



IL RECUPERO CREDITI OGGI: nuove modalità di gestione efficace.

Aziende di diversi settori si trovano ad affrontare un insolito e complesso ambiente finanziario, oggi anche caratterizzato in alcuni mercati da cenni di ripresa non accompagnati da un'adeguata liquidità.

In questo contesto **la funzione di recupero crediti si trova in una posizione rilevante** e deve condurre le operazioni di raccolta in modo ancora più attento ed efficace per perseguire l'equilibrio finanziario dell'azienda.

In quest'ottica i vecchi modelli di raccolta, efficaci in momenti di maggiore liquidità, potrebbero non essere i più adatti nella situazione odierna.

Diversi sono i fattori che stanno cambiando il contesto del recupero crediti, per esempio il credito al consumo in cui le attività di recupero devono quindi essere portate avanti con più attenzione e riflessione sia da parte dell'addetto sia del debitore. Un numero sempre più elevato di clienti fa fatica a pagare i propri debiti. **Rinegoziare o ristrutturare questi debiti è un processo complesso, che richiede risorse competenti e allineate oltre l'integrazione con i processi di back office.**

Le tecniche di recupero 'aggressive' che per anni hanno portato i risultati non rappresentano, in questa fase, una valida strategia. Un approccio di gestione del credito che si basi sulla capacità di mettersi nei panni del cliente negoziando con assertività ci dà maggiori garanzie, a parità di condizioni, di un rientro puntuale rispetto a modalità aggressive. Inoltre la capacità di gestire la relazione in modo efficace in un momento così critico non solo permette di mantenere il cliente, ma contribuisce al consolidamento e all'aumento dell'immagine aziendale.

Quindi, come comportarsi?

- Essere creativi nel processo di recupero per identificare e contattare i clienti giusti al momento giusto.
- Mantenere una relazione costruttiva con il cliente.
- Supportare le risorse dedicate al recupero crediti per permettere loro di lavorare in modo efficace ed efficiente per ottimizzare i risultati di business.

Suggerimenti

- Il primo passo è quello di strutturare campagne outbound per contattare i clienti.
- Strategie innovative possono ottimizzare i risultati di recupero crediti e/o migliorare le relazioni con il cliente.



- Sollecitare i clienti appena iniziano a verificarsi irregolarità nei pagamenti, così da poter aver un'ampia gamma di opzioni per gestire il problema con tempestività.
- Le campagne dovrebbero essere sempre basate sui dati cliente più recenti, da qui l'esigenza di avere uno "storico" del cliente costantemente aggiornato.
- Comportamenti allineati e condivisi tra le risorse coinvolte.
- Utilizzare un approccio più personale e consulenziale affidando il cliente ad una sola persona di riferimento.

In questi ultimi anni abbiamo lavorato con aziende che presentavano criticità differenti sul fronte dei recuperi crediti: dall'organizzazione non ottimale a problematiche relazionali all'interno dell'ufficio preposto ai recuperi.

L'esperienza ci ha portato a delle considerazioni, alcune già esposte sopra, altre relative al supporto delle risorse.

Uno degli aspetti più critici che abbiamo riscontrato è quello dell'allineamento di comportamenti da parte degli operatori, (si sa le persone sono differenti, così come sono differenti le loro convinzioni).

Fondamentale in questo momento così complesso è il ruolo del responsabile del recupero crediti. Il presidio del "territorio", la delega consapevole e il continuo supporto motivazionale alle risorse è garanzia di successo.

Le aziende con cui abbiamo collaborato hanno condiviso l'importanza della responsabilizzazione (coinvolgimento) del personale preposto al RC, e si sono ottenuti risultati notevoli, in alcuni casi d'eccellenza, tramite coaching di team e individuali, affiancati ovviamente da una formazione organizzativa e comportamentale.

Dopo un intervento d'aula che mira ad aumentare la consapevolezza del proprio ruolo e ad allineare i comportamenti del team di lavoro, il coaching permette di "lavorare" su obiettivi specifici delle persone, tenendo conto della visione complessiva della gestione del RC, obiettivi che possono essere differenti a seconda delle realtà, delle persone, della strategia aziendale.

Questo tipo di percorso ha permesso di creare sinergia tra singoli, team e responsabili del settore che ha favorito un coinvolgimento e un confronto continuo tra le persone coinvolte ... e i risultati sono visibili

Giovanna Mariani
Consulente Formatrice e Coach