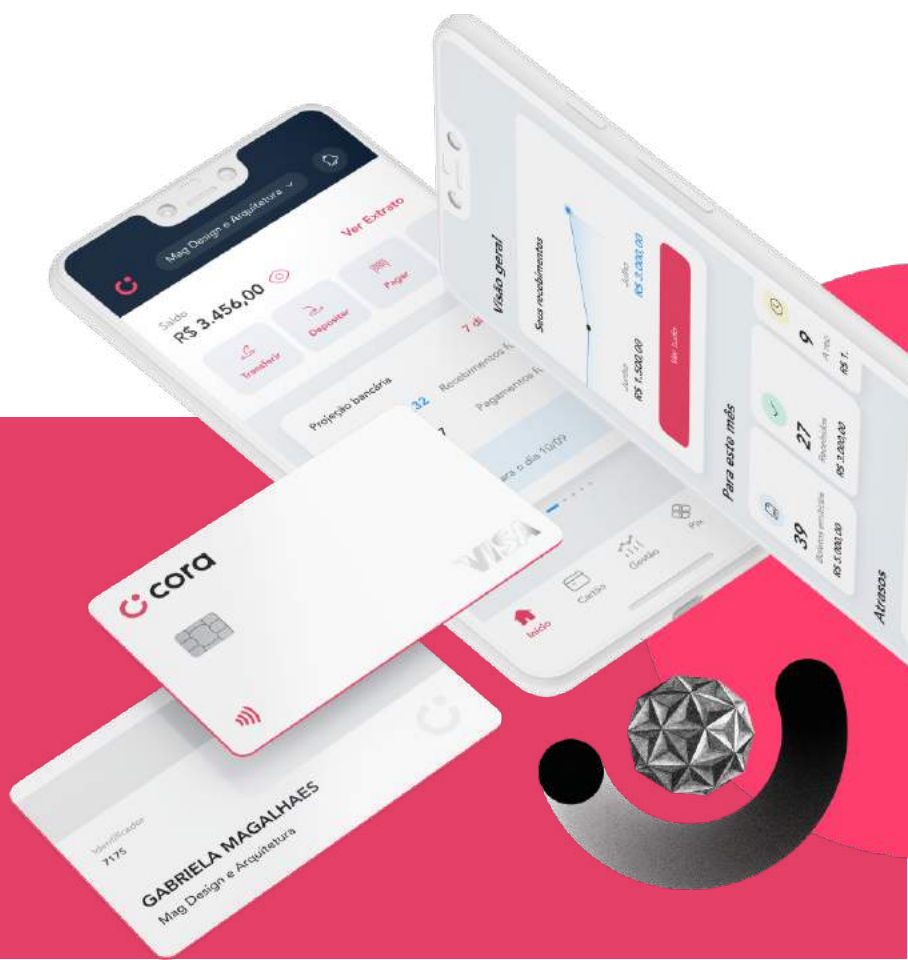




**Gestão de cobranças na
prática: o guia para reduzir a
inadimplência no seu negócio**

Sumário

O que é e como funciona a gestão de cobranças.	03
Etapas da gestão de cobranças.	05
Tipos de cobranças	05
4 motivos para começar a gerenciar as cobranças do seu negócio . . .	07
Como estruturar uma gestão de cobranças eficiente?	10
Régua de cobrança	15
Modelo de régua de cobrança para inspirar.	17
Sobre a Cora.	22



Introdução

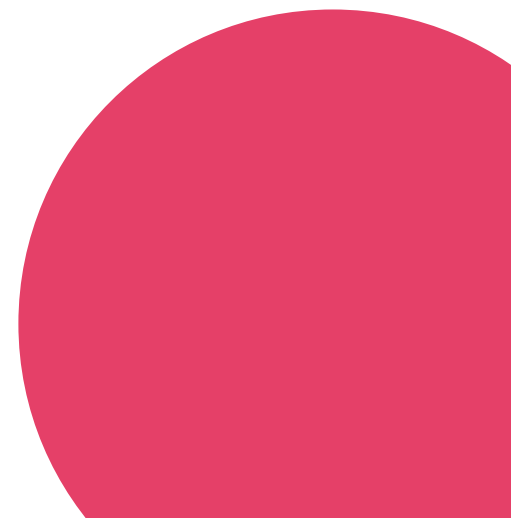
A gestão de cobranças é uma tarefa delicada para qualquer negócio, independente de seu tamanho. Isso porque ela exige uma série de métodos e técnicas para garantir a redução de inadimplência sem impactar o bom relacionamento com o cliente. Afinal, cobrar nem sempre é uma tarefa fácil.

No entanto, considerando que a inadimplência atinge boa parte da população brasileira, mais de 67% milhões de consumidores de acordo com o último levantamento da Serasa Experian, pensar em alternativas para o setor de cobranças deve ser uma prioridade do empreendedor brasileiro.

A alta da inadimplência compromete o [fluxo de caixa](#), prejudicando tanto a projeção de receitas como o controle das contas a pagar. E, no final, a conta não fecha. Tudo isso se reverte em aumento dos custos e redução dos ganhos.

