

The logo for 'eVo' is written in a dark blue, lowercase, sans-serif font. The 'e' and 'o' are connected, and the 'V' is a simple, bold letter. The logo is positioned in the upper right corner of the page.

eVo

The background features abstract, organic shapes in shades of green, teal, pink, and orange. A large teal shape is in the top left, a pink shape is on the right, and an orange shape is at the bottom right. A small orange circle is also visible near the bottom right.

GUIA DE COBRANZA CON MENSAJES

EXTERMINA LA MOROSIDAD

INTRODUCCIÓN

Hola, mucha gracias por bajar la Guía de Cobranza por mensajería, que el equipo de EVO creó para:

- ⇒ Reducir la morosidad
- ⇒ Facilitar tu vida
- ⇒ Economizar tu tiempo
- ⇒ Evitar fricciones innecesarias con tu cliente.

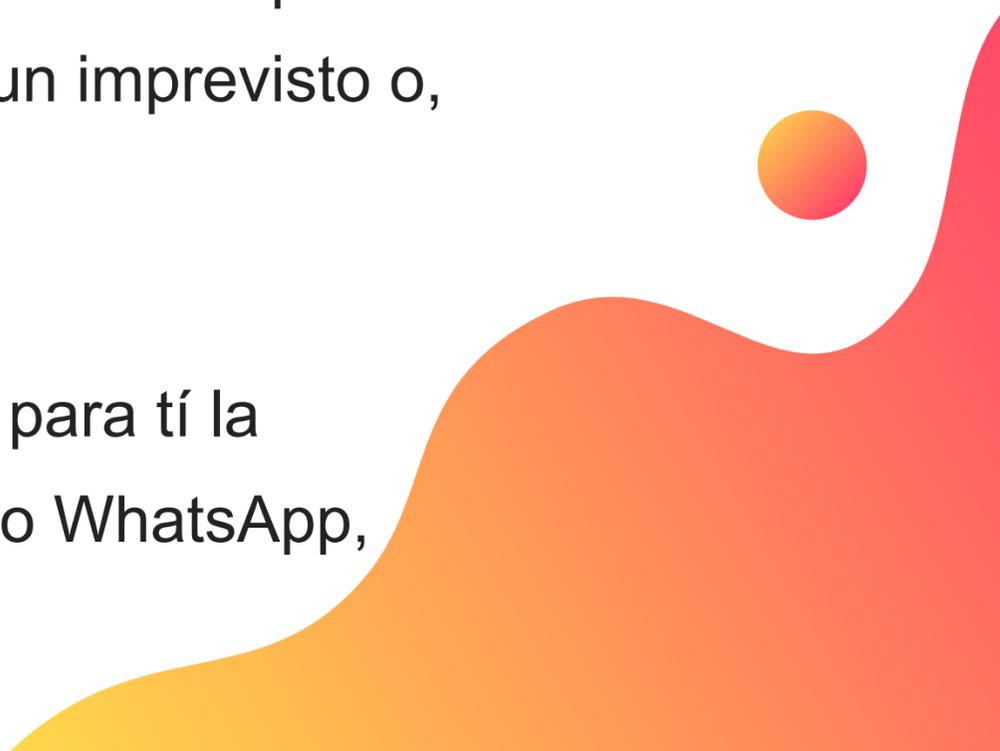


Para crear esta guía, intentamos resolver una ecuación que resuena en la cabeza del gestor de gimnasio: cómo cobrar a mi cliente con eficiencia, sin dejarlo molesto?

Si, por más extraño que parezca, a la persona que está atrasada en los pagos, no le gusta que le reclamen el pago.

Pero, ya te has detenido para pensar que ese tipo de reacción sucede porque la forma como la mayoría de las empresas cobra casi nunca tiene en cuenta que el cliente moroso puede estar pasando por un momento difícil, tuvo un imprevisto o, simplemente, se olvidó de hacer el pago...

Pensando en todas esas posibilidades, nosotros resolvimos crear para tí la Guía de Cobranza por Mensajería, que puede ser tanto SMS como WhatsApp, dependiendo de las preferencias y herramientas disponibles.





PERO POR
QUÉ USAR
MENSAJERÍA?

Porque la cobranza por teléfono se está mostrando cada día menos eficaz.

Primero, si el cliente no quisiera atender, no atiende. Mira el identificador de llamadas e ignora la llamada.

Insistir con las llamadas, puede no ser una buena idea, estás de acuerdo? Recordemos: tu cliente, apenas está retrasado en el pago. Irritarlo no es una buena opción.

