Sistemas eficaces de gestión y cobro de impagos para las empresas

Una mala gestión de pequeños impagos puede llegar a suponer varios miles de euros perdidos al año. Estas son algunas de las herramientas que las empresas tienen a su alcance para realizar el recobro de esta deuda de forma eficaz y rentable.

esendex

Making business communication better

Indice

Introducción **03**

El impacto de la mala gestión de los impagos **05**

¿Por qué no pagan los clientes? **06**

Análisis del panorama: ¿cuánto deben los clientes? **06**

El efecto de la gestión deficiente de la deuda por sectores **07**

¿Qué opciones tienen las empresas para gestionar la deuda de forma más efectiva? **09**

SMS 11

Bots 12

Soluciones web móviles 13

Servicios de comunicación enriquecida (RCS) 14

Chat web y SMS 15

Whatsapp Business y Apple Business Chat 16

¿Cómo puede ayudarte Esendex? **17**

Utiliza los pagos móviles de Esendex para incrementar el número de pagos **18**

Utiliza los RCS para crear un plan de pago **19**

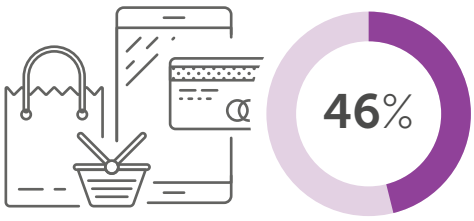
Utiliza una estrategia de comunicación multicanal para cobrar deudas de forma automatizada **21**

Conclusión **23**

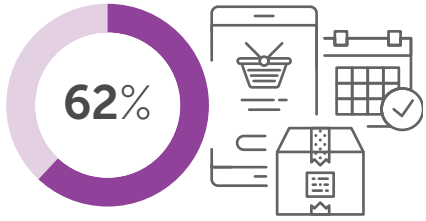
1 Introducción

Para alcanzar el éxito comercial, las empresas tienen que contar con una estrategia eficaz para **realizar cobros a través del móvil**.

Pese a que las estadísticas son claras, muchas empresas se resisten a aceptarlo y siguen dependiendo de **canales tradicionales**, como el correo postal y los call centers. Aunque son canales útiles para comunicarse con algunos clientes, hoy en día disponemos de métodos más eficaces de recobro de deuda.



El 46% de los clientes prefiere comprar desde el móvil[1]



El 62% de los usuarios de smartphone ha comprado desde el móvil en los últimos 6 meses[2]

Otra ventaja clara de tener un sistema de cobro de impagos adaptado al móvil es que **los clientes realizan el pago de forma autónoma**, sin tener que contactar con un agente. Por un lado, **la empresa reduce costes** al ahorrarse la gestión humana en estos recobros. Por el otro, el cliente realiza el pago por su cuenta, en cualquier momento y lugar y de forma cómoda, segura y sin esperas.

En este documento analizaremos:

- **El impacto de la mala gestión de impagos** en las empresas.
- **Los factores que las empresas tienen que tener en cuenta** a la hora de adoptar una plataforma móvil de cobro de deuda y cuáles son los canales de comunicación que mejor se adaptan a lo que están buscando.
- **Cómo puede ayudarte Esendex** a gestionar el cobro de las deudas de tus clientes mediante una estrategia de comunicación multicanal que complemente tu modelo actual.

1. AdWeek - Mobile shopping is on the rise, but remains split between the mobile web and apps
2. Outer Box - Mobile eCommerce stats in 2018 and the future trends of mCommerce

2 El impacto de una mala gestión de los impagos

Hay un desafío que todas las empresas tendrán que afrontar tarde o temprano: llevar adelante una gestión de recobros simple, eficiente y sin retrasos. En algunos sectores lo habitual es que los clientes paguen el importe total al momento, mientras que en otras eso es un sueño imposible.

¿Por qué no pagan los clientes?

Existen 3 motivos claros:

1. Puede deberse a un olvido
2. Puede que no tengan los medios para pagar su deuda
3. O tal vez no han recibido la factura.

Sin embargo, ninguna de estas razones es excusa para que una empresa no haga todo lo posible para procesar todos y cada uno de los cobros.

Más adelante veremos **qué herramientas podemos usar para incentivar el pago**, pero primero, analicemos las causas y el impacto que tiene la mala gestión de cobros en las empresas.

Análisis del panorama: ¿cuánto deben los clientes?

Solo en España, la deuda total de los clientes entre tarjetas de crédito, préstamos personales y compra de coches es de **43 mil millones de euros**, según el Banco de España.