Neste material, você vai entender como funciona o processo de cobrança e como colocar em prática uma gestão de cobranças eficiente. Além disso, você terá acesso a um modelo de régua de cobrança que pode ser adaptada a qualquer modelo de negócio. Aproveite a leitura!

Equipe Cora





O que é e como funciona a gestão de cobranças

Cobrança é um processo que abrange desde o momento em que o cliente compra um produto ou serviço até o pagamento da dívida, dentro ou fora do vencimento. Portanto, a gestão de cobranças deve iniciar antes mesmo do cliente se tornar inadimplente.

O setor de cobranças da sua empresa deve estar atento desde as formas de pagamento a serem oferecidas, passando pela cobrança preventiva (que vamos detalhar a seguir) até chegar, caso seja necessário, à cobrança focada na recuperação do valor.

Tipos de Cobrança

Como dissemos anteriormente, o processo de cobrança começa após o fechamento da venda, quando o cliente escolhe a forma de pagamento e compra um produto ou serviço.

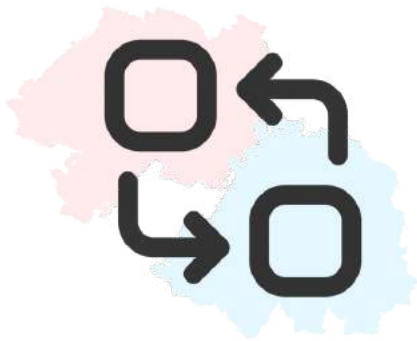
As cobranças podem se dividir em três tipos: avulsa, parcelada ou recorrente.

Entenda cada uma delas:



Cobrança avulsa

Uma cobrança avulsa, como o próprio nome sugere, é aquela em que o cliente só precisa realizar o pagamento uma única vez. Ou seja, é uma cobrança sem recorrência ou parcelamento pendente. Então, vamos supor que você tenha uma loja de calçados. Quando o cliente adquire um tênis e paga ele à vista ou em uma única vez no crédito, por exemplo, dizemos que ocorreu uma cobrança avulsa.



Cobrança parcelada

O nome fala por si só: uma cobrança parcelada é aquela em que o valor total da compra é dividido em várias vezes, portanto, se trata de uma cobrança com mais de uma parcela (chamado popularmente de “carnê”). Então, se você tem um salão de beleza, por exemplo, e uma de suas clientes contratou um serviço e parcelou em 3 vezes mensais, isso significa que você vai demorar 3 meses para receber tudo o que foi cobrado.



Cobrança recorrente

A cobrança recorrente, também chamada de assinatura, ocorre quando uma cobrança possui o mesmo valor e a mesma data de vencimento durante um período (semanal, quinzenal, mensal, bimestral, trimestral, semestral ou anual). Então, se o seu negócio oferece um serviço de streaming, por exemplo, provavelmente utiliza esse tipo de cobrança para receber dos clientes.



Etapas da gestão de cobranças

Para exemplificar, separamos algumas etapas que devem fazer parte do seu planejamento de gestão de cobrança:

Etapa 1: Prevenção

Essa é uma etapa de prevenção de inadimplência. Afinal, não é preciso aguardar o vencimento da fatura para lembrar o cliente do pagamento. É possível prevenir os prejuízos por meio de lembretes de pagamento.

Por exemplo, você pode enviar um e-mail ao cliente agradecendo pela compra e anexar o boleto para pagamento. Alguns dias antes do vencimento, você pode enviar um novo e-mail lembrando o cliente sobre o débito pendente.

Muitas vezes, a inadimplência ocorre devido a um simples esquecimento ou falta de organização, que poderia ser evitado com esse tipo de lembrete.

A cobrança começa antes mesmo do vencimento do pagamento. É neste momento que você irá administrar os recebimentos para que o cliente não chegue na inadimplência.

Antes do vencimento da fatura é possível realizar uma espécie de cobrança preventiva, ou seja: entrar em contato com o cliente e informar, de maneira clara e educada, que a fatura está perto do vencimento.

Com essa estratégia, o responsável pela cobrança ao cliente pode perguntar ao consumidor se existe algum problema com a fatura, com o recebimento do boleto de cobrança ou sobre a existência de algum erro de digitação referente à data de vencimento acordada.

Com uma breve conversa, é possível colher informações sobre as intenções do cliente referente ao pagamento.

Quando o número de clientes é alto, uma ligação mais íntima pode se tornar difícil e, sendo assim, é preciso fazer uma “peneira” com os clientes, dando preferência àqueles que possuem faturas altas ou históricos de atraso no pagamento.

Etapa 2: Lembrança

No dia do vencimento e um dia após a data do pagamento, é interessante enviar mensagens automáticas que funcionem como um lembrete ao cliente, já que na correria do dia a dia é comum os consumidores esquecerem de efetuar o pagamento da fatura.