Sabemos que tienes la posibilidad de cobrar por e-mail, pero lo que queremos con esta Guía es ofrecer un instrumento para que tú puedas hacer contacto con tu cliente que es moroso, de forma eficaz, sin tomar mucho de tu tiempo.

Un detalle importante: recomendamos que todo este proceso de recuperación no dure más de 15 días. Y al final, tú vas a entender la razón de eso.

Vamos a ver entonces?

MENSAJE 1

Olvido

Ocurrió algún imprevisto? No localizamos el pago de su mensualidad en el gimnasio. Accede al link y paga sin multa: bit.ly





Este es el primer contacto. Lo que recomendamos es que tú trates la morosidad como un "olvido". Y para que eso ocurra, el contacto debe ocurrir inmediatamente al día siguiente al vencimiento.

Entonces, si el cliente se olvidó, él va a efectuar el pago de inmediato.

Un consejo: en este primer contacto, en virtud del tono amistoso, ofrezca la chance de pagar sin multa, en caso de que tú cobres multa por atraso.

Este primer contacto, realizado inmediatamente luego del vencimiento, recupera principalmente aquellos que de hecho se olvidaron o tuvieron algún imprevisto.

Después de dos días...



MENSAJE 2

Girar la llave

Todavía puedes pagar tu mensualidad del gimnasio xxxx sen recargo. Clica en el link y realiza el pago: bit.ly
O entra en contacto con nosotros.





Mantenga todavía el tono amistoso. Él ya recibió el primer contacto y no se manifestó. Ahora, tú precisas avisar que la mensualidad venció y que él aún puede pagar sin multa.

Tú todavía estás ofreciendo algo en lugar de simplemente, cobrarle.

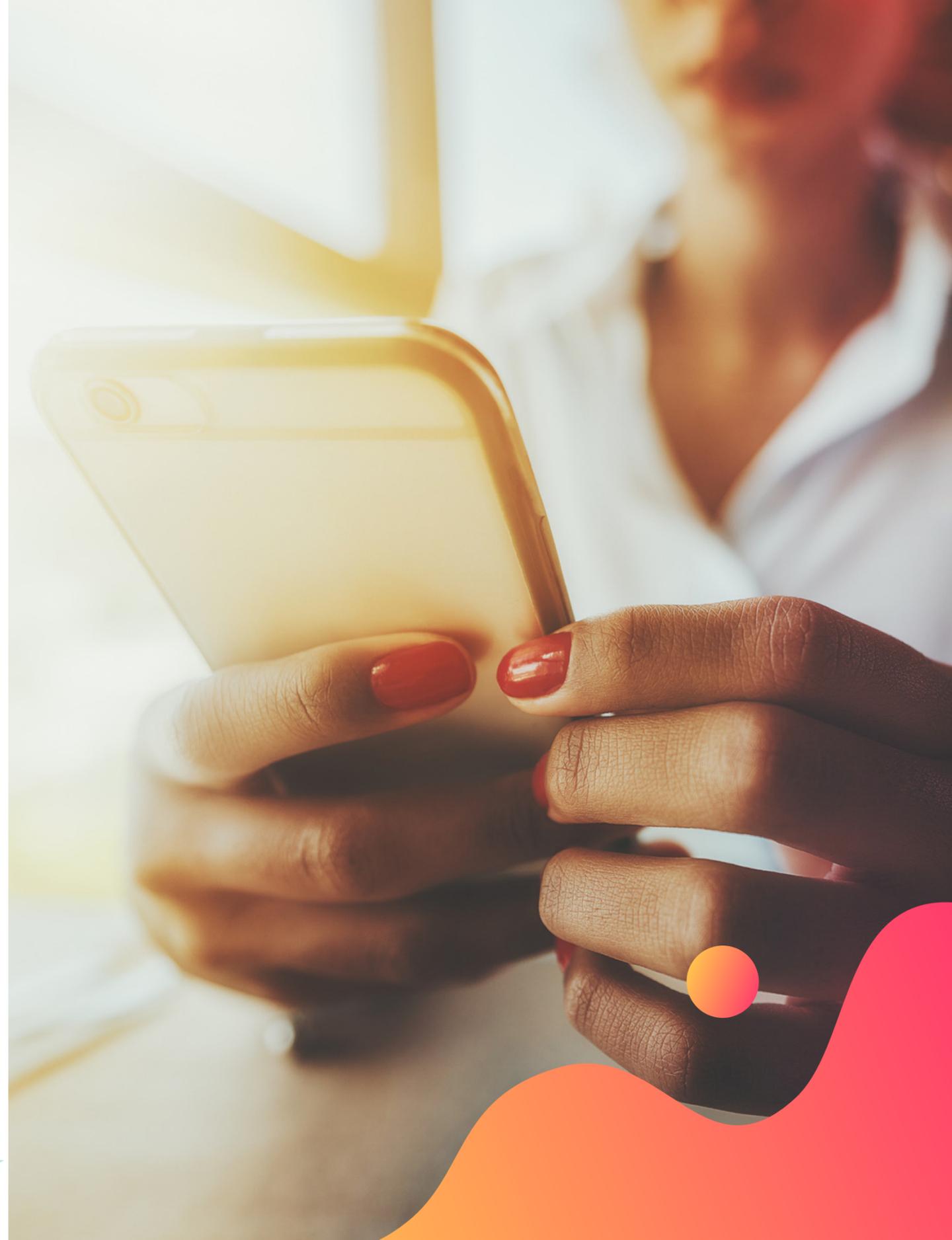
De aquí en adelante, es preciso "apretar el acelerador". Pero sin subir mucho el tono...

