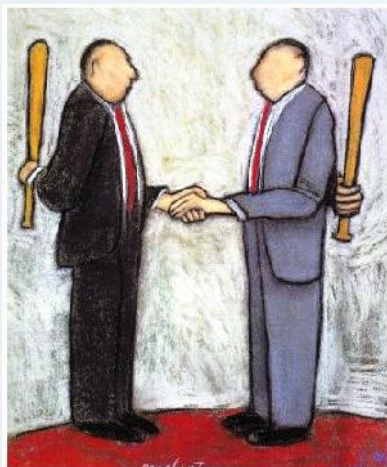




aliados·sii
Sistema Interactivo de Información Colombia S.A.

www.aliados-sii.com

LA PERSUASIÓN EN COBRANZAS Y EL DISCURSO EFICAZ



Líderes en capacitación y actualización corporativa



LA PERSUASIÓN EN COBRANZAS Y EL DISCURSO EFICAZ

Desde el punto de vista de la comunicación algo que debemos tener en claro, es que **INFORMAR no es lo mismo que COMUNICAR**

El **significado** de una Comunicación es el **RESULTADO QUE UNO OBTIENE**
(PNL)



LA PERSUASIÓN EN COBRANZAS Y EL DISCURSO EFICAZ

Para comunicarse hay que **compartir Signos y Símbolos** en común entre las personas que interactúan en un acto comunicacional

Estos signos y símbolos pueden ser:

- Culturales
- Profesionales o de Oficios
- Lingüísticos
- Psicológicos



LA PERSUASIÓN EN COBRANZAS Y EL DISCURSO EFICAZ

¿Cuál es la NATURALEZA de la relación que se desata entre Deudor y Acreedor (Gestor/Cliente)?

LA COBRANZA ES UNA RELACION DE PODER



La Cobranza consiste de dos procesos

PROCESO DE NEGOCIACION

Que es un **proceso de influencia o inducción** que se desata sobre una persona (o terceros vinculados) para que asuma una conducta determinada (que me llame, que pase el mensaje, que reconozca la deuda, pague o firme un plan de pago)

PROCESO DE GESTIÓN

Es un proceso que simula ser un proceso de información, **pero en realidad el gestor lo utiliza para DETECTAR variables duras y blandas del cliente** o terceros vinculados, que puedan ser factores facilitadores del pago, para ser utilizadas en el proceso de influencia



Como Versión Lúdica del Proceso de Cobranzas

Lo que hace el Gestor

**Es comenzar con el Proceso de Gestión (a través de su
ESCUCHA ACTIVA – EFICAZ O SELECTIVA)**

Y Luego utiliza las variables identificadas

En el Proceso de Influencia

Si falla y no logra su objetivo, **vuelve:**

**Al Proceso de Identificación de Factores Facilitadoras del
pago (Necesidades Blandas o Duras que permitan lograr
un cobro)**



Por este motivo decimos:

Cuanto más RICO sea el Proceso de Gestión

**Más Poderoso será el Proceso de
Influencia**

Permitirá abordar mejor al Cliente **desde Su Mapa Mental y
NO desde el Mapa Mental del Gestor**

Por este motivo, se hace **IMPRESINDIBLE MODULAR EL
DISCURSO** en el Proceso de Influencia **en virtud de las
Variables detectadas** en el Proceso de Gestión



LA PERSUASIÓN EN COBRANZAS Y EL DISCURSO EFICAZ

Instrumentos para una efectiva gestión de cobranza:

- Los principios telefónicos en cobranzas.
- Los 9 NO de un contacto telefónico.
- Conductas a seguir durante la conversación.
- Formatos positivos, formatos negativos.
- Preguntas abiertas y cerradas.
- El método AIDA.
- La escucha eficaz.
- Las 3 C de las cobranzas y las 2 C sustitutas.
- Modulación del discurso en cobranzas – Importancia de las técnicas de locución



Principios Telefónicos En Cobranzas



- Somos lo que Decimos y Cómo lo Decimos
- Nunca nos olvidemos que el deudor es nuestro cliente y nuestro sustento
- Importancia del Saludo Cordial (llamada saliente o entrante)
- El cliente debe **percibir** que su caso es el **único que nos interesa** – Relación terapéutica – (Condición humana = Somos Unicos e Irrepetibles) Técnicas de Comunicación
- Importancia de una buena Etiqueta Telefónica = Presentación Institucional
- Mantener informado al Cliente. Información adecuada disponible
- En toda interrupción utilizar la tecla de ESPERA (con la intención de que el cliente no escuche nuestra “cocina”)