Desta forma, uma mensagem que tenha como intuito lembrar o cliente do seu compromisso pode ser uma boa jogada contra os pagamentos atrasados.

Nesta etapa, o financeiro pode separar os clientes em duas listas:

- Aqueles que efetuam o pagamento no dia; e
- Aqueles que costumam atrasar com o prazo.

Esta classificação auxiliará os responsáveis pela gestão de vendas e cobrança, uma vez que, quando o mesmo cliente inadimplente decide efetuar outra compra, uma equipe poderá alertar a outra, para que o cliente seja lembrado das datas com mais frequência e tenha prioridade no cuidado com as suas mensalidades ou parcelas.

Aliás, os sistemas de cobrança mais modernos do mercado possuem a opção de enviar as cobranças automatizadas, de modo que dá para agilizar todo esse trabalho.

Etapa 3: após a data de vencimento

Essa etapa deve ser iniciada quando o prazo de vencimento acordado já expirou. Mas, lembre-se: antes de enviar a cobrança, certifique-se de que realmente não recebeu o valor devido.

Aqui é importante ser sensível e manter o bom senso, efetuando cobranças regulares e efetivas, sem irritar ou ofender seu cliente. Nessa etapa é importante informar sobre possível encargos (juros e multas) pelo atraso e oferecer alternativas para quitar o débito, além de se mostrar disponível para esclarecimentos e negociações.

O responsável por essa tarefa na sua empresa pode decidir enviar, primeiramente, algumas mensagens de negociação até 15 dias depois da data de atraso.

Outra opção é esperar esses 15 primeiros dias após o vencimento para, então, enviar uma mensagem explicando sobre a forma de pagamento, os juros e as multas existentes.

Lembre-se de sempre prezar pela clareza e educação em cada mensagem de cobrança, porém, a partir de 15 dias de atraso, você já deve deixar claro ao seu cliente as providências que poderão ser tomadas nos próximos dias.

Uma dica para evitar que isso aconteça, é quanto à gestão de crédito, ou seja, quando a empresa avalia o consumidor antes de oferecer opções de pagamentos a prazo, com o intuito de diminuir o risco de inadimplência, já que você não é obrigado a parcelar para ninguém.



Motivos para investir na gestão de cobranças

Uma gestão de cobranças ineficiente pode comprometer o fluxo de caixa, enviesar a projeção de faturamento, dificultar a aprovação de crédito para o seu negócio e até prejudicar o relacionamento com seus clientes, entre outros fatores. Vamos entender melhor cada um desses pontos?

Proteção do fluxo de caixa

O fluxo de caixa é o coração da sua empresa. Se ele não receber os nutrientes certos (dinheiro e recursos financeiros), seu funcionamento ficará comprometido, impactando na execução das atividades e no crescimento do negócio. Afinal, a inadimplência de clientes atinge diretamente a liquidez do caixa, isto é, a capacidade de um ativo se transformar em dinheiro.

A falta de gestão de cobrança pode ser um problema ainda maior em negócios que atuam com prestação de serviços, pois, normalmente, os prazos acordados para recebimento são mais demorados. Agora, imagine uma empresa com um cenário de alta inadimplência: como o empreendedor vai tirar recursos para custear as despesas do negócio?

Mesmo que você tenha um bom capital de giro, um alto índice de clientes devedores pode comprometer até mesmo suas reservas financeiras, criando uma bola de neve, em que o próximo inadimplente no mercado pode ser você.

Evitar enviesar a projeção de faturamento

A projeção de faturamento é uma média feita na tentativa de prever os resultados dos próximos períodos. Em outras palavras, é uma tentativa de “adivinhar” o futuro, auxiliando no planejamento financeiro e nas próximas ações da empresa. Dessa forma, é possível evitar surpresas no fim do mês, lidar melhor com cenários negativos e traçar metas estratégicas para aproveitar os momentos mais favoráveis.

No entanto, como essas previsões dependem do dinheiro que está no caixa, a inadimplência pode acabar comprometendo toda a sua análise. Afinal, se não é possível confirmar que todos os clientes vão quitar suas parcelas, isso pode acabar enviesando e até superestimando a projeção de faturamento.

Outro fator ligado à saúde financeira do negócio é o comprometimento do lucro. Um negócio não consegue sobreviver apenas dos valores de dívidas, já que é preciso capital para apostar no desenvolvimento e crescimento. Uma empresa que tem níveis alarmantes de inadimplentes perde, consideravelmente, a capacidade de obter lucro.

Leia também

[Como usar a projeção bancária de forma estratégica na gestão do seu negócio](#)



Melhorar o perfil de crédito do seu negócio

Ter muitos clientes devedores compromete a sua imagem perante as instituições financeiras, pois passa a mensagem de que você não sabe gerenciar o seu negócio adequadamente. Isso pode dificultar o acesso a crédito e empréstimos, que muitas vezes são necessários para realizar investimentos e compras de alto valor.