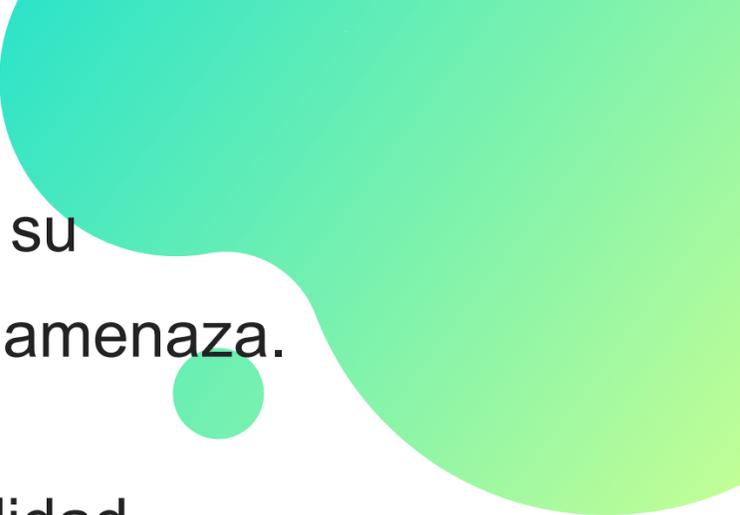


MENSAJE 3

Consecuencia

Evita que tu acceso sea bloqueado en el gimnasio xxx. Clica en el link a continuación y haz el pago de la mensualidad atrasada: bit.ly





Este mensaje, lamentablemente, ya precisa contener una consecuencia en su contenido. Pero, lo ideal es que tenga mucho más un tono de aviso que de amenaza.

Por ejemplo: el acceso al gimnasio será bloqueado si no pagara la mensualidad atrasada.

Pero debe ser expresado de una manera que no parezca que lo estás amenazando con dejarlo sin entrar al gimnasio si no paga.

Esta es nuestra sugerencia de mensaje a ser enviada 3 días después del segundo mensaje.

Tú no le dices que vas a bloquearlo, ni en cuánto tiempo va a suceder el bloqueo.

Porque eso lo dirás al día siguiente...