Y **esta deuda no deja de crecer**: el valor de los préstamos al consumo creció un 18,5% en 2017. El valor total de estos pequeños préstamos ha llegado a superar el de las hipotecas, que se sitúa en 39 mil millones de euros.[3]

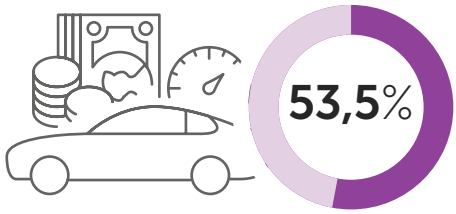
En 2014 el 17,5% de los hogares había contraído un préstamo personal, con una deuda **mediana pendiente de 6.000€**.[4]

3. El País, "La concesión de créditos al consumo vuelve al nivel previo a la crisis"
4. Banco de España, "Encuesta Financiera de las Familias (EFF) 2014: métodos, resultados y cambios desde 2011"

El efecto de la gestión deficiente de la deuda por sectores

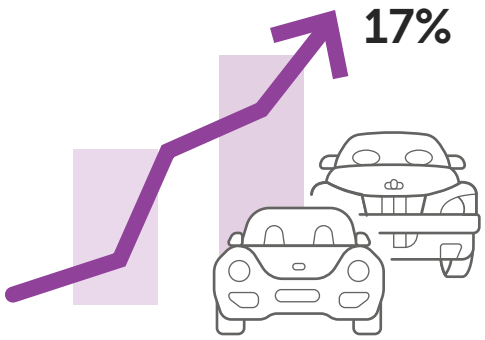
A continuación explicamos algunos de los problemas relacionados con la gestión de pagos:

Coches financiados



En los últimos años ha habido **un aumento significativo en la solicitud de préstamos** para comprar coches nuevos. El 53,5% de los coches nuevos se compra a través de planes de financiación.

Y se trata de una tendencia en alza. De hecho, el porcentaje de coches financiados ha crecido más de un 17% desde 2014.[5]



Debido a la gran cantidad de clientes que compran coches a través de este método y al hecho de que tendrán que pagar cuotas mensuales, las entidades prestamistas se verán obligadas a implementar un sistema automatizado y rentable de gestión de pagos.

Como resultado, dichas entidades tendrán que reevaluar sus estrategias de comunicación para poder recibir la mayor cantidad de pagos posible.

5. Expansión, "Más de la mitad de los coches que se venden en España se financian"

Venta minorista

Aunque es una tendencia a la baja, en 2018 el 55% de los españoles afirma que consideraría financiar sus compras y realizar un pago aplazado.[6] En 2017 el sector del **crédito al consumo creció casi un 15%** respecto al año anterior.[7]

Viendo estas cifras, es evidente la necesidad de que las empresas de crédito o los comercios que ofrecen financiación tengan un sistema efectivo de recobro. De otro modo, potencialmente se enfrentan a pérdidas significativas en caso de morosidad.

En vista de las estadísticas, está más que claro que las empresas tienen que reconsiderar la forma en la que solicitan los pagos. Enviar una factura en papel o hacer una llamada y esperar que todo salga bien es cosa del pasado.

Las empresas tienen que actuar de forma más inteligente y usar canales que sean más interactivos y faciliten el acceso a los medios de pago que, a su vez, deben poder ser flexibles cuando se necesite.

6. Statista, "Porcentaje de consumidores españoles que consideraría o no la financiación como una alternativa para adquirir un bien o servicio según una encuesta anual desde 2015 hasta 2018".

7. asnef logalty, "Informe 2017".

3 ¿Qué opciones tienen las empresas para gestionar la deuda de forma más efectiva?

Hasta ahora hemos hablado de los problemas que surgen cuando las empresas no gestionan bien los pagos de los clientes. Ahora veremos qué pueden hacer para incrementar el número de pagos de forma más sencilla y rentable.

Lo primero que tienen que tener en cuenta las empresas que quieren crear más oportunidades de cobro son las plataformas de autogestión del cobro. Al hacerlo, obtendrán dos beneficios principales.

- **Por un lado, es mucho más cómodo para los clientes** en comparación con los canales tradicionales. Los pagos pueden hacerse desde cualquier sitio y en cualquier momento, lo cual hace que pagar sea mucho más simple que si tuvieran que llamar para hablar con un agente. También está demostrado que los clientes prefieren realizar los pagos de forma independiente. De hecho, según un estudio reciente[8], **el 70% de los clientes** espera que las empresas le proporcionen la opción de gestionar sus pagos y el 40% prefiere este método, en lugar de tener que hablar con un representante.

- **Por otro lado, hay una evidente reducción de costes**. Según un estudio realizado por Esendex, el coste que supone que un agente realice el cobro es de 1,42 € (con base en un coste por hora de 17 € y una duración media de la llamada de cinco minutos). Si comparamos esa cifra con el coste de un canal de autoservicio de pago telefónico, que asciende a 76,5 céntimos (8,50 céntimos el coste de la llamada y 68 céntimos el coste de la transacción), vemos que hay **un 46% de ahorro en cada interacción**.