Quando o cliente não paga pelo que comprou ou pelo acordo fechado, começa todo um ciclo de desorganização que afeta todos os processos do seu negócio. Isso pode aumentar as chances de você mesmo se endividar, além de comprometer a competitividade do seu negócio no mercado.

Em razão disso, é possível que você sinta sua empresa estagnar no mercado, pois você não terá recursos suficientes para alavancar o negócio e investir em soluções inovadoras. Dessa forma, seus concorrentes podem acabar ultrapassando você.

Melhorar o relacionamento com seus clientes

A falta de pagamentos pode afetar muito o relacionamento com seus clientes, pelo menos em um primeiro momento, em que você ainda não sabe se o atraso é por um motivo grave e plausível, um descuido ou apenas má-fé.

A relação com o consumidor também é prejudicada se você não aplica boas práticas de cobrança, pois isso gera nervosismo, brigas, insultos e até mesmo processos judiciais. O resultado: você perde o dinheiro e o comprador.

A cobrança pode ser, muitas vezes, uma ação muito constrangedora. Se não for feita adequadamente e conforme o Código de Defesa do Consumidor, as consequências serão graves, como redução da taxa de clientes e baixo desempenho do processo de vendas, prejudicando os principais indicadores comerciais.

Como vimos, cobrar clientes não é um trabalho fácil. Por isso, apostar na elaboração de uma régua de cobrança pode fazer toda a diferença na hora de profissionalizar seu processo de gestão de cobranças.



Como estruturar uma gestão de cobranças eficiente?

Antes de mais nada é preciso considerar o setor de cobranças da sua empresa tão estratégico como o de vendas. É por ele que você irá proteger o fluxo de caixa do seu negócio e ainda garantir eficiência na recuperação de créditos de inadimplentes, reduzindo, assim, os prejuízos na empresa.

Agora que você já sabe a importância de manter uma boa gestão de cobranças, veja como implementar essa dinâmica em sua empresa:

1 – Organize sua área financeira

Ao estruturar qualquer novo processo é importante começar com um bom planejamento e organização e não é diferente com a gestão de cobranças.

É preciso fazer uma análise geral de como está o setor financeiro do seu negócio e, em seguida, pensar em opções para otimizá-lo. Você já realiza alguma ação para a cobrança de seus clientes? Quais canais utiliza? E-mail, SMS, WhatsApp? Quais resultados têm obtido?

Isso também vale para quem ainda não tem um setor de cobranças estruturado. Nesse caso, vale criar um plano de ação com atividades que veremos a seguir.

2 – Crie um histórico do cliente

Manter um histórico de todos os seus clientes é muito importante para construir um relacionamento próximo e garantir um atendimento mais personalizado. E isso é ainda mais importante no momento de realizar cobranças.

Esse controle pode ser feito com a ajuda de uma plataforma de cobrança específica ou até mesmo em uma planilha do excel. Comece com os dados pessoais do seu cliente, incluindo endereço e canais de contato (telefone e e-mail). E mantenha esse controle atualizado a cada contato com o cliente.

Também é muito válido investir em uma [cobrança centralizada](#), ou seja, reunir as informações relativas à inadimplência em um só lugar, o que torna as atividades do setor mais dinâmicas e funcionais.

3 – Ofereça uma comunicação clara e empática

Agora chegou o momento de iniciar a comunicação com o cliente. Essa etapa é bastante delicada e exige ainda mais cuidado.

O primeiro contato deve soar como um lembrete, com o objetivo de informar sobre a falta de pagamento em um tom

leve e amigável. É preciso entender que a falta de pagamento pode ser resultado de um simples esquecimento.

Caso você não receba o retorno desejado, vale a pena tentar uma segunda mensagem mais objetiva e, em seguida, o contato telefônico.

Em todo o processo é importante entender os motivos da falta de pagamento e oferecer soluções, de preferência com opções de parcelamento aos clientes. Assim eles vão ter suas necessidades antecipadas e atendidas.

Além disso, é importante que a gestão de cobranças de sua empresa tenha abordagens preventivas. Ou seja, crie meios para evitar a inadimplência. Nesse caso é essencial programar datas para enviar os lembretes no calendário da equipe e, com isso aumentar a efetividade da cobrança.

4 – Padronize o tom das abordagens

Quando mais de uma pessoa fica responsável pela área de cobrança de uma empresa é importante padronizar o tom das comunicações seja verbal ou escrita. É importante lembrar que o modo como a cobrança é feita é um dos grandes diferenciais para o sucesso ou fracasso da gestão de cobranças.

Portanto, entenda o perfil de seus clientes e defina um tom adequado de comunicação, que deve ser respeitado em todos os canais. Uma dica é sempre priorizar o respeito pelo cliente, a transparência e a objetividade.

Vale lembrar também que o horário para fazer cobranças faz a diferença. Os melhores horários para esse tipo de comunicação costumam ser antes das 9h, ou depois do almoço, horários em que, geralmente, as pessoas estão mais acessíveis.

5 – Invista na automatização de processos

Ao passo que o processo de cobrança se tornar mais robusto, apenas o controle via planilha não será suficiente, o que pode ocasionar erros, perda de dados e retrabalho.