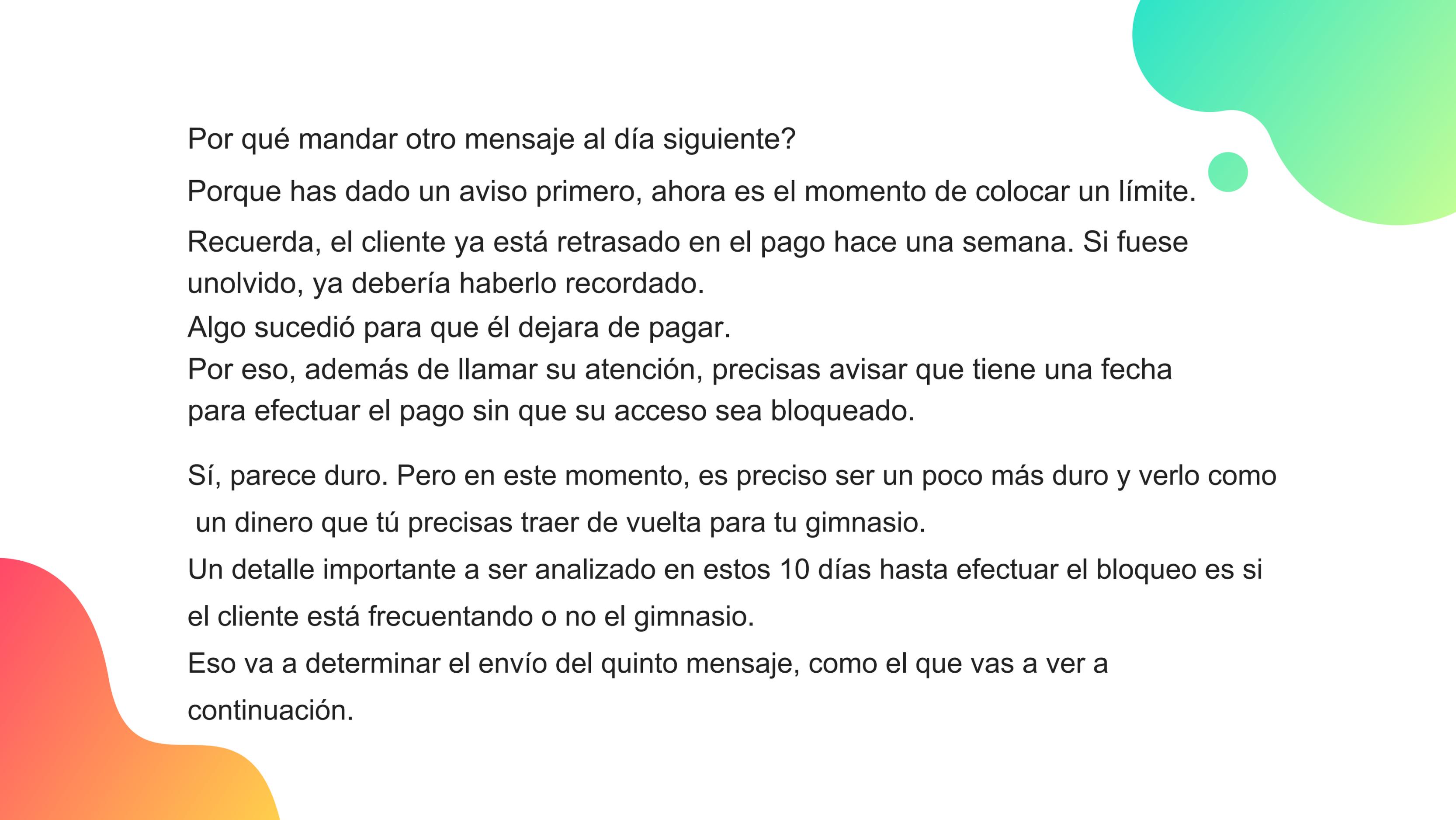


MENSAJE 4

Bloqueo

Lamentablemente, tu acceso al gimnasio xxx será bloqueado en 3 días, si tú no efectúas el pago de la mensualidad atrasada.





Por qué mandar otro mensaje al día siguiente?

Porque has dado un aviso primero, ahora es el momento de colocar un límite.

Recuerda, el cliente ya está retrasado en el pago hace una semana. Si fuese un olvido, ya debería haberlo recordado.

Algo sucedió para que él dejara de pagar.

Por eso, además de llamar su atención, precisas avisar que tiene una fecha para efectuar el pago sin que su acceso sea bloqueado.

Sí, parece duro. Pero en este momento, es preciso ser un poco más duro y verlo como un dinero que tú precisas traer de vuelta para tu gimnasio.

Un detalle importante a ser analizado en estos 10 días hasta efectuar el bloqueo es si el cliente está frecuentando o no el gimnasio.

Eso va a determinar el envío del quinto mensaje, como el que vas a ver a continuación.

MENSAJE 5

Rueferzo bloqueo

Conforme a lo que avisamos, tu acceso al gimnasio xxx fue bloqueado. Para desbloquear, entra en contacto o efectúa el pago por el link: bit.ly



