

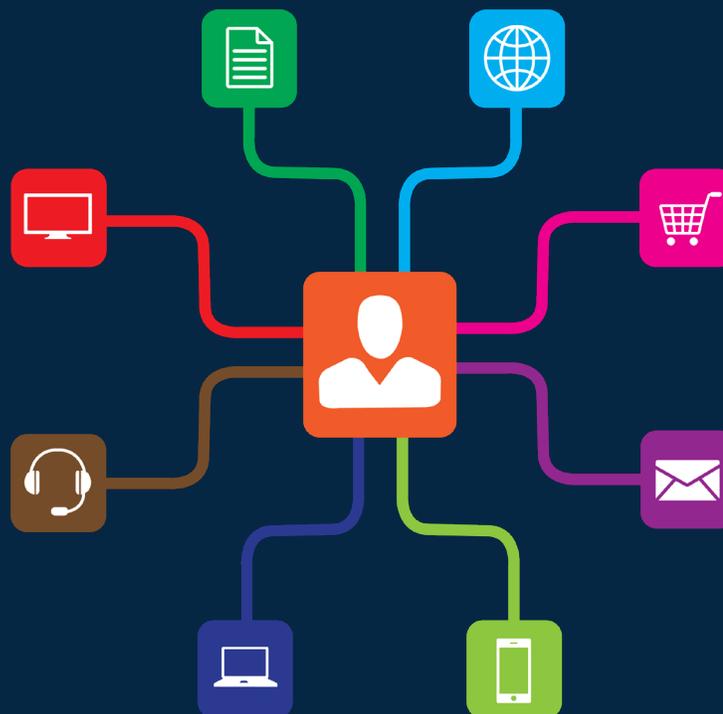


Repensando as estratégias de cobrança de dívidas: **uma mudança de paradigma na abordagem aos clientes modernos**

Por Sebastian Menutti



O cenário macroeconômico atual impede que milhões de consumidores paguem as dívidas em dia, o que eleva os índices de inadimplência e aumenta significativamente a atividade de cobrança de dívidas. As organizações podem optar por gerenciar sua cobrança de dívidas internamente ou terceirizá-la para uma empresa especializada, realocando recursos para as principais funções do negócio. Em ambos os casos, as empresas precisam abraçar toda a jornada do cliente, empregando a tecnologia mais recente para aprimorar cada interação e manter a fidelidade do cliente.



Cenário Econômico Global: vantajoso para a cobrança de dívidas

As empresas de cobrança enfrentam um cenário em evolução e desafiador envolvendo diminuição da poupança, aumento das taxas de juros e inflação. O mercado global de empréstimos, impulsionado em parte pelas consequências da pandemia de COVID-19, gerou uma impressionante receita de US\$ 18,8 bilhões em 2022, mostrando um crescimento médio anual de 2,6% entre 2017 e 2022. ⁱ Para se ter uma ideia, a dívida das famílias dos Estados Unidos (EUA) atingiu em março de 2023 US\$ 17 trilhões, marcando um novo recorde. ⁱⁱ Dívidas de cartão de crédito, empréstimos estudantis e contas médicas são as três principais fontes de dívida, e aproximadamente 28% dos cidadãos americanos e 78% das famílias brasileiras têm pelo menos uma dívida sob cobrança. ^{iii iv} Padrões semelhantes são evidentes em todo o mundo.



À medida que as taxas de inadimplência aumentam e as regulamentações locais se tornam mais rígidas, as complexidades da cobrança efetiva se ampliam. Cada país exige uma abordagem diferente para se manter em conformidade, impactando quando, onde e como entrar em contato com os devedores. Além disso, as empresas temem que a cobrança de dívidas possa não ser uma experiência bem-vinda para o consumidor e, conseqüentemente, comprometa a experiência geral do cliente (CX). O ponto crucial é equilibrar os esforços de cobrança de dívidas com uma CX positiva e personalizada que faça com que os clientes retornem.