Otro elemento que las empresas deben tener en cuenta a la hora de crear una estrategia de cobro es el hecho de poder llegar a los dispositivos móviles de sus clientes. El 96% de la población en España tiene al menos un móvil[9] y la mayoría lo usa a diario.

Gartner calcula que para 2020, el 85% de los clientes gestionará cuestiones bancarias por su cuenta sin interactuar con personas.[10]

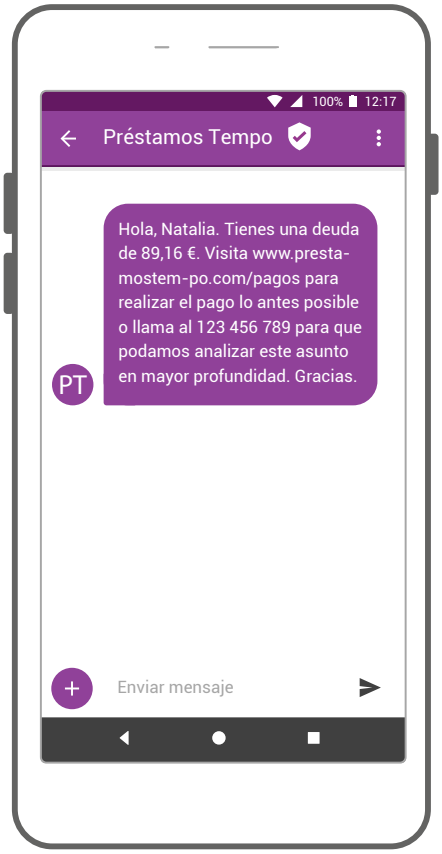
8. SuperOffice, "The value of customer self-service in the digital age»"(La importancia del autoservicio en la era digital).
9. Hootsuite, "Digital in 2018: Europe, Middle East and Africa".
10. Gartner, Cumbre 360, 2011.

¿Qué opciones tienen los clientes para realizar pagos a través de un dispositivo móvil de forma autónoma?

SMS

Esta opción puede no parecer un buen punto de partida porque las acciones de autoservicio que se pueden llevar a cabo únicamente a través de SMS son limitadas, pero los mensajes de texto son extremadamente útiles para pedir a los usuarios que realicen una acción determinada.

Con una incomparable **tasa de apertura del 95%**[11], los SMS sirven para solicitar el pago de una tarjeta, devolver la llamada cuando al usuario más le convenga, informar sobre el estado de una aplicación y promocionar servicios nuevos que puedan interesarle al destinatario.



Diversos estudios han demostrado que **las empresas que se comunican con millennials a través de SMS ven incrementos de la tasa de conversión de hasta el 100%**[12]. Asimismo, el 77% de los millennials (personas de entre 18 y 34 años) tiene una mejor opinión de las empresas que ofrecen servicios de atención al cliente por SMS que de las que no[13].

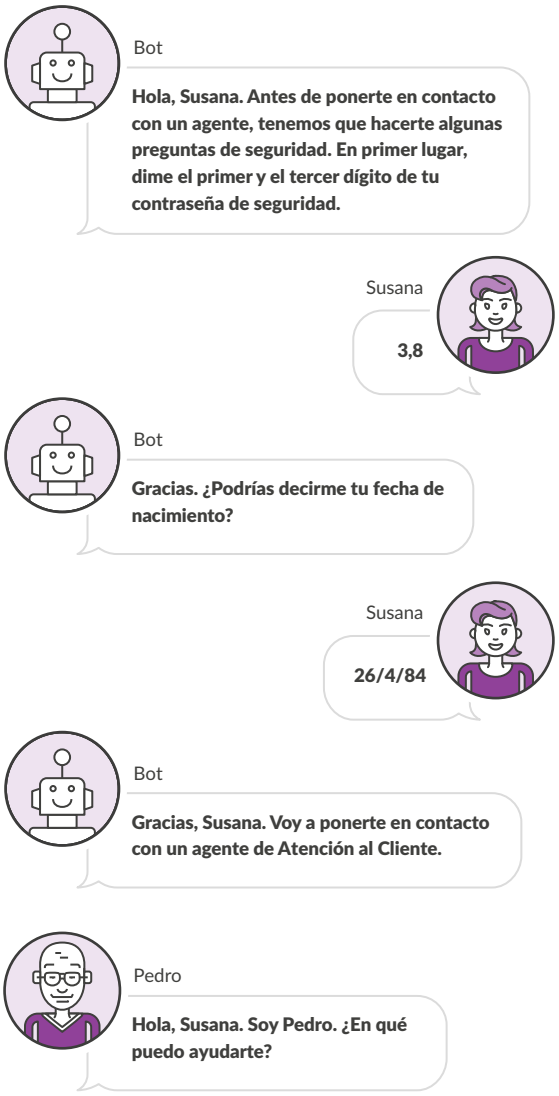
11. Esendex, encuesta «SMS Open Rates 2018» (Tasas de lectura de SMS en 2018).
12. Webio: "Messaging: The key to cracking millenial customers" (Mensajería: la clave para ganarse a los "millenials").
13. Encuesta de Harris, 2014.

