

GUIA

COMO MONTAR UMA ESTRATÉGIA DE COBRANÇA EFICIENTE



CO✉TELE

1 INTRODUÇÃO

O objetivo deste **ebook** é ajudar a sua empresa criar uma estratégia de cobrança para seus clientes.

Em um cenário que abrange mais de 62 milhões de endividados – referência de janeiro de 2019, segundo análise publicada pelo SPC Brasil – possuir estratégias assertivas de cobrança torna-se crucial para empresas que desejam evitar a inadimplência.

Trabalhar com cobrança, em caráter efetivo, não é uma tarefa simples.

Além de garantir que o cliente execute o pagamento e evite a temida inadimplência, que por sua vez, compromete o crescimento do negócio, as estratégias de cobrança devem garantir a dignidade do consumidor.

Ou seja, constrangimentos, humilhações e ações invasivas devem ser totalmente descartados, pelo seu bem e pelo bem do seu cliente.

Você deve saber que adotar uma gestão de cobrança que causa impacto é extremamente importante para o sucesso da empresa. Quando há falta de pagamentos – ou redução destes – montantes relacionados ao fluxo de caixa e ao capital de giro, por exemplo, são afetados.

A partir daí, uma grande bola de neve surge, necessitando de ações para conter a crise interna – o que requer um esforço redobrado por parte dos gestores.

Mas não se preocupe se você não sabe como montar uma estratégia de cobrança que gere resultado! Preparamos este e-book para lhe auxiliar nesta demanda.

Acompanhe o conteúdo que trouxemos nos próximos tópicos, compreenda melhor o cenário da inadimplência no Brasil e aprenda a criar uma estratégia de cobrança capaz de coletar o máximo possível de pagamentos.

Boa leitura!

2 CENÁRIO

Antes de falarmos sobre as estratégias de cobrança em si, é interessante clarear as ideias sobre o cenário da inadimplência. Conhecer a real situação dos consumidores brasileiros, bem como aqueles grupos que estão com as finanças mais comprometidas, é crucial para que o melhor caminho para a referida cobrança seja tomado

Temos alguns estudos atuais sobre o número de devedores no país, com dados que comprovam que há comprometimento das finanças em praticamente todas as faixas etárias.

De acordo com o estudo realizado e publicado pelo SPC Brasil em parceria com a CNDL (Confederação Nacional dos Dirigentes Lojistas), 40,2% da população brasileira está inadimplente.

Deste total, na faixa que compreende os 30 e 39 anos de idade, mais de 50% dos brasileiros possui pendências financeiras vencidas há mais de 30 dias. O maior fluxo de atraso no pagamento das contas pode ser verificado entre um vencimento mensal e o próximo.

3 DÍVIDAS

Compreender o motivo que ocasiona a dívida deve ser ponderado ao iniciar um processo de cobrança. Se você sabe que seu cliente ficou desempregado, por exemplo, considerar estender o prazo para pagamento pode ser uma boa alternativa. Em complemento a isso, disponibilizar planos de parcelamento com valores mais inferiores também têm suas vantagens.

É válido saber que a inadimplência, na maioria das vezes, não é uma escolha. Existem inúmeros fatores responsáveis pelo descumprimento do pagamento das contas.

Dentre os pontos iniciais oriundos dos pagamentos em atraso, podemos destacar:

Desemprego

Totalmente fora do controle pessoal, o desemprego é um dos grandes responsáveis pelo endividamento. Atingindo quase 25% da população, segundo o IBGE, a falta de renda implica involuntariamente em inadimplência. Entre custear as despesas básicas para sobrevivência e o pagamento de contas, certamente a primeira opção é a que vem a tona.

Descontrole financeiro

A falta de educação financeira, tanto dentro das famílias quanto nas escolas, reflete no mau uso dos recursos financeiros. O problema se torna ainda maior quando não há planejamento, nem para gastos, muito menos para reservas de emergência e investimentos. Promover educação financeira desde os primeiros anos escolares da criança, por exemplo, contribui com a formação de um adulto financeiramente responsável – e menos propenso ao endividamento.