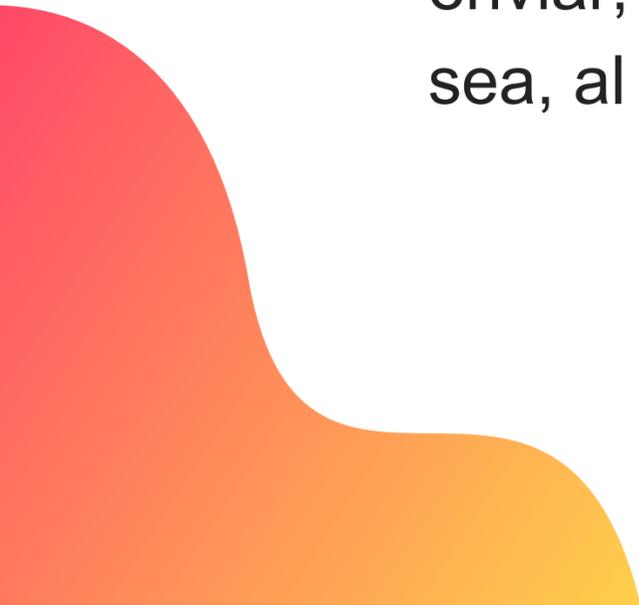


Aquí, es muy importante que tu veas, en el control de acceso en tu software de gestión, si estos alumnos morosos están frecuentando el gimnasio normalmente.

Para estos, lo ideal sería crear algún tipo de estrategia para intentar algún contacto con él en el gimnasio, en el horario en que acostumbra frecuentar. De preferencia el gerente, o algún consultor que lo conozca, abordándolo y mencionando el plan, de forma sutil.

Bueno, eso es apenas una sugerencia, pues sabemos cuán difícil es hacer una cobranza, incluso más personalmente.

Como el objetivo de Guía y facilitar tu vida, economizar tu tiempo y automatizar los procesos, vamos para el próximo mensaje que vas a enviar, respetando la fecha que se determinó en el mensaje anterior, o sea, al día siguiente a los 3 días que tú diste de plazo para que pagara.



Además de intentar cobrar siendo un poco más duro, la principal función de este mensaje es evitar que tu cliente alegue que fue bloqueado sin aviso previo.

No podemos garantizar que eso acabará con todo su enojo cuando eso suceda, pero si tú vas a mostrar que has avisado que sería bloqueado y que finalmente ha sido bloqueado, entonces puede ser que reconozca que el gimnasio no cometió un error.

De todas formas, evita tener esta conversa na frente de todo mundo. De preferencia, pídele que espere, llama al gerente o un consultor y tengan esta buena conversación con él.

Inclusive, tenemos una sugerencia de script para este momento:

"Hola, realmente te pido disculpas, porque es una situación incómoda. Pero intentamos entrar en contacto contigo... llamamos, mandamos e-mail, hasta SMS, no los has recibido? Bueno, de cualquier forma, como podemos resolver esta situación?"

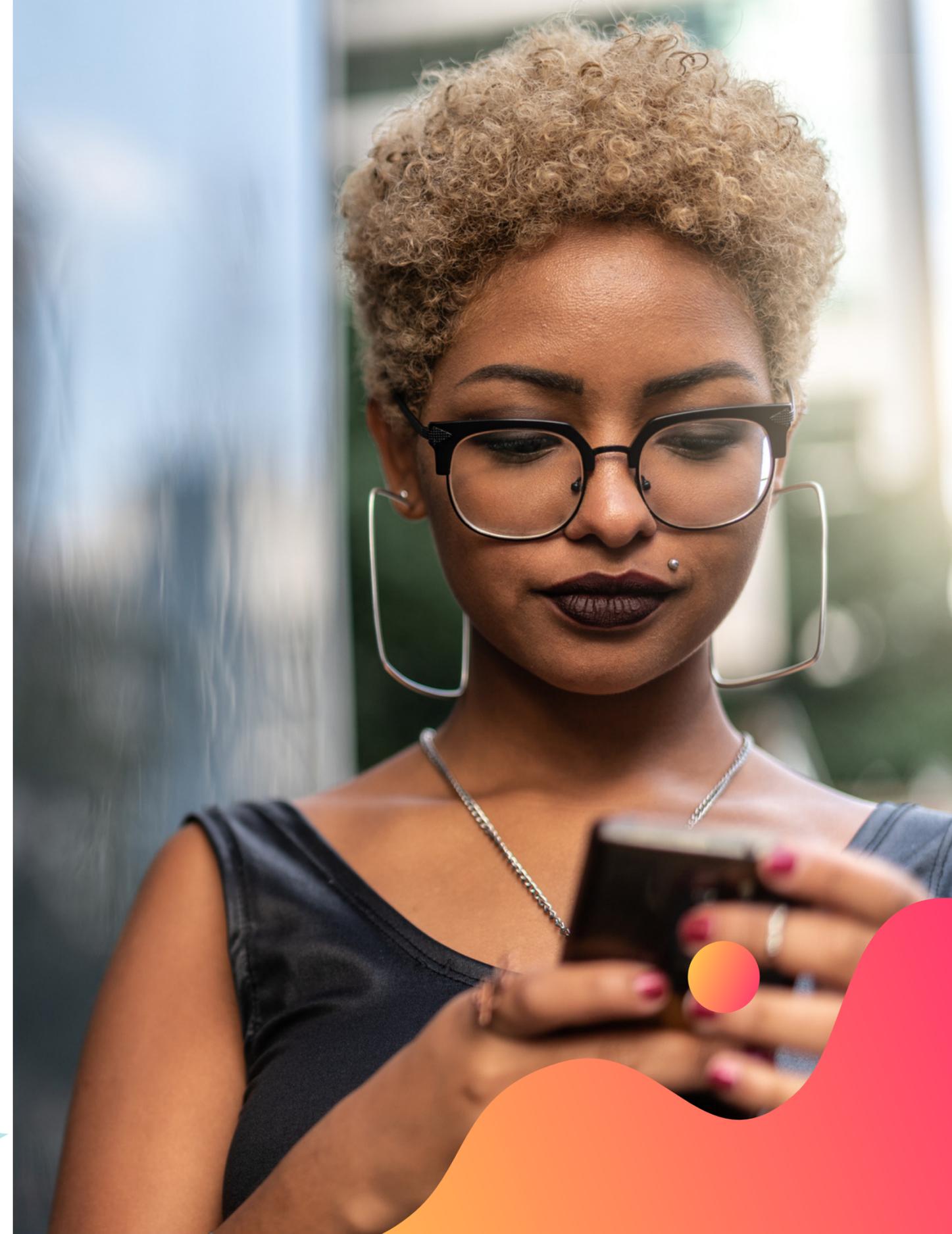
Hasta aquí, la posibilidad de resolverlo aún es grande.

