



L'alternativa strategica di Sagres



Antonio Canzano

*Head of Credit
Management*

Parlare ancora di “recupero crediti” è pericoloso.

Non è una questione di parole. È una questione di sopravvivenza.

Intervenire tardi, quando il danno è già fatto, non è una strategia. È una resa.

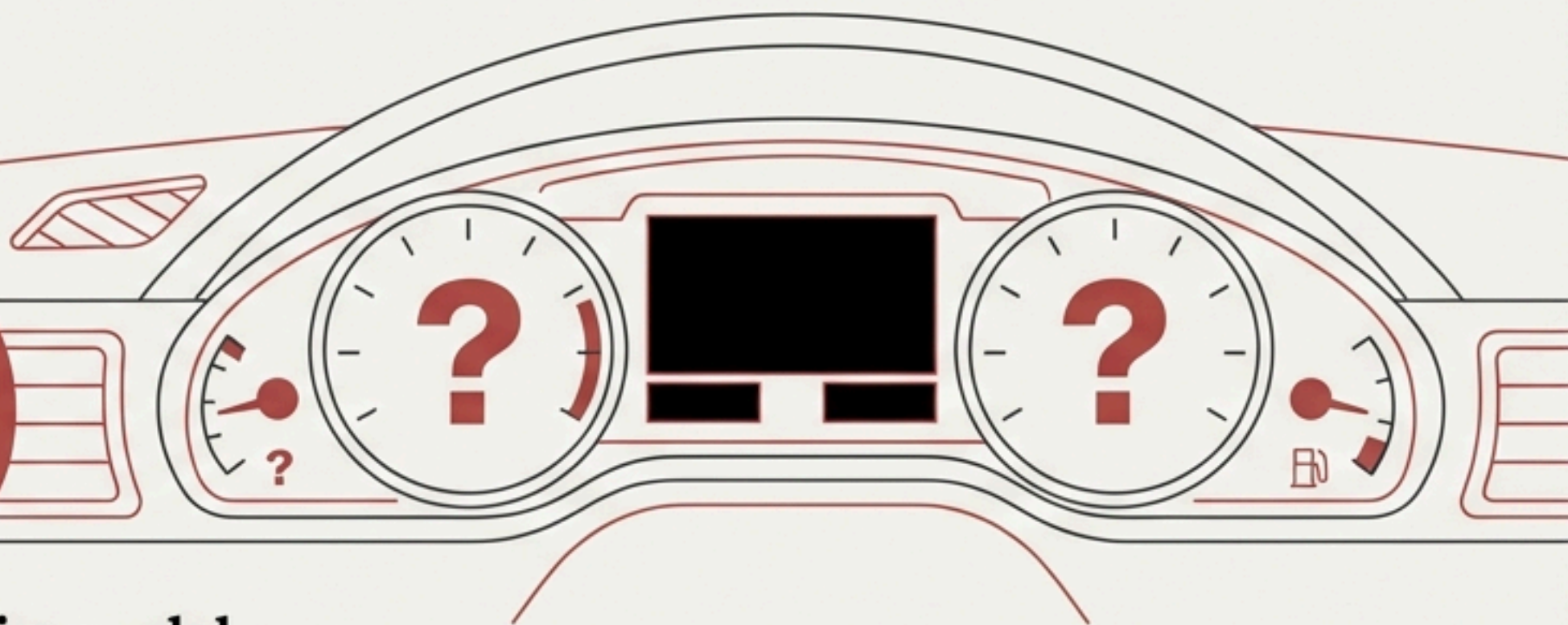
La visione tradizionale del credito come un'attività puramente amministrativa e reattiva sta erodendo il valore delle aziende senza che se ne accorgano.

Oggi è necessaria una visione differente: una **gestione strategica** che **previene** il rischio, integra i dati e, soprattutto, protegge le relazioni con i clienti.

State guidando a occhi chiusi.