Dívidas contraídas por terceiros

É difícil encontrar uma pessoa que não tenha emprestado o cartão de crédito, uma folha de cheques, dinheiro ou, ainda, seu nome, para compras no crediário ou financiamentos. Por ser uma prática comum, é ainda mais usual que tais relações resultem em endividamento. Isso porque, na maioria das vezes, o verdadeiro dono da compra não possui responsabilidade suficiente para arcar com o empréstimo, deixando o débito para o dono do CPF – que, por sua vez, não se planejou para determinada compra.

Atraso de salário

Atrasos de salário, principalmente em épocas de crise, são comuns. Como as despesas mensais não esperam, o atraso do pagamento pode ocorrer e, dependendo da existência ou não de uma reserva, se transformar em um grande acúmulo de débito.

Facilidade na obtenção de crédito

Apesar de a oferta de crédito ter diminuído um pouco, ainda é bem simples obter um novo cartão de crédito ou abrir um crediário, por exemplo. Com toda essa facilidade, muitas vezes o consumidor não pensa duas vezes antes de efetuar uma compra desnecessária. Afinal, ele tem "dinheiro disponível" na hora e poderá pagar depois, certo? Esse pensamento errôneo é um dos grandes responsáveis pelos altos níveis de inadimplência. Neste caso, as empresas devem adotar regras rígidas de análise de crédito, desvendando o real perfil do cliente antes de conceder o limite de crédito.

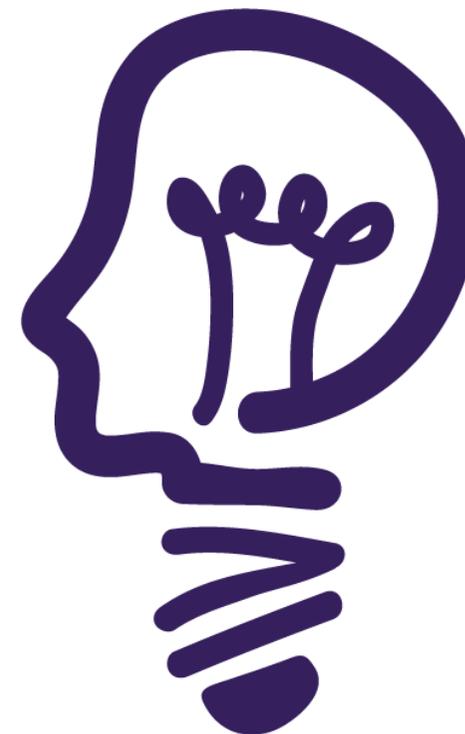
TENHA EM MENTE!

Em um ambiente tão condicionado ao endividamento, você deve se perguntar quais são as principais dívidas do brasileiro, certo? Quais contas são frequentemente pagas em **atraso**, ou ainda, não são pagas?

Cartões de crédito e débitos originados de relacionamento com instituições bancárias são as principais dívidas do consumidor brasileiro. O que é amplamente explicado, de fato, pelas taxas de juros aplicadas nestas modalidades de crédito, além do comportamento de consumo, ainda imaturo, de muitos brasileiros.

Para contextualizar: no ano de 2018, a taxa de juros anual do cartão de crédito foi de 334,6%, acompanhada por 323% do cheque especial. Já sobre o parcelamento de fatura, os brasileiros pagaram, anualmente, 169,2% de juros. Os créditos pessoais, consignados ou não, também foram – e continuam sendo – grandes vilões das finanças: 113,3% ao ano para créditos não-consignados e 26% no caso dos consignados.

Além dos produtos relacionados às instituições bancárias, as contas de consumo, como água, energia elétrica, telefone e internet, também sofrem com a **inadimplência**. Com o poder de compra reduzido, os consumidores tendem a atrasar até mesmo as despesas básicas. Em 2018, cerca de 9,4% das contas vencidas representavam débitos desta natureza.



4 ESTRATÉGIA

+ CONTROLE

- DÍVIDAS

Com um cenário de endividamento tão diverso, cada vez mais os credores precisam encontrar formas efetivas de realizar seus processos de **cobrança**. E não dá para deixar para depois: quanto menos controle e planejamento você tiver sobre sua cartela de clientes, inadimplentes ou não, maiores serão os **riscos para o seu negócio**.

Neste sentido, apostar em uma **estratégia de cobrança** realmente eficaz é o grande segredo para receber de seus clientes e manter uma relação saudável neste ciclo de consumo.

Você tem a disposição diversos métodos de cobrança: via **ligações telefônicas** de **telemarketing**, e-mail, mensagens de voz, cartas, dentre outros.

