

11 MANEIRAS DE FAZER COM QUE SEU CLIENTE PAGUE

11 maneiras de fazer com que seu cliente pague - e rápido. VENDA MAIS. Agosto1999.

RESUMO: Um dos maiores problemas que hoje enfrentamos ao concedermos crédito é a dúvida que permanece junto a nós: vai haver retorno, vai pagar? Somos conhecedores de que ao concedermos o crédito devemos estar ciente de todas as normas que rege a venda/concessão, mas independente disso, temos que estar mais ciente ainda da nossa capacidade de fazer o cliente pagar - sem criarmos conflitos. Para isso há uma necessidade de sermos verdadeiros e leais aos nossos clientes, na hora da venda/concessão.

PALAVRAS-CHAVE: Venda - Pagamento – Operação de Empréstimo – Empréstimo – Concessão de Empréstimo.

11 maneiras de fazer com que seu cliente pague - e rápido

1. Seja simpático: Pesquisas da American Collectors Association mostram que o estilo do cobrador tem um imenso impacto nas taxas de pagamento. Os melhores são aqueles que sabem se comunicar bem, como trabalhar com pessoas e descobrir os motivos e razões que fazem com que uma pessoa deixe de pagar suas contas. Seja amigável com seu cliente, faça com que ele entenda que você está tentando livrá-lo de um problema, e ele vai querer pagar você

2. Organize-se: Algumas vezes, tudo o que você tem que fazer para receber um pagamento é pedir. Mas você só pode pedir se você achar a conta da pessoa. Se a sua mesa vive entulhada de papéis, ou pior, se você tem uma vaga lembrança de que existe uma mesa embaixo de toda aquela papelada, procure um software que o ajude a organizar seu dia-a-dia. Uma agenda também ajuda.

3. Ligue: Telefone para seus clientes antes da conta vencer. Pergunte o que a pessoa está achando de seu produto ou serviço. Atenda-o prontamente em qualquer reclamação. Assim, você pode lembrá-lo amigavelmente de que ele precisa pagar a conta.

4. Repense sua política de crédito: Você precisa conceder crédito a todos seus clientes para se manter competitivo? Se você tem uma pequena empresa, qualquer atraso faz uma diferença enorme. Da mesma forma, dar à pessoa mais uma semana para pagar, acaba acontecendo o que ocorre com a declaração de imposto de renda. Todo mundo sabe que o prazo vai ser prorrogado mesmo, e não se preocupa em entregar antes. Vá restringindo sua política de crédito aos poucos. Você pode criar uma linha de crédito para clientes especiais. Além de justificar a retirada de certos procedimentos da maioria de seus clientes, cria neles um desejo de fazer mais negócios com você, para passar a ter aqueles benefícios.

5. Pegue os dados: É o mínimo que se espera ao oferecer crédito para uma pessoa. Você tem dois benefícios extras ao fazer o cadastro completo de uma pessoa: você sabe os gostos dela e como encontrá-la para fazer futuras vendas e contatos e você consegue o nome do banco do seu cliente de uma maneira discreta. Na eventualidade de uma ação judicial, isso lhe vai ser útil.

6. Capriche nas cartas de cobrança: Elas fazem parte da comunicação da sua empresa, tanto quanto seu cartão de visitas e papel de presente. Muitas empresas apenas imprimem (ou pior, fotocopiam) suas cartas. Procure passar uma imagem profissional.

7. Dê incentivos: Faça com que seus clientes se acostumem a pagá-lo mais cedo, oferecendo a eles um pequeno desconto para o pagamento antes da data do vencimento. Ou, ao contrário, deixe claro como os juros vão deixar a conta pesada se ele atrasar.

8. Simplifique: É comum você ficar horas no telefone com um cliente, reclamando de determinado item na sua conta, que não poderia ter subido tanto, "De onde veio isso?". É como nos extratos de bancos. De repente, você se depara com uma sigla esquisita e três reais a menos na conta. E vai lá reclamar. Agora, se estivesse escrito algo como "taxas administrativas", você provavelmente deixaria para lá. Faça o mesmo nas contas que você enviar. Seja simples e genérico.

9. Não delegue: Puxa, eu vou ter que telefonar para aquele cara e cobrar a conta... situação complicada. Já sei, vou mandar o seu Almeida fazer isso. E o seu Almeida passa o pepino para a dona Regina, que passa para o Ferreirinha, e no fim do dia o cliente recebe um telefonema de um office-boy: "Olha, parece que tem um, tipo assim, negócio para você pagar". Resista. Quanto mais alto for o nível da pessoa que telefonar, maiores as chances de você receber seu dinheiro. O cliente se sente importante ao receber uma ligação do gerente ou do diretor da empresa.

10. Mas, se você tiver que delegar, recompense: Ofereça incentivos para o pessoal que fizer a cobrança: uma porcentagem sobre cada conta recuperada, ou um prêmio a cada 100 contas pagas, por exemplo.

11. Use psicologia: Diga a seus clientes por que você precisa do dinheiro deles. Por exemplo, a proprietária da Mail In Motion, uma empresa de mailing norte-americana, telefonou certa vez para um cliente e explicou que, devido ao pedido dele ter sido muito grande, a falta do pagamento não permitia que o contador fechasse o balanço da empresa. O cheque chegou no dia seguinte.