Luego de esto, con el próximo mensaje, las cosas van a cambiar...

MENSAJE 6

Tu Nombre

Evita que tu nombre sea inscrito en los organismos de protección al crédito. Entra en contacto con el gimnasio xxx y regulariza el pago adeudado.





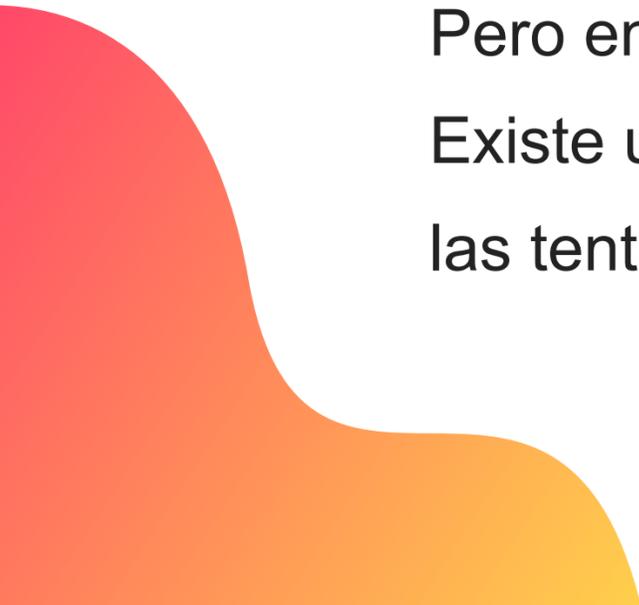
A pesar de ser bastante útil, el próximo mensaje también puede ser encarado como una "declaración de guerra". Tú estás diciendo que si él efectúa el pago de la mensualidad que se encuentra pendiente de pago, evita que "entre en la lista negra".

Tú no necesitas enviar su nombre a las empresas de restricción al crédito. Sólo este mensaje basta, para que él pague o se convierta en tu enemigo.

Porque existe una de esas "leyendas urbanas" donde las personas creen que sólo después de 30 días tú puedes "colocar el nombre de la persona en la lista".

Pero en la mayor parte de las regiones no existe un plazo.

Existe una coherencia entre el tiempo que la mensualidad está pendiente de pago y las tentativas de cobranza.





No es razonable que una empresa tome, como primera medida de cobranza, inmediatamente luego del vencimiento, enviar el nombre del deudor para organismos de protección al crédito.