Un'analisi condotta con il Politecnico ha rivelato un dato allarmante:

80%



L'80% delle aziende italiane non misura l'esperienza del cliente durante la gestione del credito.

Questo buco informativo è un rischio enorme. Concentrarsi solo su *quanto* si incassa, ignorando il *come*, significa non vedere l'impatto diretto su:

- Reputazione del brand
- Fidelizzazione dei clienti
- Stabilità finanziaria a lungo termine

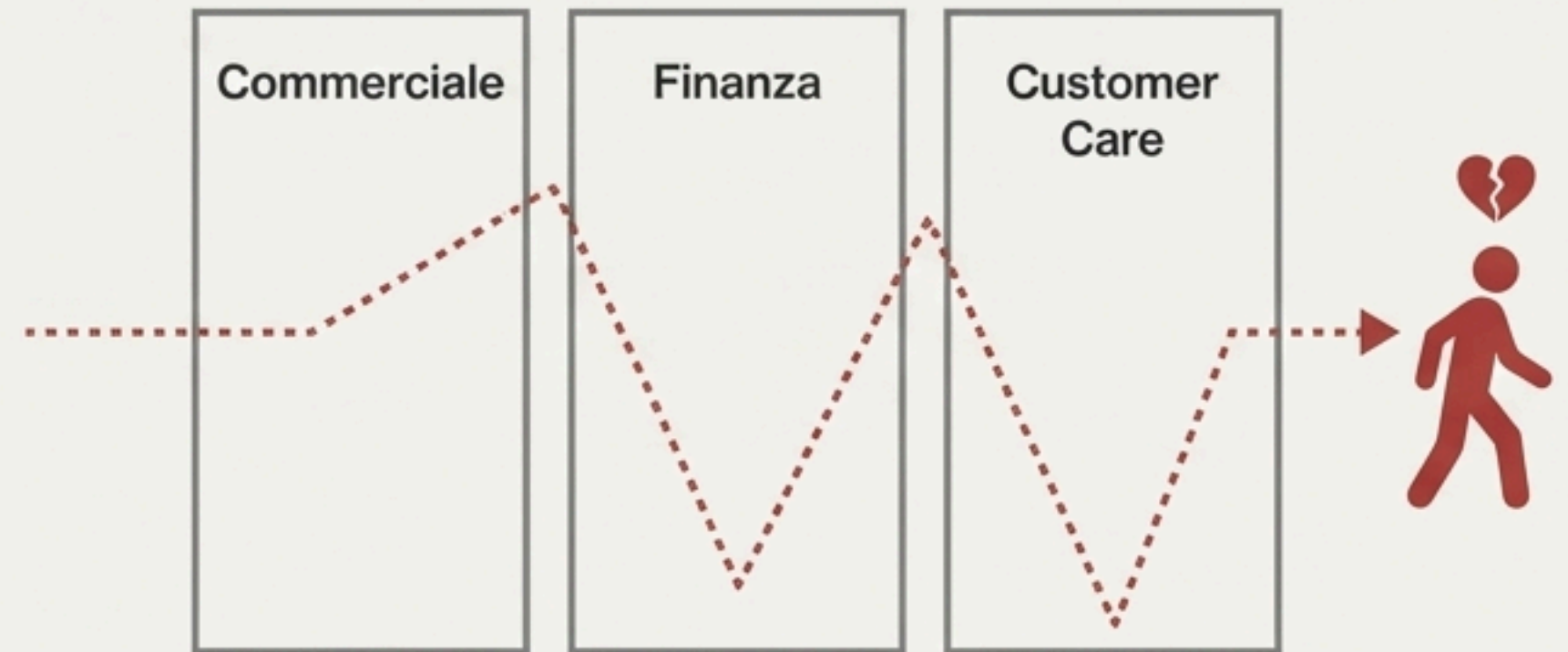
La mano destra non sa cosa fa la sinistra.