Nesse caso, vale a pena considerar a automatização do processo, em que a comunicação, gestão e controle são realizados de forma automática. Existem muitas plataformas digitais no mercado especializadas nesse tipo de trabalho.

6 – Ofereça opções ao cliente

Agora chegou o momento de direcionar o cliente ao pagamento. E essa etapa deve ser a mais simples possível, pois de nada adianta todo o esforço para realizar a cobrança se o cliente se sente perdido no momento de quitar o débito. Nesse momento é muito importante oferecer alternativas de pagamento. Uma opção é oferecer variadas formas de pagamento, já que nem todos dispõem de cartão de crédito ou acesso a uma conta corrente, por exemplo. Uma boa alternativa é realizar a cobrança via boleto bancário, que é simples e seguro tanto para quem paga como para quem recebe.

7 – Aposte em uma régua de cobrança

A régua de cobrança é uma ferramenta muito eficiente para iniciar o contato com os clientes. Com ela, é possível usar a melhor comunicação em cada momento do relacionamento com o cliente no pós-compra.

As mensagens podem ser enviadas por e-mail, SMS ou até mesmo via WhatsApp. E são elas que antecedem o contato telefônico.

A dica é iniciar com um contato mais sutil, informando sobre o débito e a data de vencimento e, a medida que os dias de atraso aumentam, a mensagem pode ser mais incisiva. A seguir, falaremos sobre as melhores práticas nessa comunicação.

Dica bônus

Valorize os clientes que pagam em dia!

Como vimos, o processo de gestão de cobranças também envolve as etapas pré-vencimento. Oferecer descontos, cupons, brindes para os clientes que fazem o pagamento antes do vencimento é uma excelente estratégia para fidelizar seus clientes e reduzir a inadimplência.

O controle de inadimplência é um dos principais desafios dos donos de negócio de diversos segmentos e tamanhos. Não à toa, mais de 63 milhões de consumidores estão inadimplentes, de acordo com o último levantamento da Serasa Experian.

Portanto, pensar em estratégias para tornar o setor de cobranças mais eficiente deve ser uma prioridade do empreendedor brasileiro.

Mas, imagine ter que enviar uma comunicação para cada cliente informando sobre um débito pendente ou lembrando-o sobre o vencimento de uma fatura? Seria uma rotina desgastante, que demandaria muito tempo e energia do empreendedor.

A boa notícia é que é possível automatizar este processo com uma régua de cobrança. E uma notícia melhor ainda é que essa funcionalidade já está disponível gratuitamente na [Conta Digital Cora](#).

Antes de conhecer mais de perto a funcionalidade, saiba, a seguir, o que é uma régua de cobrança e o seu importante papel em um fluxo de cobrança bem estruturado.



A close-up photograph of a white ruler with black markings, angled diagonally across the frame. A large, solid red circle is positioned in the upper right quadrant, partially overlapping the ruler. The background is dark and textured.

O que é régua de cobrança?

A régua de cobrança nada mais é que um fluxo de comunicações ao cliente até a quitação do débito. Ela é uma importante ferramenta da gestão de cobranças, que irá garantir um bom relacionamento com o seu cliente durante o processo.

Além disso, ela ajuda a avaliar os canais de comunicação mais efetivos. Por exemplo, digamos que você estabeleceu um sistema de lembretes de pagamento via e-mail para o seu cliente e mesmo assim não teve o resultado esperado. Pode ser uma boa alternativa testar o envio de mensagens via WhatsApp.

As mensagens podem ser enviadas por e-mail, SMS ou até mesmo via WhatsApp, antes mesmo de iniciar o contato telefônico.

Uma régua cobrança é uma ferramenta estratégica que facilita o recebimento de dinheiro. Ela é composta por uma sequência de eventos, que especifica as datas e formas de cobrança, contribuindo para cobrar os clientes de forma sistemática. É por meio da régua de cobrança que o empreendedor define:

1. Em quais momentos o cliente será cobrado

O ideal é que o cliente seja informado de todos os passos desde o início, ou seja, desde a criação da cobrança, antes e depois do vencimento. Dependendo do meio de cobrança utilizado, você pode aplicar uma régua de cobrança diferente. Afinal, o que funciona para pagamentos via boleto bancário não necessariamente funciona para pagamentos no cartão de crédito, por exemplo.

2. Quais canais vão ser utilizados para cobrar o cliente

Há vários canais de comunicação que podem ser utilizados para cobrar seus clientes, como e-mail, SMS, ligação telefônica e carta de cobrança. As mensagens enviadas por e-mail ou SMS funcionam como lembretes ao pagador, enquanto a ligação telefônica e a carta de cobrança possuem um caráter mais sério e costumam ser utilizadas quando o pagamento não foi feito na data de vencimento.

3. Qual será a abordagem de cobrança utilizada

Um cliente que está com um pagamento em atraso há poucos dias não pode ser tratado da mesma forma que um cliente que deve há semanas ou até meses. A abordagem pode variar de acordo com o histórico do cliente, o tamanho da dívida e, é claro, o motivo que o levou à inadimplência.