O que vale destacar é a experiência do consumidor ao receber a cobrança. Antes de criar a estratégia, é interessante se colocar no lugar do inadimplente: como você desejaria receber uma cobrança?

Certamente, os métodos menos invasivos e discretos são os mais adequados, uma vez que garantem uma cobrança efetiva e, ao mesmo tempo, mantêm o respeito ao cliente. Afinal, mesmo devedor, ninguém gosta de receber ligações ameaçadoras em seu local de trabalho, não é mesmo?

Para saber qual deles é o melhor para a sua estratégia, você deve avaliar os benefícios propostos por cada ferramenta e entender o que está trazendo resultados mais positivos para o mercado.

Você já pensou, por exemplo, em planejar as suas ações utilizando a régua de cobrança, junto ao **envio de SMS**? Vamos explicar para você como funcionam estas duas ferramentas.

COMO AUTOMATIZAR SEU PROCESSO DE COBRANÇA?

A automatização de processos de cobrança é um passo importante para a otimização das ações de gestão. Ao investir em ações automáticas, você garante uma cobrança efetiva, além de acompanhamento de todos os passos do consumidor após o vencimento da conta.

É válido lembrar que a preocupação com a gestão de cobrança não deve ser direcionada apenas a clientes já inadimplentes. Apesar de a recuperação destes recursos ser de extrema importância para a manutenção das atividades do negócio, também deve-se atentar à prevenção do endividamento.

Ou seja, criar recursos que garantem o pagamento das compras na data de vencimento original, sem gerar ônus para ambos os lados. Afinal, se o cliente perde com o endividamento, a empresa perde em níveis ainda mais altos.

O envio de SMS, por exemplo, torna-se uma ferramenta indiscutivelmente positiva para os setores de cobrança. Por ser completamente discreto e não invasivo, o serviço cumpre com o objetivo principal, que é facilitar o contato e o pagamento por parte de clientes inadimplentes, bem como realizar o processo de modo ágil e eficaz.

Cabe destacar também que as chances de leitura dos SMS são efetivamente positivas, já que praticamente todas as pessoas estão com seus smartphones em mãos, ao longo do dia e da noite. Não é atoa que as taxas de aberturas do SMS superam 90%.

O uso de cobrança via SMS recebe ainda mais relevância se for aliado a régua de cobrança. Você sabe do que estamos falando? Se não, entenda mais sobre a ferramenta no próximo tópico.



COMO MONTAR SUA REGRA DE COBRANÇA?

Antes de definir os passos da sua régua, é interessante realizar uma pesquisa – caso ainda não tenha – que lhe permitirá compreender melhor quais são os meios de pagamento de preferência do cliente e, também, seu perfil de consumo. Saber, por exemplo, que o acesso à informação é realizado de forma diferenciada, dependendo da idade do cliente.

Com estas informações em mãos, você já pode começar a criar seu plano de ação junto a aplicação da régua de cobrança.

A seguir, vamos lhe mostrar como montar a régua de cobrança, para a sua estratégia.



DICA: para que sua pesquisa seja efetiva, você pode usar o SMS.

NOTA!

O que é a regra de cobrança?

A régua de cobrança nada mais é do que uma ferramenta estratégica de cobrança, que fornece passos planejados para o contato junto ao cliente, lembrando-o de sua pendência a fim de evitar atrasos e possível inadimplência.

Utilizar a régua de cobrança como gestão para o seu processo permite definir quais serão os canais utilizados para o contato com o consumidor, a periodicidade destes contatos e, em caso de atraso, quais as melhores estratégias de renegociação para aquele perfil de consumidor.

LEMBRETES

Com a **proximidade** do pagamento, podendo ser 5 dias úteis antecedentes ao vencimento, por exemplo, já é possível criar mensagens SMS em forma de lembrete. Informe ao seu cliente sobre a data de pagamento que está próxima. Neste primeiro contato, já é interessante anexar à mensagem uma linha digitável para o pagamento do boleto.

PERIODICIDADE DE ENVIOS

Nesta etapa, você precisará definir com que frequência o consumidor receberá os avisos. É preciso delimitar um período de tempo para lembrar o consumidor sobre o vencimento (1 dia útil antes ou no mesmo dia do vencimento); sobre o atraso do pagamento (que pode ser feito em 2 dias úteis do não-pagamento); sobre a continuidade do atraso (que pode ser em 7, 10, 12 dias e demais dias após o vencimento original) e sobre a possibilidade de reemissão de boleto, **negociação amigável** e outras alternativas relacionadas a cobrança de atrasos por maiores períodos.