Nelle aziende, i reparti spesso operano per compartimenti stagni:

- * Il **Commerciale** vende.
- * La **Finanza** incassa.
- * Il **Customer Care** assiste.

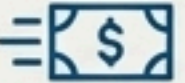


Quando non comunicano, il risultato è il caos.
L'esempio più eclatante? Un cliente con un reclamo aperto per un disservizio che viene sollecitato per un pagamento.

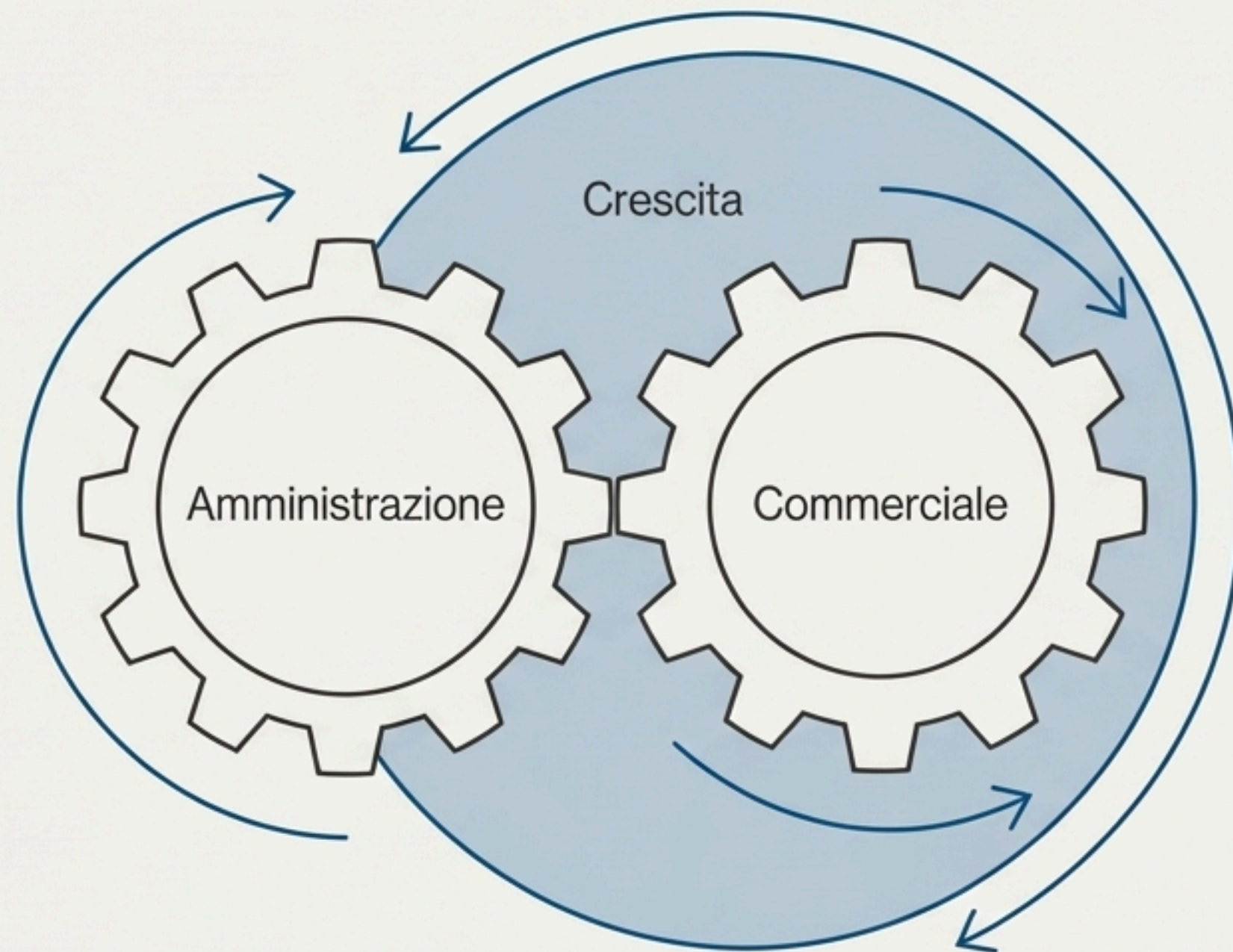
Questa frizione non genera solo un mancato incasso.
Genera un cliente insoddisfatto e, potenzialmente, perso per sempre.



