, cualquier argumento, emoción o excusa que el cliente utiliza para no pagar, postergar o rechazar la gestión.

Puede ser racional (“no tengo disponibilidad d dinero”), emocional (“me siento maltratado”), o evasiva (“llamá otro día”).

Atender objeciones de clientes en los procesos de cobranzas no es solo una técnica de persuasión: es una oportunidad para entender, contener y negociar con inteligencia emocional. En algunas ocasiones se considera una oportunidad para mejorar el cercamiento y renegociar acuerdos.

Hay 2 técnicas de persuasión, útiles en la conversación:

1.- La técnica del Sí progresivo, que incorpora al receptor en la conversación, y facilita el dialogo

2.- La técnica del espejo, que profundiza en el argumento del deudor, y conlleva a la definición en la propuesta de pago.

OBJECIONES

B
J
E
T
I
V
O

A
C
C
I
O
N
E



CLAVES PARA ATENDER OBJECIONES

- ▶ Escuchar sin interrumpir
- ▶ Reconocer y empatizar
- ▶ Clasificar el tipo de objecion
- ▶ Enfoque en el problema no en la persona.
- ▶ Ofrecer opciones, no preciones
- ▶ Cerrar y confirmar un acuerdo

EL ROL DE LA NEGOCIACIÓN INTEGRATIVA FRENTE A LAS OBJECIONES EN COBRANZAS

La negociación estratégica e integrativa es una herramienta poderosa y profesional para manejar objeciones en cobranzas, especialmente cuando el objetivo es cobrar sin dañar el vínculo y maximizar valor para ambas partes. Es una forma de negociar que busca; resolver conflictos, generar acuerdos y crear valor para ambas partes (no solo "ganar").

La mayoría de las objeciones no son técnicas... son humanas :

- Falta de recursos
- Desconfianza
- Sentimientos de injusticia o maltrato
- Negación del problema

Si insistís en una solución sin entender al cliente, bloqueas el pago y la relación.

Con enfoque integrativo, abrís el diálogo, entendés el fondo del problema y buscas salidas posibles.

Las objeciones técnicas, generalmente se resuelven con mecanismos de poder, contractuales o simplemente al redefinir los procesos de pago.

| Beneficio | Resultado |
|--|------------------------------|
| Cliente se siente escuchado | Más disposición al pago |
| Se generan soluciones viables | Menos morosidad futura |
| Mejora la reputación | Más fidelización |
| Se evitan conflictos y escaladas legales | Reducción de costos |
| Permite acuerdos sostenibles | Recuperaciones más efectivas |

Transformamos la Atención en Experiencias Memorables

CONTACT CENTER Y SERVICIOS DE COBRANZAS

Nuestro propósito es ofrecer un servicio integral mediante productividad, tecnología y la calidez humana altamente capacitada



¿Qué logrará su empresa con nuestro servicio?

- ◆ Aumentar la satisfacción y lealtad de sus clientes.
- ◆ Reducir tiempos de espera y mejorar la eficiencia operativa.
- ◆ Elevar su reputación y presencia en el mercado.
- ◆ Optimizar la conversión de leads y ventas a través de una atención estratégica.
- ◆ Aumento en la recuperación de cartera con estrategias efectivas
- ◆ Mejora la rentabilidad.



➤ **Atención Omnicanal:** Gestionamos interacciones por teléfono, chat, correo electrónico, redes sociales y WhatsApp en una sola plataforma.

➤ **Experiencia y Profesionalismo:** Contamos con un equipo altamente capacitado para ofrecer un servicio eficiente, cordial y resolutivo.

➤ **Análisis de Datos y Mejora Continua:** Monitoreamos cada interacción para optimizar procesos, identificar oportunidades y fortalecer la relación con sus clientes.

➤ **Reducción de Costos y Mayor Rentabilidad:** Externalice su servicio de atención al cliente y optimice sus recursos sin sacrificar calidad.



GERENCIA
&
COBRANZAS

ABRIL 2025

BPO, SERVICIO DE CONTACT CENTER Y SOLUCIONES EN COBRANZAS

CAPACITACIONES IN COMPANY

***"MAXIMIZA TU RENTABILIDAD CON UNA GESTIÓN
EFICIENTE Y EFECTIVA."***



**Somos su aliado,
contacte con nosotros.**

**consultas@gycobranzas.com
gerenciaycobranzas@gmail.com
www.gerenciaycobranzas.com**

**wsp. 54 911 59109432
54 911 38082745**

Equipo de marketing: Gerencia&Cobranzas

www.gerenciaycobranzas.com