CANAIS DE COBRANÇA

A régua de cobrança possui ações específicas que funcionam em sintonia com o canal de cobrança escolhido. Além do envio de SMS de cobrança, você pode incluir outros canais como forma de oferecer suporte ao canal principal, atendendo o cliente em diferentes plataformas. E-mail e torpedos de voz são duas ferramentas que trabalham muito bem junto ao envio de SMS.

IMPORTANTE!

E-mail e torpedo de voz possuem algumas desvantagens.

Estas estão descritas ao lado:

E-MAIL

A taxa de abertura de e-mail é extremamente inferior ao SMS. A taxa de abertura média de um bom e-mail é 20%, comparada a 90% do SMS.

TORPEDO DE VOZ

Você atende ligações de números desconhecidos? Imagine então que, se além de ser incomodado durante seu período de trabalho, é uma cobrança? Totalmente perturbador, correto?

ABORDAGEM FINAL

Após todas as abordagens e com a efetiva quitação da cobrança, você não deve abandonar o consumidor. Lembre-se que ele precisa se sentir acolhido para que mantenha o relacionamento junto a empresa. Nesta etapa, é preciso ter muita cautela e sensibilidade. Enviar mensagens de agradecimento pelo pagamento é uma forma irrefutável de se aproximar do cliente e demonstrar que "está com ele em todos os momentos".



5 VANTAGENS DO SMS

Adotar o envio de SMS como ferramenta de gestão para **cobranças** é uma escolha inteligente. E é fácil entender: você sabia que muitos brasileiros possuem mais de dois números de celular ativos? Além disso, é uma das populações que mais utiliza o smartphone? Pois bem, analisando essas duas informações, pode-se concluir que cobrar via SMS tem pontos extremamente positivos.

Uma informação importante, que pode colocar em risco a sua estratégia de cobrança via SMS: **sempre certifique-se de que o número de telefone** utilizado para a cobrança realmente pertence ao consumidor em questão. Diariamente são vistos casos de cobranças indevidas, enviadas para números que não pertencem aos reais devedores. Além de importunar o receptor, que pode, inclusive, denunciar o número de cobrança como **SPAM**, o devedor verdadeiro não receberá as comunicações e poderá não efetuar o pagamento como esperado.

IMPORTANTE!

Uma gestão de cobrança baseada no envio de SMS propicia vantagens positivas em comparação aos demais métodos.

Destacamos algumas vantagens para você e, mais para frente, exemplificaremos cada uma.



ACESSIBILIDADE

Quem é que não tem um celular em mãos? Por se tratar de um equipamento extremamente popular, todos os devedores possuem acesso aos serviços de SMS. Neste cenário, apostar no envio de SMS é a maneira mais eficaz e pessoal de encontrar o seu cliente e iniciar uma relação amigável para resolução das pendências financeiras.

BAIXO CUSTO

Como as mensagens de textos não exigem arquivos de mídia, como imagens e vídeos, nem grandes conteúdos escritos, seu custo torna-se extremamente baixo. Com apenas uma frase na composição da mensagem já é possível captar a atenção do cliente e direcioná-lo ao pagamento.

ENTREGA EFICAZ

Como o recebimento do SMS não está atrelado a conexão com internet, é quase impossível que o cliente não receba o comunicado de cobrança. Para a estratégia ter sucesso, basta que o aparelho esteja ligado e com rede de cobertura ativa – o que acontece em quase 100% dos casos.

DISCRIÇÃO

Uma das maiores reclamações de devedores que recebem contatos de cobrança estão relacionadas a importunação em horários indesejados e ligações em ambiente de trabalho e na residência de terceiros. Com o SMS, isso não é um problema. Os contatos são discretos e não exigem comunicação oral: todo o processo é realizado por texto, sendo acessível a partir de uma simples leitura, no momento em que o cliente julgar mais propício.

TOME NOTA!

O que não fazer ao cobrar seu cliente?

Da mesma forma que você deve saber como efetuar uma cobrança, também deve refletir sobre as ações que não devem ser tomadas neste processo. Lembre-se que algumas ações, inclusive, são proibidas pelo Código de Defesa do Consumidor e devem ser obedecidas.