Trasformare il credito da funzione amministrativa a leva commerciale

Il credito non è solo un numero in un foglio di calcolo. È un punto di contatto fondamentale nel ciclo di vita del cliente. Un approccio strategico e corretto non solo previene le perdite, ma diventa paradossalmente uno strumento di fidelizzazione. Creiamo un connubio indissolubile tra l'area commerciale e quella amministrativa, generando un valore aggiunto che si traduce in:

-  Migliore cash flow.
-  Aumento della retention dei clienti.
-  Nuove opportunità di vendita nate da una relazione più solida.



L'empatia è la strategia di incasso più efficace.

Il vecchio pregiudizio secondo cui per farsi pagare bisogna “alzare la voce” è stato smentito dai risultati. L'aggressività crea muri, non soluzioni.

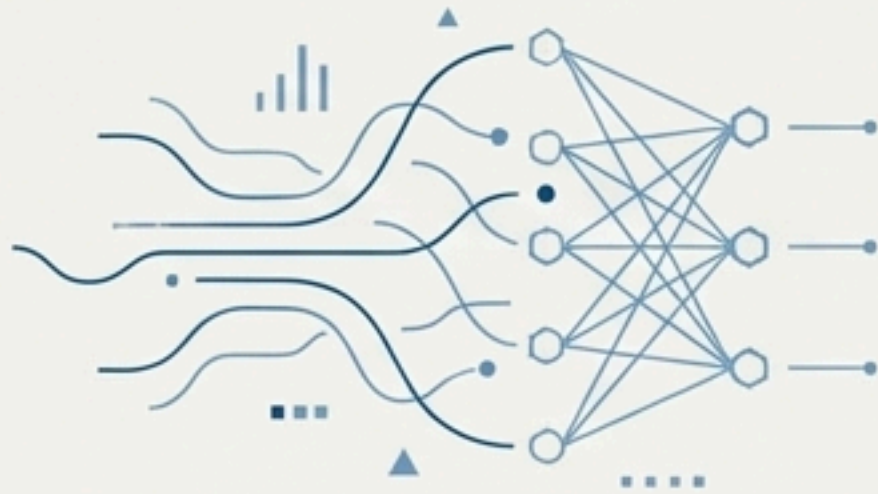


La nostra filosofia è l'opposto. Usiamo la psicologia e l'empatia per:

1. **Ascoltare:** Capire i motivi reali e le cause sottostanti a un ritardo o a un mancato pagamento.
2. **Comprendere:** Analizzare la situazione specifica del cliente.
3. **Risolvere:** Trovare una soluzione *insieme* al debitore.

Questo approccio non solo protegge la relazione, ma ha dimostrato di portare a performance finanziarie superiori.

La tecnologia accelera, l'essere umano rende efficace.



Sfruttiamo l'Intelligenza Artificiale e i sistemi predittivi per analizzare pattern, definire priorità e ottimizzare le strategie di intervento. La tecnologia ci dà la velocità.