Leia também

[Como a régua de cobrança da Cora pode te ajudar a reduzir a inadimplência da sua empresa](#)

Etapa 1
Prevenção

D - 10

Etapa 2
Lembrança

D - 1

Etapa 3
Cobrança

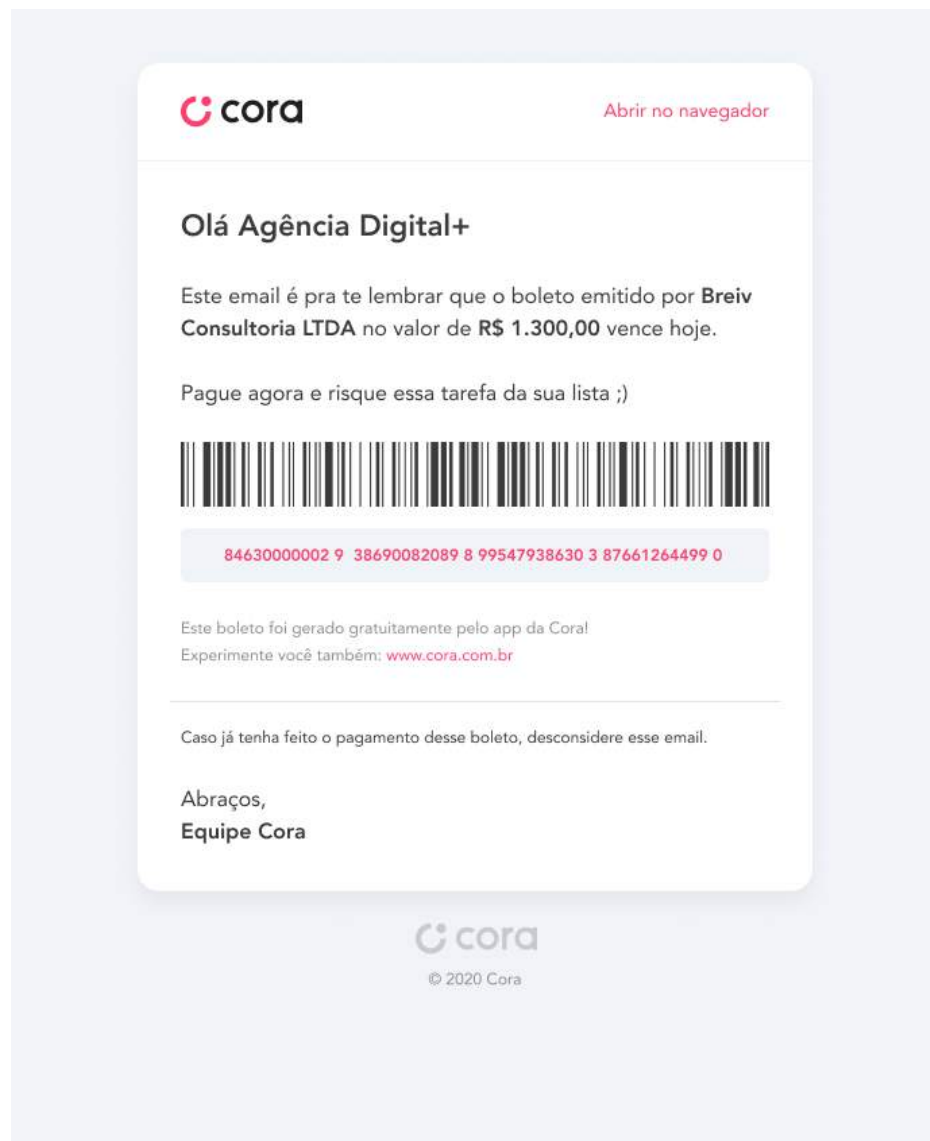
D + 5

Etapa 4
Fidelização

D + 10

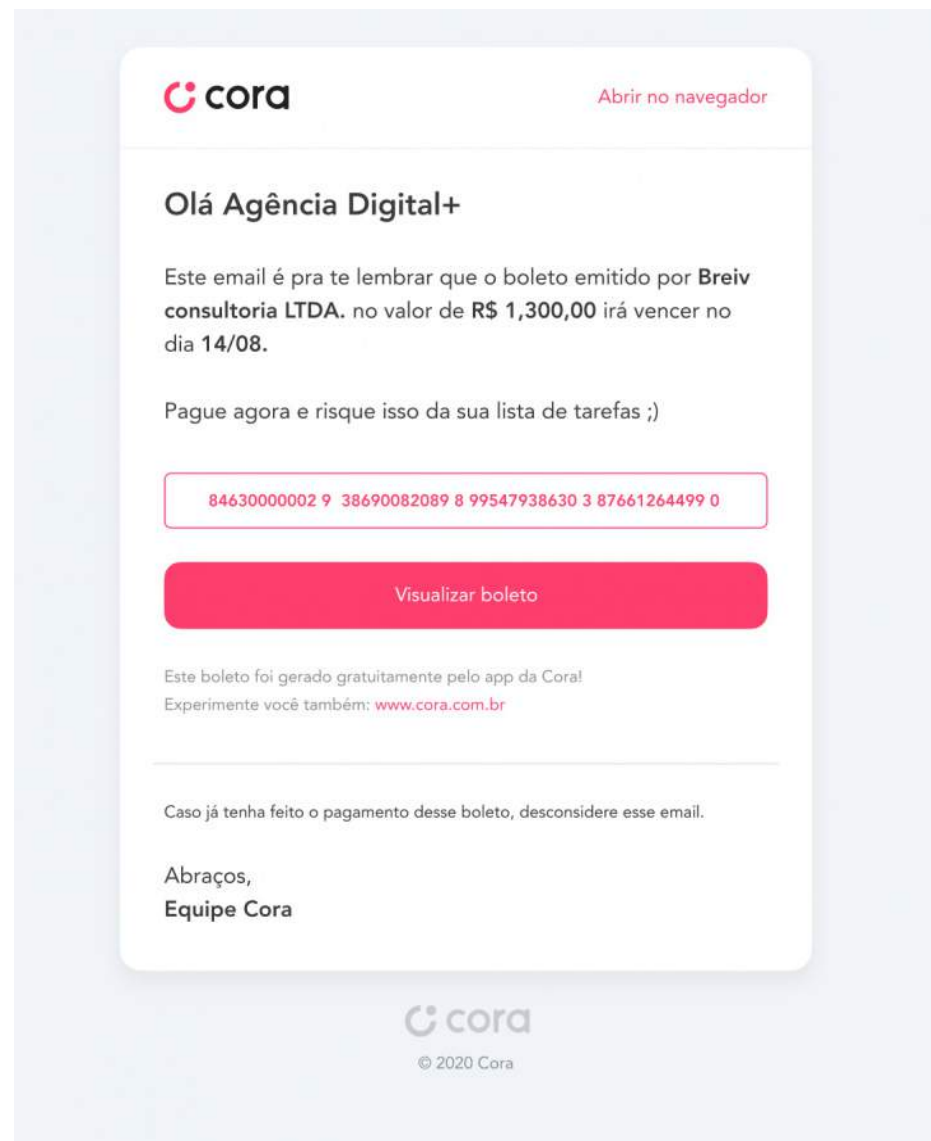
Etapa 1: Cobrança preventiva

Modelo de e-mail da régua de cobrança da Cora



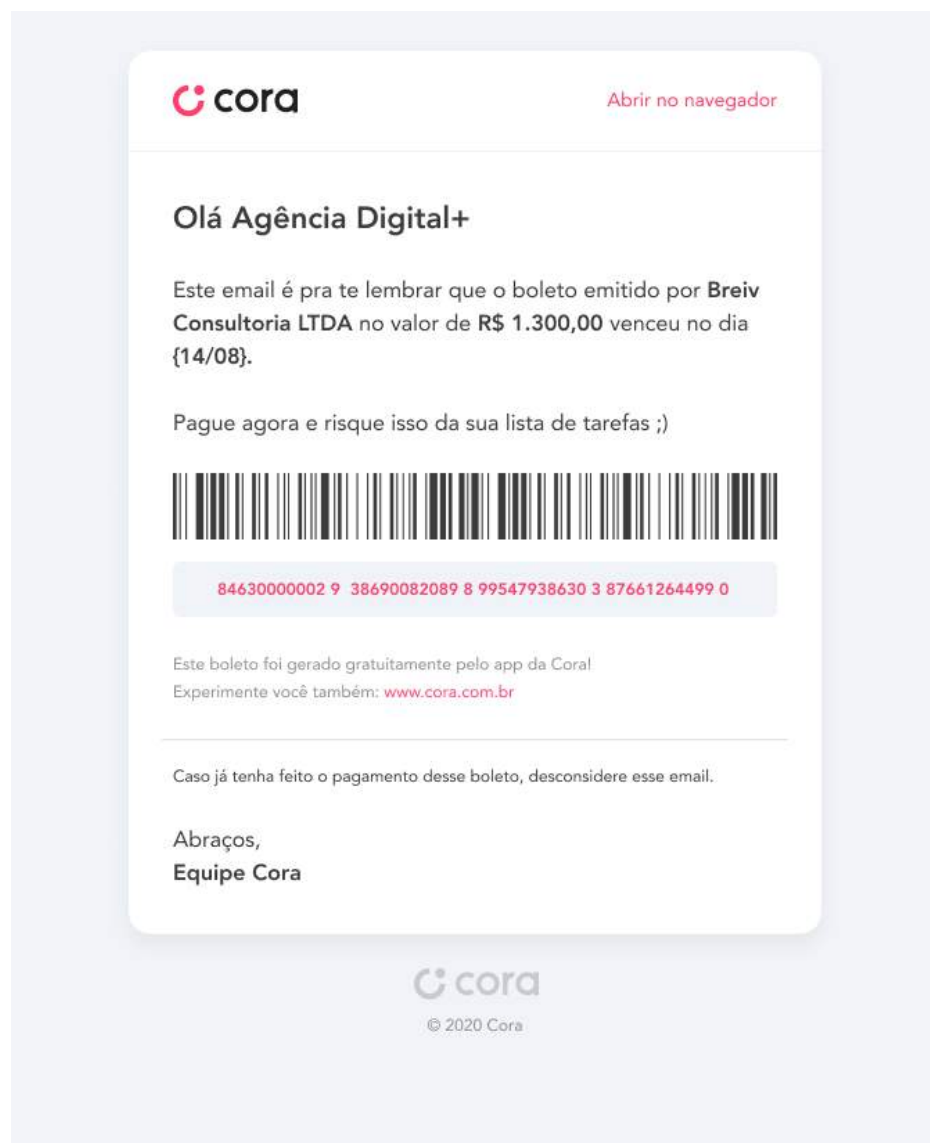
Etapa 2: Lembrete do vencimento

Modelo de e-mail da régua de cobrança da Cora



Etapa 3: Cobrança após o vencimento

Modelo de e-mail da régua de cobrança da Cora



Etapa 4: Agradecimento pelo pagamento

Modelo de e-mail da régua de cobrança da Cora



Exemplo Régua de Cobrança





Régua de cobrança automatizada

Como vimos, a régua de cobrança é uma excelente aliada da sua empresa, na prevenção e redução de inadimplência. Mas, de nada adianta ter um fluxo bem estruturado se todo o processo for feito manualmente. Nesse caso, é válido investir em ferramentas de automação, em que a comunicação, gestão e controle são realizados de forma automática.

Com essa tecnologia é possível incluir todas as etapas da cobrança em um fluxo automatizado, como [gerar boletos](#) e enviar lembretes e mensagens aos clientes.

Embora muitas empresas ainda tenham profissionais e parceiros de negócio focados em cobrança de clientes, a tendência é que esse processo seja cada vez mais automatizado. A tecnologia pode ser muito útil especialmente para os pequenos empreendedores que, muitas vezes, são os únicos responsáveis por todas as atividades da empresa, incluindo a gestão das cobranças.