Principios Telefónicos

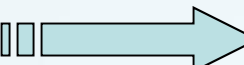


- Tratar al Cliente de Usted y por su apellido
- Evite parecer cansado, le restará seguridad y firmeza – Técnicas de Relajación y Respiración para el Gestor
- La importancia de saber escuchar – Escucha Eficaz
- Transmitir un mensaje **Claro, Concreto y Corto**
- El Teléfono sonando es **PLATA QUE NOS ESTA LLAMANDO!!!** **ATIENDALO YA!!!**
- Nuestro Lenguaje debe **“ADECUARSE”** al interlocutor en cuestión
- Evite los Finales Caídos



Principios Telefónicos



- El objetivo principal de la Comunicación se focaliza en que el **RECEPTOR**  **ENTIENDA, PERCIBA E INTERNALICE EL MENSAJE** que estamos transmitiendo:

Importancia de **Chequear** con el Cliente

EL SIGNIFICADO DE MI MENSAJE

- El Significado de una comunicación se mide por **LA RESPUESTA QUE UNO OBTIENE (PNL)**
- Misión del Gestor Telefónico: Establecer un Vínculo **NUEVO** e Inalterable, Sustentable, Fidelizado y Contínuo
- Cierre de la Conversación con las **3 C de las Cobranzas**
- En Cobranzas **JAMAS PIDA PERMISO** (sin ser maleducado)



Los NUEVE NO De un Contacto Telefónico de Cobranzas



- 1. No considere Jamás a un Cliente INCOBRABLE**
- 2. No culpe al Cliente**
- 3. No se cierre ante los argumentos del cliente, mantenga siempre su mente abierta y alerta**
- 4. No trate nunca de ganar una discusión por el solo hecho de ganarla**
- 5. No eleve la voz innecesariamente (Siempre responda a su planteo estratégico)**



Los NUEVE NO

De un Contacto Telefónico de Cobranzas



6. **No** deje manejar los tiempos de la conversación al cliente (luego el cliente manejará los de gestión y de pago)
7. **No** permita que el curso de la conversación la lidere el cliente (liderazgo de la comunicación)
8. **No** utilice diminutivos
9. **No** pida permiso



Conductas a Seguir durante la Conversación

1. Sea Formal. Tanto en la presentación como en el transcurso de la misma. Es recomendable el uso del usted
2. Hable en tercera persona, transmitiendo la imagen de corporatividad
3. Despersolanicé la conversación (**La cuestión es el problema no el mensajero**) Dígale al cliente: ***“El problema no soy yo, yo lo dejo de llamar, y usted seguirá teniendo el Problema. Lo llamo para encontrar entre los dos LA SOLUCION a su problema. Yo realmente, SOY SU SOLUCIÓN”.*** (D. Lanzilotta)
4. Demuestre respeto hacia su interlocutor
5. Transmita seguridad, cualquiera sea el motivo del llamado



Conductas a Seguir durante la Conversación

6. No pierda de vista **SU PRINCIPAL OBJETIVO: Cobrar el Crédito, cumpliendo las 3 C de las Cobranzas**
7. **Mantenga el control de la conversación** y especialmente los tiempos de la conversación
8. **Sea perseverante, sin ser agresivo.** Sea firme en su reclamo
9. **Venda una Buena Idea.** El gestor debe ser creativo en buscar y encontrar los caminos que permitan llegar al cobro. **Genere Cierres Parciales** para llegar a las 3 C de las cobranzas.
10. **Utilice la seducción**, para vencer voluntades y **agudice la atención** para vencer excusas y objeciones



FORMATOS POSITIVOS



- a) **No personalizar.** Utilizar el Plural para dar imagen corporativa
- b) Utilizar expresiones **MOVILIZADORAS Y DETERMINANTES**
 - a) Aquí y Ahora
 - b) Ya mismo
 - c) El día 19 de Abril lo espero con el pago
- c) Hablar en tiempo presente, **NO EN CONDICIONAL** ni **EN FUTURO**
- d) Con palabras **CLARAS Y PRECISAS**, el exceso de palabras puede percibirse como inseguridad
- e) **Importancia de los SILENCIOS** – Pausa Psicológica - Manejo Adecuado de los Tiempos en Silencio y del Lenguaje No Verbal
- f) **Excepción:** Ante la caída repetida de la promesa de pago del cliente, **PERSONALIZAR EL COMPROMISO DE PAGO**



