



## Telecomunicaciones: ¿cómo atender a tus clientes y cuándo enviar mensajes?

**CIUDAD DE MÉXICO. XX de julio de 2021.-** Establecer un contacto personalizado y eficaz con los consumidores es fundamental para el sector de las telecomunicaciones, el cual enfrenta el reto de atender las solicitudes de información, quejas y dudas que, de acuerdo con [Profeco](#), ascendieron a 5,449 en el primer cuatrimestre de 2021, un aumento del 10% con respecto al cierre del año previo.

Desde la perspectiva de Auronix, empresa mexicana dedicada a crear experiencias conversacionales, la mensajería instantánea es la herramienta clave para alcanzar ese objetivo. Los siguientes son 5 momentos en los que estas firmas deben utilizarla para comunicarse con sus clientes:

### 1. Atención 24/7

Más allá de cualquier comunicación proactiva hacia los clientes por parte de las telcos, son ellos quienes siempre desean tener una línea de contacto directa, ya que no saben en qué momento requieren aclarar una duda o solicitar soporte por alguna falla en el servicio, por mencionar ejemplos.

En lugar de hacer que el usuario tome el teléfono y espere demasiado tiempo en la línea escuchando un menú de opciones para recibir la atención deseada, las firmas pueden ofrecer un chatbot automático que resuelva las dudas de los consumidores y, en caso de solicitudes más específicas, atender el mismo chat con injerencia humana. Cuando se emplea un modelo híbrido de interacción que combina inteligencia artificial con asistencia humana, la satisfacción del cliente se incrementa de 60% a 88% según Accenture.

### 2. Envío de promociones exclusivas

Las empresas de telecomunicación deben mantener siempre informados a sus usuarios sobre las próximas promociones e incentivos disponibles para continuar con un plan de renta, aumentar su capacidad de banda ancha, mejorar e incrementar el número de canales de televisión de paga que tiene contratados, entre otros ejemplos, dependiendo del servicio que la empresa ofrece.

¿Cómo lograr que el mensaje realmente llegue a los ojos del consumidor? Deben asegurarse de enviarlo mediante un canal que el usuario utilice de forma frecuente y evitar que su promoción se pierda en la bandeja de 'correos spam'.

Por ello es importante usar canales de mensajería como WhatsApp, SMS o RCS, que las personas utilizan de manera cotidiana y mediante los cuales la interacción se vuelve más personal y cercana.



### **3. Avisos sobre modificaciones en los planes**

Una de las quejas más recurrentes de los clientes de este tipo de empresas (7.8%), de acuerdo con [Profeco](#), es la modificación del precio convenido o estipulado en los planes ofrecidos, sin previo aviso. Las compañías pueden utilizar un servicio de 'notificaciones push', orquestado desde una plataforma tecnológica que gestione el envío, realice un monitoreo de las respuestas y lecturas de los clientes, y permita enviar este aviso en el momento adecuado para mantener al usuario siempre informado sobre ese tipo de cambios. En caso de que el cliente no revise dicha notificación, se puede enviar otro mensaje mediante un canal distinto para asegurarse de que el cliente está enterado del aviso a enviar.

### **4. Cobranza vía mensajes**

Tradicionalmente, las empresas utilizan las llamadas telefónicas para el área de cobranza, lo que implica una fuerte inversión de tiempo y dinero, además de una gran cantidad de personas realizando una llamada a la vez. Con la mensajería instantánea, además de que un colaborador puede atender diversos chats de forma simultánea, las entidades pueden gestionar el envío de notificaciones de cobro de forma automática, y añadir la intervención humana mediante chats cuando no exista la respuesta deseada.

Como ejemplo de lo anterior, cabe mencionar que existen casos en los que los clientes de Auronix han conseguido incrementos de hasta 78% en la tasa de respuesta y hasta 65% en la tasa de recuperación de cartera.

### **5. Admitir pagos desde un chat**

Otra ventaja de la utilización de mensajes para el contacto con los clientes es la posibilidad de permitirlos, desde el mismo chat. Existen ejemplos de clientes de Auronix que han implementado estrategias basadas en experiencias conversacionales para permitir este tipo de pagos.

Esto se realiza, primero, mediante el envío de una notificación vía SMS, con anticipación, o mensajes RCS en donde se muestran distintas opciones de pago, ya sea redireccionando a un sitio web, brindándole información para pagar en tiendas de conveniencia e incluso enviándole una pasarela en el mismo chat en donde puede completar la operación. En caso de no conseguir la interacción deseada, se le envía un *reminder* al consumidor para asegurar que la comunicación sea exitosa.

En conclusión, las telcos pueden mejorar su rentabilidad mediante el desarrollo de experiencias conversacionales y la correcta orquestación de mensajes que les permitirá brindar una atención y servicios de manera omnicanal, ofreciendo al cliente la posibilidad de estar al centro de las operaciones y de tener a la empresa disponible, en todo momento, desde los diferentes canales posibles sin fricción.



###

### **Sobre Auronix**

Auronix empresa mexicana de tecnología, líder en plataformas de comunicación como servicio que ofrece soluciones a marcas para conectar con sus clientes en los canales de mensajería más populares y novedosos. Los clientes de Auronix pueden enviar y orquestar notificaciones por cualquier canal, así como atender a usuarios a través de experiencias conversacionales con chatbots y agentes humanos. Con 26 años en el mercado, Auronix empodera a las organizaciones para crear una experiencia de comunicación omnicanal, de la mano de tecnología robusta y amigable. Auronix crea una interacción entre empresas y consumidores mediante canales de mensajería como WhatsApp, RCS, SMS, Business Messages de Google, Apple Business Chat, entre otros. Los servicios de Auronix permiten a las compañías generar una interacción personalizada con los consumidores a lo largo del *customer journey*, lo que mejora la experiencia de usuario, incrementa la lealtad y ventas, y reduce costos operativos. Actualmente, más de 1,000 empresas están conectando y creando experiencias conversacionales con sus clientes de la mano de Auronix, tales como HSBC, Estafeta, Caja Popular Mexicana, Totalplay, entre otros.

Para más información sobre los servicios que ofrece Auronix, consulta <https://www.auronix.com/>