

CÓMO MANEJAR A UN DEUDOR ALTERADO

Por **Eduardo Buero**

En toda nuestra gestión de cobranzas, nos tocan superar situaciones conflictivas con clientes conocidos y no conocidos.

Y allí radica el primer concepto importante a tener en cuenta, son clientes y si les cobro, podría volver a venderle, o sea que tengo que estar atento y otorgarle importancia a cada contacto. Manejar un cliente alterado tiene que ver con cuestiones nuestras y con cuestiones del otro.

Básicamente tenemos que tener presente lo importante de escuchar la queja, el problema, la incertidumbre, sin interrumpir, propiciando que se descargue sin frenarlo ni decirle que se calme o que baje la voz.

Nunca discutir. El elevar la voz a un tono superior al cliente para que me escuche genera una bola de nieve en donde ambos van a tratar de superar y se eleva demasiado el tono de la conversación. Además, ninguno se escucha, ambos hablan al mismo tiempo, es totalmente inútil para todos: para el deudor, para el cobrador y para la empresa que represento.

Tampoco responder con ironías mediante bocaditos de nafta hacia el fuego como "eso es problema suyo" o "el Banco no le va a conseguir trabajo" o "no me grite que no soy su empleada". Cuidado, muérdase la lengua, cuente hasta diez y escuche atentamente para detectar el momento propicio para retomar la negociación.

Resulta importante hacer comentarios demostrando estar escuchando con atención como por ejemplo ..Ajamm...entiendo... También comentarios de profundización del problema, a fin de mostrarme interesado en lo que me esta relatando y así decirle ...por qué razón le parece que paso eso?.....que obra social tiene?...y como esta la situación actual?.....que es lo que esperaba y no se cumplió?.....que espera como solución que le podamos dar?.....voy a averiguarlo inmediatamente...

Por supuesto que si la causa del no cobro es por problemas de mi empresa le explicare que son dos temas distintos, hay servicio técnico, hay posibilidad de reclamarlo en tiempo y forma, etc. pero también tomo el reclamo y es imprescindible que exista un circuito de resolución del problema interno y debería alguien ser responsable de hacerle seguimiento del tramite a efectos de que yo mismo sea quien tenga al tanto al cliente de la evolución y finalmente la respuesta favorable o no a lo solicitado.

Es importante ser yo el nexo porque si se realiza desde otros sectores es muy posible que se comunique fríamente tanto la buena como la mala noticia y el caso, por el reclamo inicial, merece una explicación personalizada en ambas respuestas. Muchas veces el cliente no espera lograr lo que pide pero si necesita y espera una respuesta. Quizás sólo una disculpa. Algunas empresas, revierten su problema interno con una atención, pero la factura se debe.

Además, debo tener especialmente en cuenta escuchar lo que dice a fin de analizar el caso y hacer preguntas y repreguntas, como por ejemplo ¿por qué me dice eso?, así justifica sus dichos y puedo detectar mentiras o exageraciones. Nunca nos cuentan el problema en forma objetiva. La única forma de descubrirlo es repreguntando.

Nunca debo estar pensando que responder cuando me están hablando y tampoco debo pensar en otra cosa porque repetidamente escucho lo mismo porque se nota. En nuestra expresión de los ojos y movimientos faciales se nota y eso enoja mas al cliente.

Otra circunstancia vital que debo prestarle atención es tratar de detectar que tipo de personalidad tiene el otro. Muchas veces la persona que agrade verbalmente, que habla gritando, que parece llevarse el mundo por delante, en realidad esconde una personalidad insegura detrás de esa "pantalla sobresegura".

En este caso debo tratar que se sienta bien y una forma es elogiarlo, demostrarle que es muy importante lo que esta diciendo y que nos va a servir de mucho para poder mejorar el servicio de todos los clientes, que ha sido muy hábil en percibir el inconveniente y será muy útil la observación, que le agradecemos el reclamo porque si no tuviera él la actitud segura de presentar la queja no nos hubiéramos enterado y no habríamos tenido la oportunidad de solucionarlo, etc. En otros casos, elogiarle la historia de cliente, la trayectoria, la importancia de su empresa en el mercado, la calidad de servicio que tiene, en fin, logros que hagan sentirlo seguro y que no tenga que desplegar su ataque con nosotros.

Hay que pensar muchas veces que el hombre está frustrado porque no logra despegar a su empresa de la crisis y además lo estamos llamando para cobrarle, entonces descarga su frustración con el cobrador cuando el problema es otro.

Además, jamás es un tema personal y no debo tomarlo como tal. Yo tengo que tener un termostato para no subir más presión que la normal y tampoco estar frío y desatento.

Por ultimo, a veces nos ayuda el silencio cuando nos están gritando. Solo unos segundos de espera para responder luego de haber finalizado el reclamo genera sorpresa en el cliente porque no se espera falta de reacción. Lo que espera precisamente es molestarnos y si nosotros no solamente no discutimos sino que nos quedamos pensando, produce inquietud en el otro y lo hace pensar si fue claro, si no fue demasiado agresivo, o lo que sea pero nunca lo esperaba y por lo tanto comenzamos a dominar la escena.

Allí, le hacemos una pregunta con tono de voz normal y tranquila y seguimos adelante. Esta técnica del silencio así como la indiferencia ante las barbaridades que dijo resulta muy adecuada para atender los gritos telefónicos en donde hay mayor despliegue en la agresión porque al no tenernos enfrente es como que los decibeles aumentan libremente a niveles que si estuviera en persona quizás no se registrarían. Debemos tomar conciencia que nosotros no podemos cambiar la personalidad del otro, pero si podemos manejarla.

Para eso debemos conocer bien nuestro producto o servicio, el detalle de la deuda, la historia del deudor y las posibles objeciones o problemas y como responderlas para poder enfrentar las situaciones habituales con seguridad y alertas para no entrar en el juego del deudor.

Así entonces, no vamos a sentirnos amilanados o disminuidos sino seguros que tenemos una respuesta precisa, directa para todo.

En fin, todo lo necesario para cobrar más y mejor, para atender a nuestro cliente y así lograr manejar la "crisis" y dirigir la conversación hacia el arreglo del pago.

Todo para cobrar, pero también para volver a venderle nuestro producto.

Hasta la próxima.

Si desea información de todos nuestros cursos abiertos o directamente en su empresa (In Company) solicítelo a **elebecap@fullzero.com.ar** y si desea recibir nuestras novedades también pídalo a esa dirección.