FORMATOS NEGATIVOS

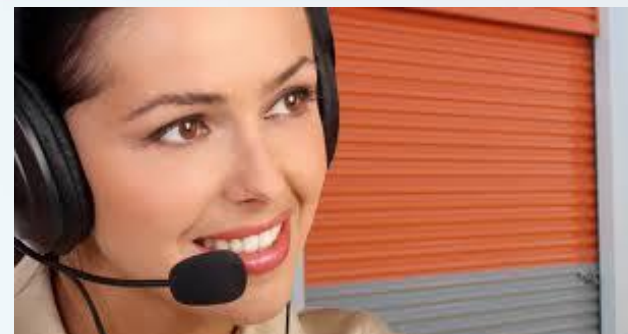


- a) Uso de palabras Negativas: *Problema, Riesgo, Deudor (Salvo Excepciones con Intenciones Positivas)*
- b) Palabras en Diminutivo: *Tenemos un problemita, Lo vuelvo a llamar en un ratito*
- c) Palabras demasiado familiares: *OK, TA, Cómo va eso? Chau*
- d) Palabras demasiado técnicas: *CPU, Soft, Voucher, Customer Service*
- e) Expresiones Dubitativas: *Tal vez, Es probable*
- f) Expresiones que producen agresividad: *«Esto es lo que usted cree. Usted está cerrado en su pensamiento. No me diga eso, Usted no quiere escuchar»*
- g) Expresiones Vacilantes: *Todo puede ser. Es posible, no lo había visto de esa forma. Tendría que pensarlo*
- h) Expresiones Evasivas o Débiles: *Este reclamo no depende de mi área. Perdón por la molestia. Disculpe la hora de mi llamada, sólo le robaré unos minutos.*



aliados·sii
Sistema Interactivo de Información Colombia S.A.

www.aliados-sii.com



REEMPLAZO DE LOS **FORMATOS NEGATIVOS**

No Responder

Todos estamos igual

Eso ya me lo dijo el otro día

No le voy a permitir

Yo no dije nunca eso

Reemplazar por

Comprendo perfectamente su situación

Estoy al tanto de este tema, por eso

Le solicito la amabilidad de mantener la calma

Posiblemente haya un error de interpretación

Líderes en capacitación y actualización corporativa



REEMPLAZO DE LOS FORMATOS NEGATIVOS POR FORMATOS POSITIVOS

DINAMICA DE REEMPLAZOS INTER EQUIPO

**Se sugiere incentivar esta dinámica para el hallazgo
de los Reemplazos entre todos los integrantes del Equipo de Gestión
Construcciones Colectivas = Manual Vivo de la Gestión de Cobranzas**

**En la próxima diapositiva se le plantearán una serie de dichos del deudor o del gestor.
Ustedes deberán reemplazar por otros dichos de parte del gestor en forma asertiva o
contesar a una agresión del deudor en forma asertiva**





REEMPLAZO DE LOS **FORMATOS NEGATIVOS POR FORMATOS POSITIVOS ASERTIVOS**

¿Qué es la ASERTIVIDAD?

La asertividad es una forma de comunicarse de la inteligencia emocional. Con este tipo de comunicación se busca contestar por ejemplo si o no a algún pedido o petición, sin intervención de la emocionalidad.

Asertividad es SABER DECIR SI O NO, desde argumentos racionales no emocionales evitando la violencia o respuestas que generan reacciones negativas en las personas que reciben estos mensajes.

Es una comunicación madura. Donde uno puede decir SI o NO sin alterarse, sabiendo defender sus derechos y haciendo cumplir las obligaciones a las personas sin necesidad de acudir a ningún tipo de violencia (ni verbal ni física)



