



NEGOCIACIÓN ASERTIVA – LA NUEVA VISIÓN DE LA COBRANZA

FICHA TÉCNICA:

DURACIÓN: 20 HORAS

DIRIGIDO A: SUPERVISORES DE CARTERA Y EN GENERAL PERSONAL OPERATIVO DE ÁREA DE COBRANZA DE INSTITUCIONES BANCARIAS O FINANCIERAS. EN GENERAL CENTROS DE COBRANZA DE TODA CLASE DE INSTITUCIONES ORIENTADAS AL MANEJO DE CRÉDITO AL PÚBLICO EN GENERAL.

SECTOR: CRÉDITO AL CONSUMO -



PRESENTACIÓN

El Servicio hoy en día es una de las **ventajas competitivas más importantes** para establecer la diferencia entre una y otra organización y las formas de impulsar u otorgar el servicio están limitadas solo por la organización misma.

En la búsqueda del liderazgo y el posicionamiento en el mercado y en la mente del consumidor, el servicio se mantiene como una prioridad para **satisfacer y exceder** las expectativas de los clientes y conseguir así **su preferencia, lealtad y elección de preferencia**.

Esto solo es posible cuando una organización desarrolla sistemas y procesos de entrega de servicio que le permita no sólo cumplir sino exceder **consistentemente** con lo que los clientes esperan y que les ayude a entender y disfrutar de los beneficios del producto/servicios adquiridos. Las relaciones de largo plazo se derivan de un servicio efectivo continuo lo cual implica ser eficiente, confiable, cortés, oportuno y profesional **todo el tiempo**.

Las expectativas del cliente son actitudes que éste asume con relación a una organización. Cuando una persona acude por primera vez a una organización sus expectativas por lo general son altas y éstas se van modificando positiva o negativamente dependiendo de la respuesta que obtenga.

Si bien es cierto que siempre existe un grado de urgencia o emergencia en las solicitudes de servicio, **el proceso y la calidad de la atención recibida** incide directamente en la percepción y satisfacción final. Es por esto que la forma en que una organización y quien otorga el servicio maneje y responda a las solicitudes ejerce una influencia fundamental en la **permanencia y lealtad** de clientes actuales y potenciales, contribuyendo así a **mantener o perder la imagen y posición de Excelencia, Calidad y Liderazgo** en el mercado.

La cobranza es un actividad que por su naturaleza mantiene un alto nivel de contacto con los clientes de la organización con la intención de solucionar conflictos derivados de la falta de pago o bien en muchos casos de insatisfacciones o problemas de otras áreas, es por lo tanto un área de servicio al cliente en primera instancia.



CONTENIDO

El Programa de Negociación Asertiva - El Nuevo Paradigma de la Cobranza está orientado a dar una visión global de la Cobranza bajo una perspectiva moderna y conceptualizándola como un **proceso de venta y servicio al cliente**.

Con base en este enfoque se pretende romper con paradigmas del pasado y presentar a la labor de cobranza como un **trabajo profesional** desempeñado por un **asesor en crédito**.

Este programa cubre en cada uno de sus puntos con los lineamientos establecidos en el convenio firmado por la **CONDUSEF** y la Asociación de Profesionales en Cobranza y Servicios Jurídicos y a nivel internacional respeta los contenidos de la **FDCPA** para Estados Unidos y demás regulaciones enfocadas a mantener la ética como principio en el proceso de negociación de un cobro.

El Programa consta de tres niveles que se recomienda que los participantes cursen en forma separada para propiciar la aplicación de conocimientos y habilidades revisadas en las sesiones de aula.

La duración total del Programa es de **20** horas de enseñanza, los primeros dos niveles abarcan 8 horas y el tercero 4 horas.

El **Nivel I** se relaciona principalmente con los fundamentos básicos para llevar a cabo un proceso de recuperación más efectivo al establecer una comunicación efectiva con el cliente. En este sentido el curso se enfoca a revisar los elementos importantes para obtener y proporcionar información de calidad y se revisan aspectos como el establecimiento de empatía, el uso efectivo de preguntas, la venta de beneficios, etc.

El **Nivel II** está dirigido a revisar diversas técnicas para llevar a cabo una negociación efectiva con el cliente. En este curso se presenta un modelo de negociación que rompe con paradigmas existentes entorno a una negociación amenazante y basada en la presión.

El **Nivel III** está dirigido a revisar a integrar el enfoque de la persuasión en la negociación efectiva para aumentar la aceptación de propuestas y planes de pago.



TEMARIO - CONTENIDO (20 HORAS)

COBRANZA INTEGRAL EFECTIVA

MODULO I – Fundamentos del Proceso de Cobranza – El Nuevo Enfoque

1. Introducción
2. Un Nuevo Paradigma, la Cobranza con Enfoque al Cliente.
3. Modelo de las Conversaciones de Cobranza
4. El Perfil del Deudor
5. De Gestor a Asesor -
6. El Protocolo en la Cobranza:
 - a. Bases de la venta y el servicio
 - b. Las 3 C de la Cobranza
 - c. Los 4 Acuerdos
7. Asegurando las Promesas desde el Inicio
 - a. Determinando la Situación del Cliente
8. Obtener y Dar información de Calidad
 - a. Escuchando Activamente
 - b. Preguntando Efectivamente
 - c. Vendiendo beneficios
 - d. Contribuyendo a la cultura de crédito.
 - e. Resumiendo y Evaluando

MODULO II – Estrategias de Negociación Asertiva

9. Técnicas para Negociar efectivamente
 - a. Un modelo de negociación basado en la asertividad
 - b. Mantener el Acuerdo como directriz de principio a fin.
 - c. Evitar la manipulación
 - d. Manejar los "NO" del Cliente"
 - e. Contrarrestar los Argumentos y patrones de negociación del Cliente.

MODULO III – Cobranza Avanzada – El Enfoque de la Persuasión

10. La Persuasión en la Negociación
 - a. Objetivos del Proceso Persuasivo.
 - b. Persuadir y negociar
 - c. El Proceso Mental del Cliente ante una Posible Compra.
 - d. El Proceso de la Persuasión y el Proceso de la Recuperación.
 - e. Los Elementos de las Argumentaciones Persuasivas.
 - f. Lineamientos para Verificar una Argumentación Persuasiva.
 - g. Guía para Estructurar Una Argumentación Persuasiva.
11. Técnicas de Cierre.
12. Claves para la Negociación Integral Efectiva.