Conseguimos observar que a régua de cobrança facilita bastante no processo de controle de inadimplência e de fluxo de caixa de uma empresa, porém, se feita manualmente pode ocupar muito tempo dos colaboradores, além de correr o risco de deixar o processo demasiadamente burocrático.

Por isso, o ideal seria optar pela implantação da régua de cobrança automatizada, onde cada lembrete é enviado automaticamente através dos mais variados meios de comunicação com o cliente. Dessa maneira, a empresa consegue programar as mensagens e datas anteriormente e somente acompanhar os resultados regularmente. É o caso da funcionalidade de gestão de cobranças da Cora, que oferece uma régua de cobrança automatizada e gratuita aos empreendedores.

Gestão de cobranças na Conta PJ Cora

Aqui na Cora, acreditamos que o tempo do empreendedor é precioso demais para ser gasto em tarefas manuais, repetitivas e pouco estratégicas. Foi pensando nisso que desenvolvemos a régua de cobrança — lembretes automáticos de cobrança que são enviados pela Cora.

Com a cobrança automatizada, você evita que os seus clientes atrasem o pagamento dos boletos gerados no app da Cora. Significa que a tarefa de enviar os boletos de cobrança manualmente que você faz hoje, será feita de forma automática pela Cora.

- Conheça tudo o que você já pode fazer com a gestão de cobranças da Cora:

•
Dashboard e Gestão de Cobranças: acompanhe em um único lugar todas as suas cobranças por semana de vencimento e veja o status de cada uma delas: se estão pagas ou atrasadas.

- Notificações de cobrança: programe o envio automático de lembretes de cobranças para seus clientes antes, depois e no dia de vencimento dos boletos.
- Emissões de boletos parcelado: Emita cobranças em até 12 parcelas de uma única vez
- Descontos/ Juros e Multa: adicione Juros, multas e descontos nas cobranças de boleto para otimizar a conversão e assim diminuir a inadimplência.

Leia também

[Gestão de cobrança na Cora: muito mais que a emissão de boletos](#)





Para conhecer mais novidades sobre a Cora e acessar mais conteúdos como este, visite o Blog da Cora. Fique bem informado sobre empreendedorismo, finanças, gestão e muito mais!

[Visitar o Blog da Cora](#)

Sobre a Cora

A [Cora](#) é uma Conta Digital criada por empreendedores e para empreendedores, projetada para eliminar a burocracia, as taxas abusivas e facilitar a administração das finanças dos pequenos negócios.

O nosso propósito é apoiar e simplificar a vida financeira do empreendedor brasileiro e contribuir com a sua prosperidade. Se você, assim como nós, é inconformado e acredita que empreender é algo que pode construir um futuro melhor, então você também é Cora.