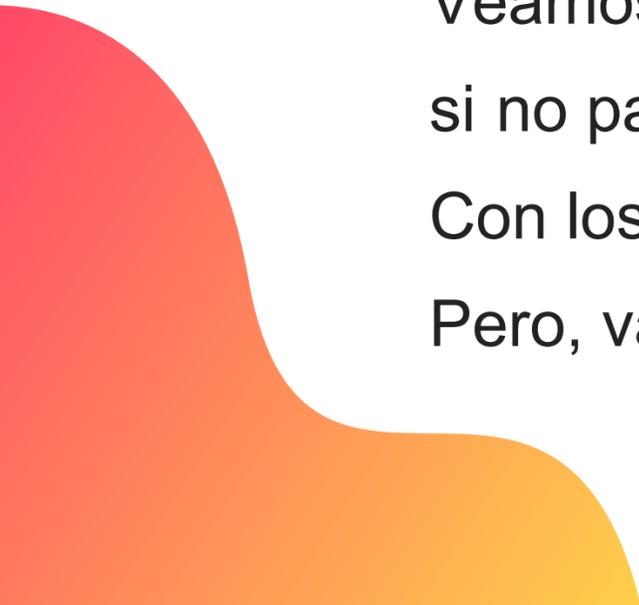
Tampoco parece coherente dejar que el valor quede pendiente, sin ninguna tentativa de cobranza, y 30 días después, enviar directo el nombre del deudor para esos organismos.

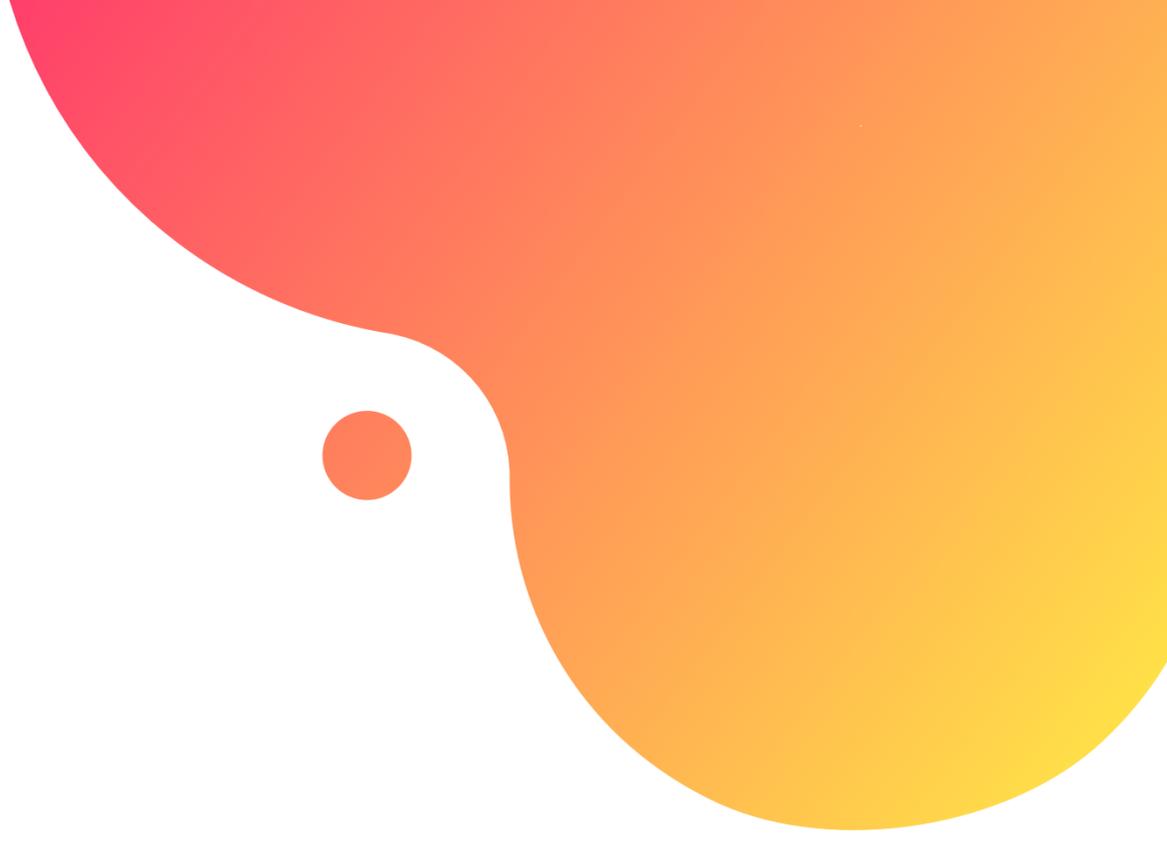
Por eso, siguiendo con nuestra rutina, estamos hace aproximadamente 15 días intentando cobrar, pues nuestra sugerencia de envío de este sexto mensaje es 5 días luego del envío del mensaje avisando del bloqueo.