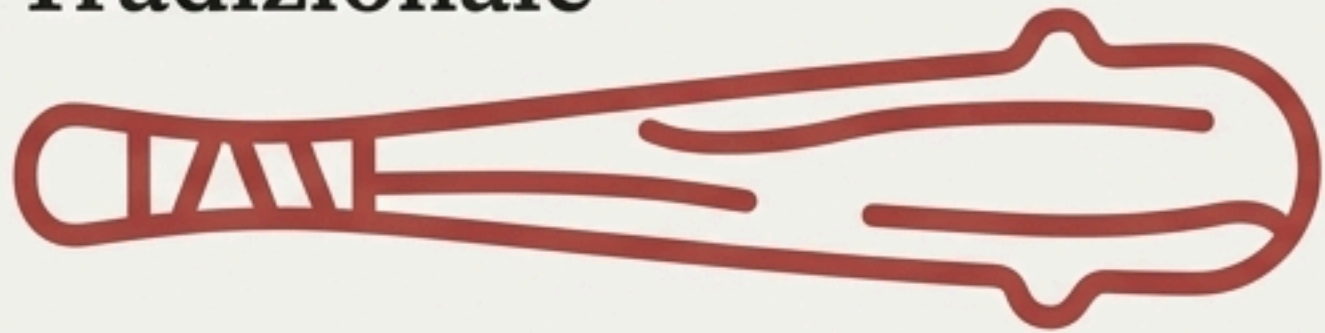


Ma l'empatia, la sensibilità e l'intuizione di un operatore esperto non sono replicabili. L'intelligenza artificiale non può gestire una conversazione delicata o negoziare una soluzione complessa. L'essere umano ci dà l'efficacia.

“La tecnologia rende tutto più veloce, ma l'essere umano rende tutto più efficace.”

Un bisturi, non una clava.

Tradizionale



Per molti, l'azione legale è la prima e unica soluzione. Forza bruta.

Sagres



Per noi, è la certificazione di una sconfitta. Precisione chirurgica.

Il nostro processo prima di ogni azione legale:

1. ****Analisi Dati****: Studiamo la storia e il comportamento del cliente.
2. ****Analisi Finanziaria****: Valutiamo la reale solvibilità per evitare costi inutili.
3. ****Esaurimento Stragiudiziale****: Agiamo solo quando ogni altra leva è stata tentata.

Questo approccio protegge il brand del nostro cliente, evita spese legali infruttuose e migliora drasticamente le percentuali di successo.

Ci mettiamo la faccia. E il portafoglio.

“La vera garanzia è mettere la mano nella tasca dell’agenzia se non lavora bene.”

Assorbiamo i costi legali

Se la nostra gestione bonaria fallisce, i costi legali iniziali sono a carico nostro. È il segnale più forte della fiducia nel nostro metodo.



Incassiamo solo se produciamo valore

Un buon 30% dei nostri ricavi è legato a obiettivi strategici condivisi e sottoscritti con il cliente.

Non abbiamo mai mancato un obiettivo stabilito a inizio mandato con un committente.

Caso di studio: Il settore vitivinicolo.

Dove la gestione del credito detta le regole del gioco.

Scenario

Una rete commerciale, spesso plurimandataria, tende a concentrarsi sui 3 clienti principali che generano l'80% del fatturato, trascurando gli altri. Le regole degli incassi erano dettate dalla rete stessa.

