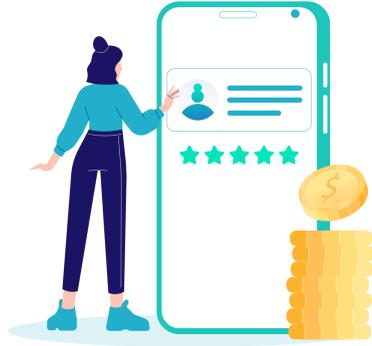


Cómo enfrentar los desafíos de la cobranza en el retail

El retail logró consolidarse en la preferencia del público latinoamericano gracias a la masificación del e-commerce. Pero esta evolución, que surgió gracias a los métodos de venta y con la transformación de la experiencia del consumidor, obliga a las empresas a priorizar formas más efectivas para gestionar la cobranza.



De esta forma, las herramientas digitales con Inteligencia Artificial y omnicanalidad abren un nuevo abanico de posibilidades a esos negocios que necesitan cumplir los objetivos fundamentales de las campañas de cobro: aumentar las tasas de recupero, mejorar la experiencia del usuario y reducir los costos operacionales.



Para conseguir estas metas, muchos hablan de omnicanalidad, atención al cliente y estrategias de contactabilidad, pero más allá de esas conocidas herramientas, te queremos presentar **tres puntos que deberían discutirse más entre los departamentos de cobranza en el retail:**

3 maneras de mejorar la cobranza en el retail con tecnología

1.

Emplea analítica para mejorar la toma de decisiones

En el ecosistema digital, la captura y análisis de datos es fundamental para optimizar todo tipo de procesos empresariales. En el caso de la cobranza en el retail, la data de los consumidores es lo que permite la segmentación de la cartera de deudores con una velocidad mayor, en comparación con las técnicas tradicionales.

Automatizar la segmentación ayuda a identificar a los clientes que están en condiciones de pago y apoya a los equipos del retail en el ajuste de las estrategias en tiempo real, con el objetivo de evitar redundancias en los cobros o establecer un contacto más empático con la situación de cada cliente.



“Es clave que la gestión en el retail se realice de forma organizada, priorizando las deudas, considerando aspectos como: el monto, la antigüedad de la misma, y los días desde la última gestión” *

2.

Optimiza los métodos de predictibilidad

Por lo general, hablar de predictibilidad viene de la mano de entender por cuál canal de comunicación se debe contactar a ese cliente. Afortunadamente, las empresas de retail pueden contar con múltiples canales de contacto de venta que también pueden aprovecharse como vías de cobro efectivas si se impulsan bajo una estrategia omnicanal y dispuestas a recoger data que servirá para mejorar los análisis predictivos.

En la actualidad, existen herramientas con la capacidad de predecir el comportamiento de los consumidores que agilizan las estrategias de contactabilidad y anticipan los canales más usados, desde el quién atenderá al cliente específico, hasta las soluciones que se le pueden ofrecer para asegurar una cobranza exitosa.



“En el retail es recomendable iniciar el proceso de cobro unos 10/15 días antes de su vencimiento y de esta forma, anticiparnos a cuestiones como pérdidas de factura por parte del cliente; nos permite asegurar que el cliente tiene la información sobre las formas de pago” *

3.

Evita la tercerización y aprovecha la tecnología autogestionable

En el retail se ha avanzado en crear nuevas formas de relacionamiento con el cliente más sutiles y amigables, pero en muchos casos, es común observar que sus gestiones de cobranza continúan siendo impulsadas a través de terceros.

Las empresas que desean evitar el aumento de sus costos operativos debido a la tercerización pueden autogestionar sus campañas por medio de soluciones como **SmartIA Power Hub**, suite de cobranza digital con Inteligencia Artificial.



“Uno de los errores más comunes del retail se da por la falta de tiempo en la gestión, sobre todo cuando la gestión es realizada por personas que hacen además otras tareas” *

* Fuente: Gestión de cobranzas: cómo reinventarse ante los desafíos de la inflación

Logra tus metas en la cobranza con SmartIA Power Hub

Tal como comentamos en el punto anterior, una herramienta de cobranza digital bien usada puede no solo aumentar tu recupero, sino que también crear una buena relación entre el deudor y la empresa de cobranza.

Para conseguir todo esto, te ofrecemos SmartIA Power Hub que cuenta con **automatización, análisis de analítica, autogestión de las campañas, predictibilidad e incluso omnicanalidad**, para que así puedas cumplir tus cobranzas de forma rápida y afectiva; además de un dashboard donde se puede monitorear las campañas en un solo lugar.



A través de nuestra solución, el retail no solo aumenta su tasa de recupero a través de un contacto óptimo basado en analíticas, sino que también permite preservar la satisfacción del cliente y la imagen de marca.

¡Quiero probar una demo gratuita!