Bots

Los bots, al ofrecer opciones de autoservicio, van a ser una pieza clave en el futuro de los proveedores de servicios financieros que quieren reducir gastos.

Integrados en plataformas de chat como Facebook Messenger, los bots ofrecen a los clientes **la posibilidad de hacer un pago de forma autónoma en cualquier momento** y recibir respuestas útiles y automatizadas al instante. Al mismo tiempo, esta opción resulta beneficiosa para las empresas, ya que los agentes humanos pasan menos tiempo al teléfono procesando pagos de forma manual.

Algunas empresas que ya utilizan bots han obtenido resultados muy positivos gracias a los nuevos sistemas de procesamiento de pagos. Un ejemplo es Swedbank, una entidad del sector financiero, y su bot Nina. De las 40.000 interacciones que Nina gestiona al mes, **el 81% (incluidos los pagos) se finaliza sin la necesidad de acudir a un agente**. Como resultado, Swedbank ahorra una gran cantidad de dinero y los clientes acceden a una experiencia más cómoda y mejorada.[14]



14. Forbes: "5 ways chatbots can improve customer experience in banking" (Las cinco formas en que los "bots" pueden mejorar la experiencia de los clientes en el sector bancario).

Soluciones web móviles

Existen muchas aplicaciones web para móviles, pero todas funcionan de la misma manera.

El cliente recibe un enlace (a través de un SMS o un email) mediante el cual puede acceder a formularios web adaptados a los usuarios de teléfonos móviles que son casi iguales a los de una aplicación nativa o híbrida.

Eliminan las distracciones al incluir solo los elementos que el cliente necesita para realizar el pago y reducen las complicaciones al adaptar todas las interacciones al tamaño de la pantalla de un móvil. Con este método **se obtiene una tasa de pago mucho mayor** que la que se conseguiría con un sitio web tradicional al que se accede desde un smartphone.

> El formulario web estándar lo completa el 12,6% de los usuarios. En el caso de nuestras soluciones móviles, ese porcentaje llega al 46,5%.[15]

Esa estadística resulta especialmente interesante si tenemos en cuenta que las aplicaciones web para móviles pueden utilizarse para permitir a los clientes realizar los pagos de manera autónoma y eliminar la interacción con agentes.

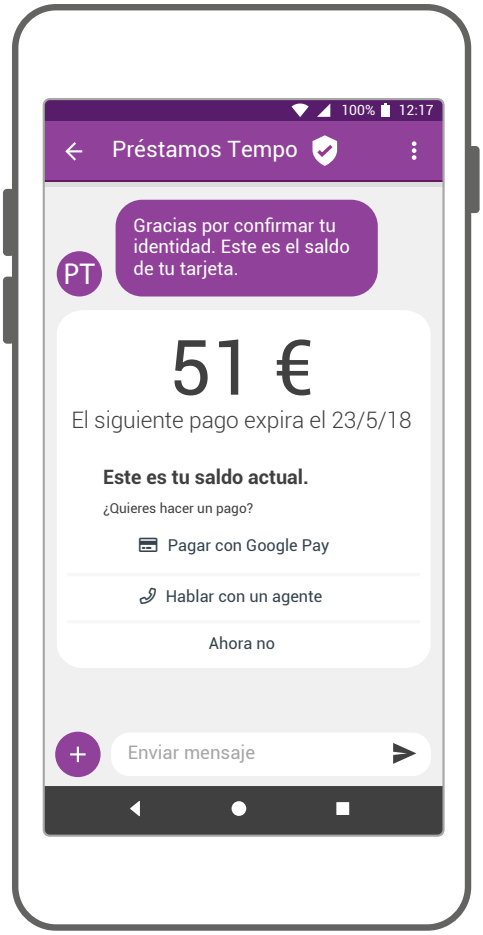
Las empresas también podrán enviar mensajes únicos a través de la aplicación web para móviles, ya que al utilizar los datos del cliente, pueden crear una experiencia personalizada y, al mismo tiempo, tener más posibilidades de concretar el pago.