L'Intervento Sagres

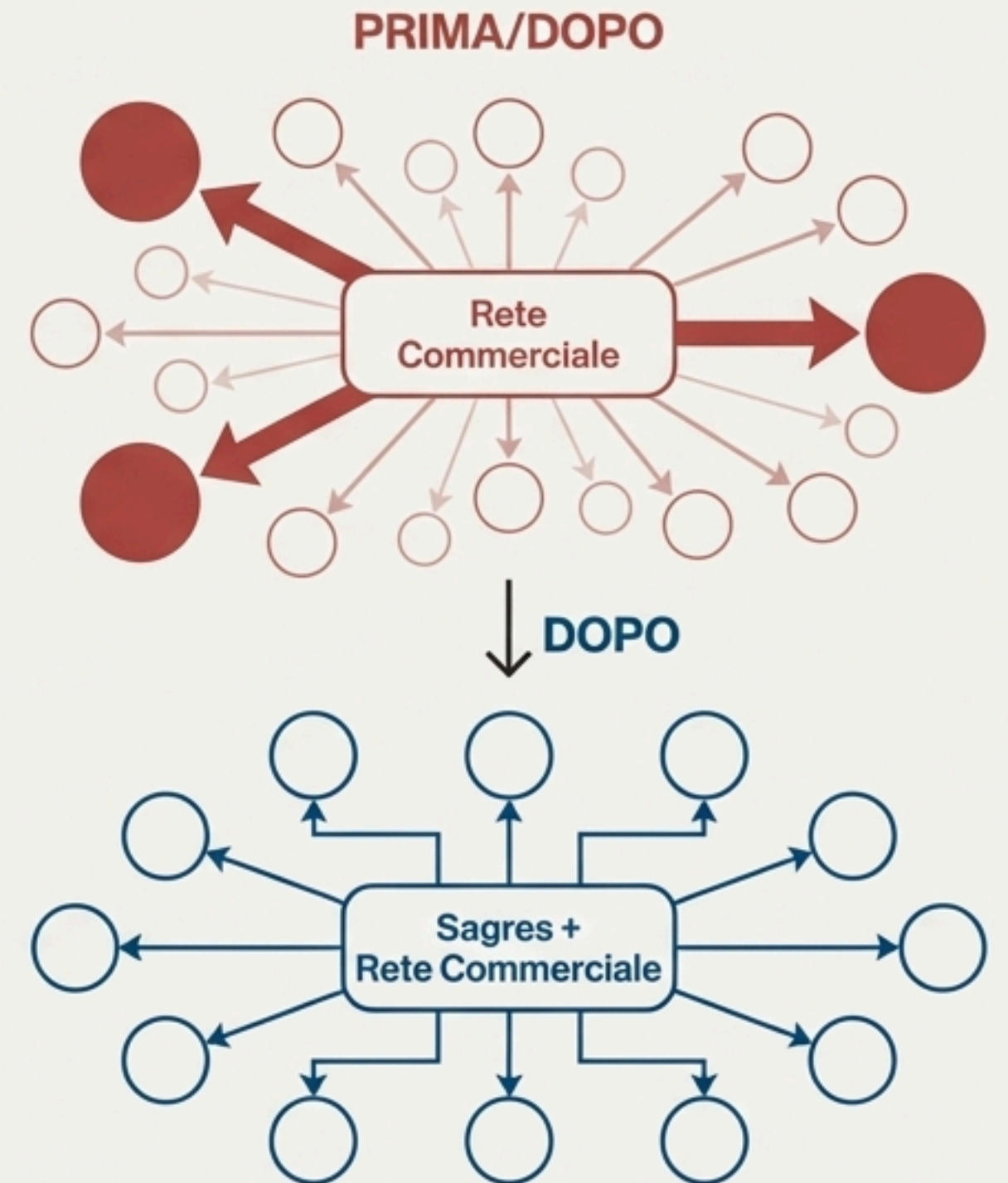
Abbiamo introdotto un processo di gestione strutturato che ha creato un connubio tra la rete commerciale e la nostra operatività. Abbiamo fornito metodo, organizzazione e priorità chiare.

L'Intervento Sagres

Abbiamo introdotto un processo di gestione strutturato che ha creato un connubio tra la rete commerciale e la nostra operatività. Abbiamo fornito metodo, organizzazione e priorità chiare.

Il Risultato

- Sfatato il mito del controllo della rete commerciale sugli incassi.
- Creata una regolamentazione chiara del processo di gestione del credito.
- Aumento delle performance di incasso su tutto il portafoglio clienti, non solo sui top player.



Da centro di costo a motore di valore.

La gestione strategica del credito non è un'operazione di recupero.
È un'operazione di business intelligence, di customer care e di strategia commerciale.

È la trasformazione di un'area problematica in un vantaggio competitivo.

PRIMA



CON SAGRES