EJERCITACION

No Responder

Reemplazar por o Decir

1. Usted siempre me viene con lo mismo **(dicho por el Cliente)**
2. Otra vez con ese cuento !!! **(dicho por el Gestor)**
3. ¿Cómo que de nuevo la llamo, y en Domingo!!! ? **(Gestor)**
4. ¿Cómo puede ser, ¡¡¡nunca está su hijo!!!? **(Gestor)**
5. ¿Cómo que usted no me va a atender si lo llamo los sábados!!!, si es usted!!!, quién no me atiende en su oficina? **(Gestor)**
6. ¿Otra vez, se fue de viaje!!!! ? **(Gestor)**
7. Más hijo de!!!! **(Gestor)**
8. No siga en ese tono y con ciertas palabrotas, porque yo soy mucho más bravo que usted !!! **(Gestor)**
9. No me corte de nuevo porque.... **(Gestor)**
10. No me grite más, porque yo grito mucho más fuerte que usted !!!! **Gestor**
11. Pero vení acá que te voy a dejar la..... !!!!! **Deudor**



PREGUNTAS ABIERTAS

Objetivo

Radica en Obtener INFORMACION

Por ejemplo: Detectar Problemas y Objeciones

Del tipo

- ¿Cuál es el motivo por el cual no ha pagado su cuota?
 - ¿Cuando mandó el fax?
 - ¿Quién se ha comunicado en tiempo y forma?
 - ¿Me puede explicar el motivo de su incumplimiento?
- ¿A qué se debe que no ha contestado a nuestros llamados?
 - ¿Hace cuánto tiempo que no lo ve?
 - ¿A dónde ha ido?





PREGUNTAS CERRADAS

Objetivo

**Radica en Obtener Respuestas del tipo SI o NO
Y para la Generación de Compromisos**

Ejemplo

¿Ud. ha efectuado el pago comprometido para el día 19 de Abril?

¿Ud le ha comunicado a su hijo mi llamado en el día de ayer?

¿Entonces, usted viene mañana a las 11.00 hs. en punto?





El Método **AIDA**

- **A**tención
Lograr Captar la **Atención** de Mi Cliente
- **I**nterés
Despertar su **Interés**
- **D**ecisión
Si ese interés es legítimo en Cabeza de Mi Cliente,
lo llevará a Tomar una Decisión (**Mejorar su Situación**)
- **A**cción
La Decisión lo llevará a Ejecutar una Acción
(**Pagar**)



METODO AIDA PARA EL CLIENTE

4 PREMISAS BASICAS De ACTITUD PARA COBRAR

- **Atención**
Lograr la Atención del Cliente
- **Interés**
Lograr el Interés del cliente, su motivo para el pago
- **Decisión**
Liderar la Decisión del Cliente, aunque él crea que tomó la decisión – Proceso de Inducción – Protocolos Asking
- **Acción**
Movilizar al Cliente al Pago con la determinación de Monto, Fecha y Forma de Pago (efectivo, cheque y Lugar de Pago)



METODO AIDA PARA EL GESTOR

4 PREMISAS BASICAS

De ACTITUD PARA COBRAR

- **Atención**
SIEMPRE Estar **focalizado en lo que dice** el Cliente y los Terceros vinculados
- **Interés**
Mantener mi interés en **detectar información útil** para cobrar
- **Decisión**
Tomar **las decisiones en el diálogo** (Conducir y Controlar la conversación y la negociación) **Tener la Relación Dominante en la Comunicación**
- **Acción**
Siempre **pasar a la Acción desde mi lugar de Gestión** – No Inmovilizarme ante argumentos o reacciones del Cliente o Terceros – Mantener el control y liderar las situaciones.



ESCUCHA EFICAZ

Normas Básicas

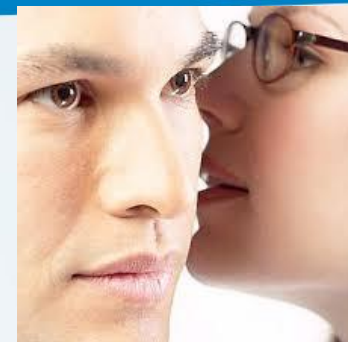


1. Concéntrese en los conceptos que quiere transmitirle el cliente
2. Realice un eficiente mix entre el tiempo de escucha y el que habla usted
3. Es fundamental, ponerse en el lugar del otro (PNL)
4. Realice preguntas abiertas, para profundizar el proceso de indagación
5. Jamás se anticipe a sacar conclusiones apresuradas