15. Esendex, "Streamlining the income and expenditure process" «Optimización del proceso de ingresos y gastos).

Servicios de comunicación enriquecida (RCS)

Los servicios de comunicación enriquecida (RCS, por sus siglas en inglés) han sido diseñados para reemplazar a los SMS como aplicación de mensajería predeterminada en dispositivos Android en los próximos años.

Cuando se redactó este informe, más de 100 operadores móviles contaban con RCS, pero se espera que dicha cifra llegue a 150 en el primer trimestre de 202016. Durante ese mismo periodo, se espera que el número de usuarios pase de los actuales 159 millones a 1,05 mil millones.



Los RCS tienen las mismas ventajas que los SMS, pero ofrecen **un servicio mejorado que se adapta al mercado moderno**. Además de capitalizar la increíble tasa de lectura de SMS del 95%17, los RCS ofrecen muchos otros beneficios.

Las empresas podrán tener interacciones totalmente automatizadas y adaptadas al diseño de la marca y **hacer uso de herramientas novedosas**, como botones, tarjetas enriquecidas y métodos de pago integrados. Y lo mejor es que todas esas características atraen al público millennial, que prefiere utilizar la última tecnología para gestionar este tipo de pagos. Además, los proveedores de servicios podrán obtener la denominación de "remitente verificado". De esta forma, los clientes sabrán que están comunicándose con una empresa de confianza.

16. Forbes, "Is RCS poised to overtake SMS for text messaging supremacy?" (¿Están listos los RCS para robar el título de campeón de la mensajería a los SMS?).
17. Esendex, encuesta realizada en 2018 sobre las tasas de lectura de SMS.

Chat web y SMS

Las plataformas de chat web y SMS resultan muy útiles para las empresas que no quieren una solución de autoservicio totalmente automatizada, sino una forma de maximizar los métodos de pago de los que disponen.

En comparación con los canales de pago tradicionales como la asistencia telefónica, en la que los agentes solo pueden gestionar los pagos de uno en uno, las plataformas de chat dan a los representantes la posibilidad de **gestionar varios pagos a la vez**. Asimismo, algunos proveedores también ofrecen la opción de utilizar un bot para poder automatizar los pagos.

En cuanto a los clientes, **el 41% afirma que su herramienta favorita para comunicarse con las empresas es el chat web**, mientras que el 51% señala que las probabilidades de volver a acudir a un proveedor de servicios aumentarían si dicho proveedor utilizara el chat web para comunicarse con sus clientes[18].

Las plataformas de chat web y SMS también resultan atractivas para los millennials, un segmento en el que el 75% prefiere los mensajes de texto en lugar de las llamadas[19].

18. Kayako - Live chat statistics (Estadísticas de los chat en vivo)
19. Kayako - Live chat statistics (Estadísticas de los chat en vivo)

WhatsApp Business y Apple Business Chat

Si bien WhatsApp Business y Apple Business Chat no pueden procesar los pagos de manera automatizada, sí pueden hacerlo a través de un agente. Apple Business Chat también puede hacer uso de Apple Pay para agilizar aún más el proceso de pago.

Aunque aún no están del todo desarrolladas, no se puede negar que tienen potencial para facilitar el proceso de pago tanto para el cliente como para la empresa. WhatsApp tiene más de 1,5 mil millones de usuarios[20] y la cifra de usuarios de iPhone llega a 700 millones[21]. No cabe duda de que toda empresa que quiera gestionar cobros en la nueva era digital de autoservicio tiene que tener en cuenta esas cifras.

22. Tech Crunch - "WhatsApp alcanza los 1,5 mil millones de usuarios al mes. ¿19 mil millones de dólares? Nada mal"
23. Fortune - "Here's how many iPhones are currently being used worldwide" (¿Cuántos personas tienen un iPhone en todo el mundo?)

4 ¿Cómo puede ayudarte Esendex?

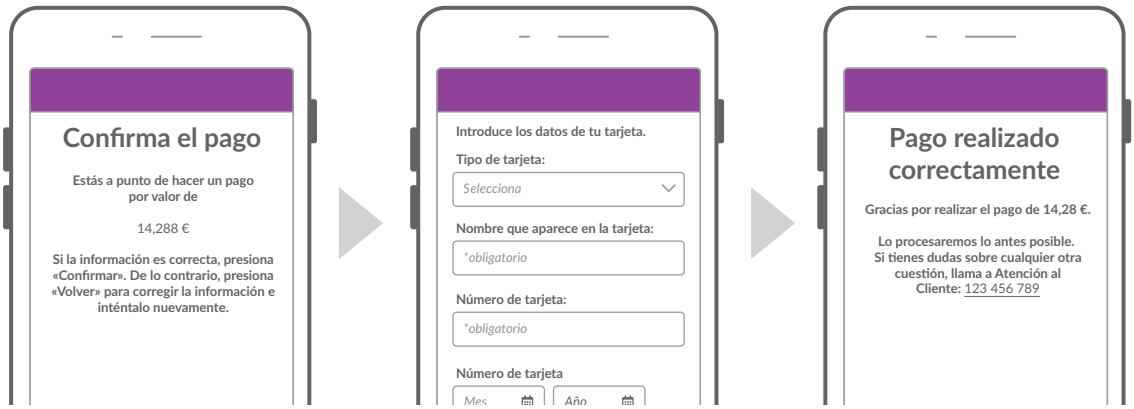
Los siguientes ejemplos ilustran la forma en que Esendex puede ayudar a los proveedores de servicios financieros a brindar a sus clientes una opción de pagos más interactiva.