Apesar de sua eficácia em cobranças, as agências tradicionais de cobrança de dívidas muitas vezes não conseguem atender a essas experiências diferenciadas do cliente, negligenciando a profundidade da jornada do cliente. No entanto, os prestadores de serviços especializados de CX parecem estar preparados para a tarefa, pois têm a experiência necessária na gestão de todo o ciclo de vida do cliente e no recrutamento e treinamento do tipo certo de talento. Na verdade, muitos provedores estão sendo impulsionados pelo momento. A Frost & Sullivan prevê que a cobrança de dívidas liderará o crescimento do mercado de serviços de terceirização de CX com uma taxa composta de crescimento anual (CAGR) de 6% a 7%, de 2021 a 2028, variando de acordo com a região.



Redefinindo a cobrança de dívidas para o consumidor contemporâneo

A antiquada abordagem única para a cobrança de dívidas não é mais suficiente. Já se foi o tempo em que uma organização notificava os clientes de que eles deveriam pagar um determinado valor até uma data específica. Os clientes modernos esperam interações personalizadas: desejam ser envolvidos sem momentos oportunos, através do seu canal preferido, com flexibilidade de pagamento que reflita suas capacidades financeiras, incluindo opções de pagamentos. Só isso pode levar a um aumento de mais de 10% nos pagamentos, de acordo com a McKinsey and Company. De fato, os clientes contatados digitalmente fazem 12% mais pagamentos do que aqueles abordados através de canais tradicionais. ^v

Os fornecedores devem aproveitar uma infinidade de tecnologias para conhecer profundamente cada cliente e adaptar efetivamente as táticas de contato para cada indivíduo. As análises baseadas em IA são fundamentais para hiperpersonalizar as cobranças, pois permitem que as empresas entendam o comportamento do cliente, a posição financeira, a localização geográfica e as preferências de contato e ajustem a abordagem de acordo. Essa abordagem que prioriza o digital leva a um aumento de 5x no engajamento do cliente, 15% de redução de custos e 25% de aumento na taxa de resolução em cobranças com mais de 30 dias de atraso ^{vi}.





Além disso, IA generativa e ferramentas de conversação baseadas em processamento de linguagem natural (PNL) estão abrindo caminho para o autoatendimento massivo, especialmente em cobranças em estágio inicial. Esta é uma ferramenta poderosa para reduzir custos e melhorar a eficiência, e as empresas devem disponibilizar todos os meios de autoatendimento aos clientes para retardar o máximo a intervenção humana. No entanto, um agente humano deve estar sempre disponível para proporcionar empatia e a compreensão caso a caso, muitas vezes necessárias.

Conclusão

Diante da evolução do clima econômico global, marcado pela diminuição da poupança, aumento das taxas de juros e alta inflação, as organizações devem reforçar suas estratégias de cobrança de dívidas. Com o aumento das taxas de inadimplência previstas para os próximos meses, a necessidade se torna mais premente. A decisão crucial está em expandir as capacidades internas ou realizar parcerias com terceiros especializados. Independentemente da opção escolhida, uma coisa é certa: as cobranças tradicionais já não são suficientes. Para prosperar nesse ambiente, as organizações devem dominar essa atividade cada vez mais orientada à tecnologia e se concentrar na conformidade, na empatia e na abrangente CX.



i. <https://www.newyorkfed.org/microeconomics/hhdc>

ii. <https://www.capitalrecovery.net/blog/important-debt-collection-statistics-to-know-in-2022>

iii. <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2023-02/percentual-de-familias-endividadas-se-mantem-em-78>

iv. <https://www.mckinsey.com/capabilities/risk-and-resilience/our-insights/holistic-customer-assistance-through-digital-first-collections>

v. <https://www.mckinsey.com/capabilities/risk-and-resilience/our-insights/holistic-customer-assistance-through-digital-first-collections>

vi. <https://www.mckinsey.com/capabilities/risk-and-resilience/our-insights/holistic-customer-assistance-through-digital-first-collections>

Para saber mais sobre como a Atento pode ajudá-lo a guiar sua jornada, clique aqui →