ESCUCHA EFICAZ

Normas Básicas



6. Haga **percibir** al cliente **ESCUCHADO Y COMPRENDIDO**, esto no significa que nos involucremos con la realidad del cliente moroso, ni que dejemos de ser objetivos y duros con el problema o conflicto a solucionar
7. Despersonalice su llamado y el problema con usted mismo, haciendo entender al cliente que el problema existe con independencia de que usted lo llame o no lo llame
8. No caer en el vicio de escuchar lo que uno quiere escuchar. Tener bien en claro cual es la posición del cliente frente al conflicto (lo niega, lo acepta, es indiferente, es renuente, etc.)
9. Trate de determinar la personalidad del cliente al saber escuchar (negador, indiferente, conciliador)



ESCUCHA EFICAZ

Normas Básicas

Defectos a Eliminar

1. **No Concentrarse** en lo que está pasando en el presente (discurso del cliente). Una forma para evitar este defecto, es **¡ANOTAR durante la escucha!**, aquellos **argumentos y detalles que consideramos de importancia para el caso en cuestión.**
2. **No detectar** la diferencia entre lo superfluo y lo importante. **Direccionar la escucha hacia los temas que me interesan**
3. **Hacer que uno escucha**, sin darle importancia a lo que dice el cliente. Esto puede transformarse en una de las mayores debilidades del gestor de cobranza
4. **Descalificar al interlocutor**, calificándolo por ejemplo de necio, complicado, exigente
5. **Precalificar al caso en cuestión**: Simple, Difícil



Cierre en Cobranzas con el Titular

LAS 3 C DE LAS COBRANZAS

CUANTO VA A PAGAR

Determinación del importe y en qué concepto

CUANDO VA A PAGAR

Fecha Exacta del compromiso de pago

COMO VA A PAGAR

En Efectivo, en Cheque, en la Empresa, en el Banco, etc

Siempre se deberá Rechequear con el Cliente

estos tres puntos antes de cortar (es preferible que lo repita el cliente)

Total 3 veces = Me lo dice, Se lo digo, Me lo Repite



LAS 3 C DE LAS COBRANZAS

Siempre se deberá Rechequear con el Cliente
estos tres puntos antes de cortar (es preferible que lo repita el cliente)

Total 3 veces = Me lo dice, Se lo digo, Me lo Repite

Una modalidad que se utiliza para que me lo repita es haciendo una pregunta CAMBIADA sobre el final (para testear si el cliente me sacó de encima o realmente me paso un importe, forma de pago o día real que piensa cumplir)

Ejemplo:

El cliente me dijo que me iba a pagar \$ 1.000.- en efectivo por ventanilla

Entonces justificando que no llegue a volcar en el sistema el importe se le pregunta: *me dijo entonces que hará una transferencia electrónica por \$ 850.-*. Si el cliente me dice que si, se deberá reiniciar el proceso dejándole en claro que se trata de que asuma un compromiso seriamente. Ya que se está confiando plenamente en la seriedad de sus palabras y esto no es lo que acabó de comprometerse.



aliados·sii
Sistema Interactivo de Información Colombia S.A.

 www.aliados-sii.com

Cierre en Cobranzas con Terceros Vinculados al Titular

LAS 2 C Sustitutas

CUANDO VA A LLAMAR EL TITULAR

COMPROMISO ASUMIDO POR PARTE DEL CONTACTO

Siempre Rechequear con el Tercero los datos de contacto que le pasamos en la conversación según el caso (número de teléfono, horarios, etc.)

Total 2 veces = Se lo Digo, Me lo Repite



TECNICAS DE LOCUCION

- Dicción – Articulación – El uso de Trabalenguas
- Respiración y Relajación de las Cuerdas Vocales
- Registro de mis Tonos Agudos y Graves
- Elocucion – Ritmo de la Conversación – Pausas
- Cómo mejorar la Intencionalidad en el Discurso



aliados·sii
Sistema Interactivo de Información Colombia S.A.

 www.aliados-sii.com

PROTOCOLO DE GESTION Y NEGOCIACION EN COBRANZAS

MATRIZ DE ACTUACIÓN



aliados·sii
Sistema Interactivo de Información Colombia S.A.

 www.aliados-sii.com

Mayor Información



aliados·sii
Sistema Interactivo de Información Colombia S.A.

ALIADOS SII S.A.

097-6450815, 6803216, 6835296
3167949024

BUCARAMANGA: Calle 34 No. 24-62 Of. 210

BOGOTA: CII 49 No. 14-68

conferenciasaliados@gmail.com

www.aliados-sii.com

Líderes en capacitación y actualización corporativa