Utiliza los pagos móviles de Esendex para incrementar el número de pagos

Si bien hace mucho que se utilizan los SMS para mejorar la comunicación (mediante el envío de recordatorios), muestra solución de pagos móviles tiene la capacidad de generar un valor agregado al brindarte las herramientas necesarias para procesar los pagos de forma segura, cómoda y rentable.

A continuación te presentamos un ejemplo de cómo usar los pagos móviles de Esendex se puede usar para validar la identidad del cliente antes de proporcionarle un entorno de pago seguro y totalmente autónomo.

Lo primero que tiene que hacer el cliente es verificar su identidad y los datos de su cuenta.

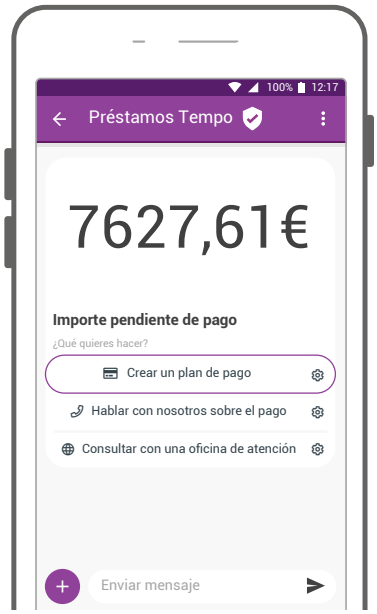


Luego se le pide al cliente que confirme el importe del pago y los datos antes de recibir la confirmación de que el pago se ha realizado correctamente.

Utiliza los RCS para crear un plan de pago

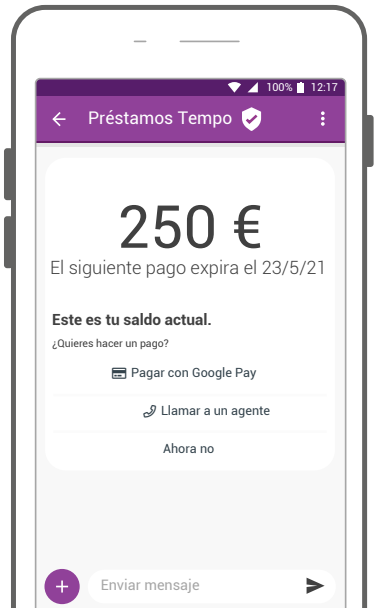
Como ya hemos mencionado, **los RCS son el futuro de los SMS entre empresa y cliente**. Aquí te mostramos un ejemplo de cómo los RCS pueden potenciar los SMS al proporcionar las herramientas para hacer consultas y pagos desde la conversación sin tener que ir a otro sitio web ni utilizar otra aplicación.

En primer lugar, para verificar la identidad del usuario se le hacen una serie de preguntas automáticas.

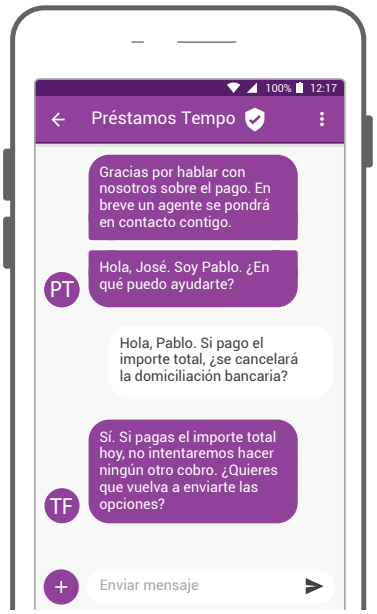


Luego se le proporciona información sobre su saldo. También se le invita a crear un plan de pago o a hablar con un asesor.