Ao iniciar um processo de cobrança do consumidor, você não deve deixar de notificar seu cliente sobre a dívida, jamais seja grosseiro, procure entender o fator que ocasionou a inadimplência, saiba os horários para realizar a cobrança, negocie com o seu cliente.



Deixar de notificar o consumidor sobre a dívida

Antes de receber cobranças efetivas, o cliente precisa ser notificado sobre sua pendência. Mesmo que ele teoricamente já saiba, cabe a empresa esclarecer a origem da dívida, valor atualizado e vencimento original.

Ser grosseiro

Cobranças em tons ameaçadores e grosseiros ainda são comuns, mas devem ser deletadas de suas ações. Em caso de inadimplência, o Código de Defesa do Consumidor garante a proteção do devedor contra ações que causem constrangimento, humilhação e ameaças.

Desconhecer o motivo da inadimplência

Acompanhar o seu cliente de perto é crucial também para momentos de inadimplência. Conhecer seus obstáculos demonstra empatia e auxilia na busca por uma negociação efetiva para ambos os lados. Pesquisar e conhecer o seu público, como refletimos anteriormente, faz toda a diferença.

Efetuar cobranças em horários inoportunos

Ligações e envio de mensagens em horários inadequados são ações que estão na mira dos órgãos reguladores. Segundo o Código de Defesa do Consumidor, os horários permitidos para ações deste tipo são: de segunda a sexta-feira, das 8h às 20h e aos sábados, das 8h00 ao 12h00. Aos domingos e feriados não é permitido cobrar dívidas.

Não possuir plano de renegociação

Não basta apenas cobrar. A gestão da cobrança deve envolver um plano de renegociação para cada caso. Sendo assim, ao entrar em contato com o cliente, a empresa já deve ter em mãos as possibilidades de renegociação facilitando, inclusive, o pagamento por parte do devedor. Ao fechar um possível acordo, por exemplo, vale revisar o plano combinado, valores e datas de vencimento para cada parcela.

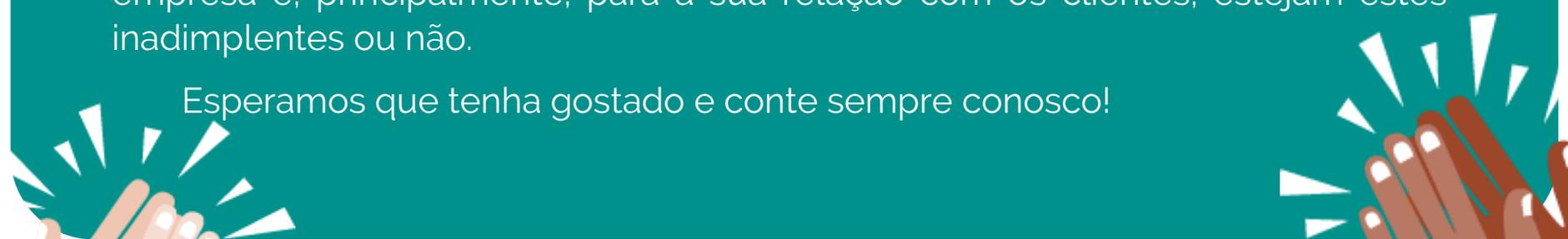
CONCLUSÃO

Se você precisa lidar com a cobrança de inadimplentes, saiba que possuir um plano de gestão para cobrança é o primeiro passo. Em seguida, você deve avaliar o melhor caminho para a cobrança, quais ferramentas utilizar e como garantir, efetivamente, que os valores devidos sejam pagos.

Além de solucionar o problema do cliente, uma estratégia de cobrança eficiente mantém a salvo o capital de giro e o fluxo de caixa da empresa. Logo, evita possíveis crises internas, que podem gerar desde redução de lucratividade até a paralisação das atividades.

Ao longo deste e-book você desvendou o cenário da inadimplência no Brasil, as formas mais eficazes de cobrar o seu cliente e como é possível implementar as ações. Temos certeza que as reflexões serão muito úteis para a saúde da sua empresa e, principalmente, para a sua relação com os clientes, estejam estes inadimplentes ou não.

Esperamos que tenha gostado e conte sempre conosco!



CO  TELE