Veamos bien, 15 días después del vencimiento, el cliente recibe un aviso de que, si no paga, corre el riesgo de ver su nombre "en la lista negra".

Con los próximos actos de cobranza, llegamos fácilmente a los 30 días.

Pero, vamos a parar aquí.

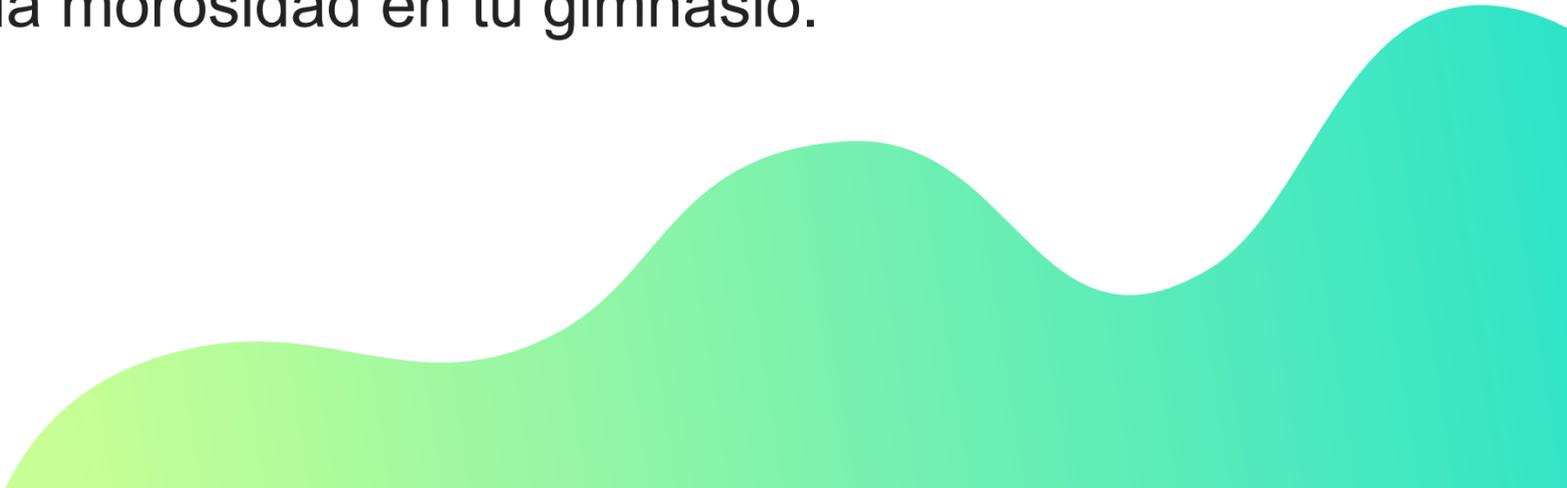




De aquí en adelante, recomendamos que tú seas aconsejado por un profesional. Una empresa de cobranza tercerizada, dependiendo de el volumen, o incluso un consultor con experiencia en el asunto.

Cada caso es un caso y las peculiaridades son muchas. Para interiorizarte más en el asunto, [clica aquí](#) para leer el artículo que está en nuestro blog, sobre los límites de buenas costumbres para realizar una cobranza.

Y aquí, en este artículo, tu puedes evaluar 5 puntos en tu gestión que pueden ser vulnerables y contribuyen para el aumento de la morosidad en tu gimnasio.



BONUS ESPECIAL

Conforme a lo prometido, en caso de que tu cliente no sea "del tipo que responde mensajes", preparamos templates de e-mails para que puedas utilizar también.

Siguiendo la misma lógica de las comunicaciones por mensajes, mira los e-mails que preparamos para que puedas enviar para tus clientes morosos.

CLICA AQUI PARA BAJAR





GRACIAS!

Espero que te haya gustado este material, tenemos mucha convicción de que será útil en tu estrategia de combate a la morosidad.

Si ya eres cliente EVO y precisas de ayuda para configurar los envíos automáticos o cómo puedes usar mejor la herramienta, entra en contacto con nosotros a través de nuestra Central de Ayuda en tu EVO, por e-mail o como prefieras.

Tendremos el mayor placer en ayudarte.

eVo

Si tú aún no eres cliente EVO y quieres conocer el software con la mejor performance en ventas y cobranzas, [clica aquí](#) y marca un horario para conversar con uno de nuestros especialistas.

Muchas Gracias por la lectura!