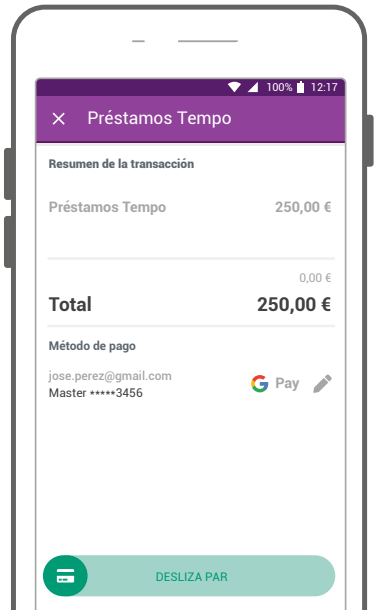
Si el cliente selecciona la opción «Crear un plan de pago», podrá acceder a una evaluación de ingresos y gastos y acordar un plan de pago.



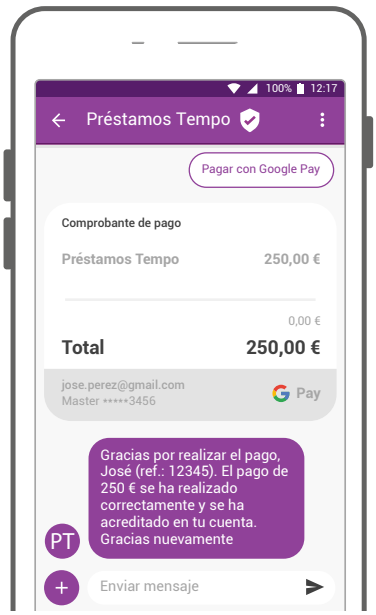
El cliente puede decidir si quiere ver el programa de pago o el saldo actual.



El cliente siempre tiene la opción de hablar con un agente en vivo a través de los RCS.



El proveedor tiene dos formas de recibir el pago: dentro de la misma conversación o a través de un portal de pagos seguros.



Por último, al cliente se le envía la referencia del pago y se le agradece por su colaboración.

Utiliza una estrategia de comunicación multicanal para cobrar deudas de forma automatizada

Actualmente, entre las empresas españolas **el 68% sufre las consecuencias negativas de la morosidad**, el 32% de forma muy significativa. Alrededor de **85.000 empresas podrían llegar a cerrar** debido a esta situación.[22]

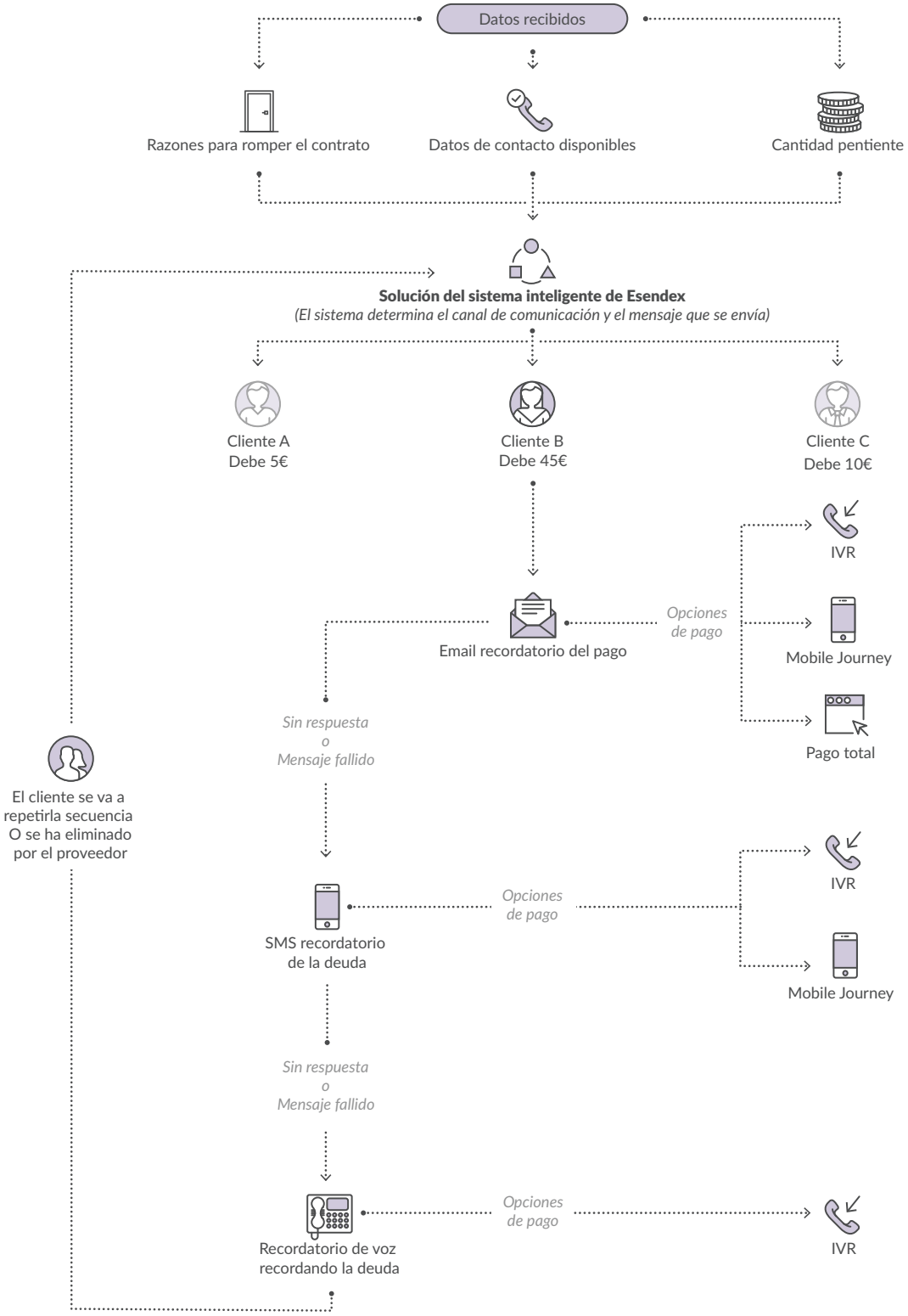
Eso se debe, en gran parte, a la **falta de estrategias eficaces de gestión de cobros/pagos**. Desde tiendas de venta minorista hasta proveedores de crédito, tener una estrategia barata y eficaz para cobrar las deudas siempre viene bien. Así pues, no es de extrañar que este sea uno de los productos multicanal automatizados más populares de Esendex.

Al trabajar con los datos de las empresas, Esendex es capaz de desarrollar soluciones totalmente automatizadas y a medida.

El cliente vive una experiencia única que se adapta automáticamente a las circunstancias cambiantes. Las estrategias pueden incorporar distintos niveles de complejidad para reducir al máximo la interacción con agentes y dar a los clientes una herramienta de autoservicio.

El siguiente ejemplo ilustra un flujo de trabajo gracias al cual un cliente de Esendex **ha podido incrementar en un 15 % el cobro de deuda**. Y lo mejor de todo es que no requiere gestión directa por parte de un agente.

24. Business Matters - SMEs wrote off £5.8 billion in debt in last financial year
25. Insurance Business UK - Opportunity for brokers as SMEs write off £5.8 billion


Datos recibidos
Razones para romper el contrato
Datos de contacto disponibles
Cantidad pentiente
Solución del sistema inteligente de Esendex
(El sistema determina el canal de comunicación y el mensaje que se envía)
Cliente A
Debe 5€
Cliente B
Debe 45€
Cliente C
Debe 10€
IVR
Email recordatorio del pago
Opciones de pago
Mobile Journey
Pago total
Sin respuesta o Mensaje fallido
El cliente se va a repetirla secuencia O se ha eliminado por el proveedor
IVR
SMS recordatorio de la deuda
Opciones de pago
Mobile Journey
Sin respuesta o Mensaje fallido
Recordatorio de voz recordando la deuda
Opciones de pago
IVR

5 Conclusión

Los clientes han sido testigos de grandes avances en las tiendas con la introducción de los pagos contactless y Apple Pay, soluciones que se han adoptado a escala masiva.

Una de las decisiones más importantes para las empresas es elegir qué canal utilizar en función del tipo de cliente. Y a la hora de lidiar con distintas clases de público, también hay que tener en cuenta las estrategias multicanal que maximizan las probabilidades de recibir los pagos.

No cabe duda de que emplear una plataforma de autogestión digital va a ser todo un desafío y una inquietud para muchos, pero las oportunidades que va a generar son motivo suficiente para lanzarse a la aventura.

Este método ofrece dos ventajas principales:

- Poder disminuir la carga de trabajo de los empleados
- Y reducir los gastos

No obstante, el punto fuerte de estas nuevas plataformas de pago es su capacidad de **mejorar la satisfacción del cliente**. Hoy en día, los consumidores no solo quieren, sino que exigen un método cómodo y fácil de usar.

Además, el hecho de utilizar un nuevo sistema no significa que haya que descartar por completo los anteriores.

La transición puede realizarse de forma gradual o incluso parcial. Por ejemplo, las opciones de pago de Esendex **pueden integrarse en los sistemas actuales**, lo cual, desde un punto de vista técnico, significa que no hará falta realizar un gran esfuerzo para modernizar el sistema.

En vista de todo lo anterior, la conclusión es que los pagos móviles presentan muchas ventajas y eso es algo que las empresas no pueden ignorar. El hecho de no adoptar una estrategia de pagos móviles no significa que tu empresa vaya a quebrar, pero no te va a ayudar a estar a la altura de tus competidores ni va a contentar a tus clientes.

www.esendex.es