



## ¿Cómo fomentar el 'amor y la amistad' con tus clientes mediante experiencias conversacionales?

- *Utilizar todos los canales de mensajería con tus clientes permite generar una interacción dinámica, personalizada e intuitiva, que deriva en lealtad.*
- *Este tipo de experiencias ayuda a las empresas a destacar con el mensaje que los consumidores quieren, por el canal correcto y en el momento adecuado.*

**CIUDAD DE MÉXICO. 09 de febrero de 2021.-** Estar en contacto con los consumidores, en la actualidad, es una necesidad que cualquier marca debe atender y priorizar. Los clientes no sólo quieren ver a las empresas como aquellas que les venden productos, sino que buscan sentir las cerca, sentir que las marcas les ofrecen algo más que mercancías, identificarse con ellas y establecer un vínculo con ellas y saber que, ante cualquier necesidad, estarán ahí para brindarles la atención que requieren.

Es entonces cuando se crea una relación entre comercio y consumidor. Pero para evitar que sea 'tóxica', se debe crear una experiencia conversacional que sea fluida, intuitiva y personalizada para cada persona, lo que se traduce en incrementos de ventas, mayor *engagement*, lealtad, entre otros beneficios.

En el marco del 14 de febrero, Auronix, empresa dedicada a crear experiencias conversacionales en canales de mensajería, te da las siguientes recomendaciones para mejorar tu comunicación con los consumidores y evitar que tu relación con ellos sea 'tóxica':

### **1. Ofrece disponibilidad total**

Los consumidores actuales quieren sentir que las marcas se encuentran disponibles para ellos cuando lo requieren, y lograrlo implica diversos aspectos.

El primero es poner a disposición del usuario todos los canales de mensajería que ellos utilizan, como:

- WhatsApp
- SMS
- RCS
- Business Messages de Google
- Facebook Messenger
- Instagram
- Apple Business Chat
- Twitter
- Notificaciones push



- Telegram
- Correos electrónicos.

Contar con todas esas plataformas derivará en una experiencia omnicanal para el cliente, quien estará al centro de la operación y podrá interactuar con tu empresa en cualquier canal sin que esa comunicación se vea interrumpida.

Sumado a lo anterior, tu empresa necesita brindar una atención 24/7 a los consumidores, ya que no sabes en qué momento lo requieren. En este caso hay soluciones como **Calixta Bots**, mediante la cual se crea un flujo conversacional automático para atender a los clientes en cualquier momento, de forma inmediata y automática. Esta solución permite resolver, instantáneamente, más del 80% de las consultas que hacen los consumidores de las empresas de sectores como telecomunicaciones, financiero, comercio electrónico, *retail*, entre otras.

Finalmente, es importante combinar de forma correcta la automatización con el trabajo humano mediante un modelo híbrido de atención. Con **Calixta Chat** las empresas pueden brindar atención a sus clientes sin importar el canal por el que las contacten, diseñando una experiencia conversacional atendida por personas. De acuerdo con Accenture, el 63% de los internautas quieren utilizar aplicaciones de mensajería para conectarse con las empresas a las que consumen.

## 2. No seas invasivo

Como empresa, requieres mantener a tus consumidores informados sobre tus ofertas o promociones, además de enviarles notificaciones de forma constante. Pero hacerlo no consiste únicamente en enviar mensajes, sino que necesitas orquestar tu comunicación conectando diversos canales y sistemas para obtener el conocimiento necesario del consumidor, mismo que te servirá para detonar **el mensaje correcto, por el canal adecuado y en el momento justo**.

Para realizar esto se necesitan soluciones para la orquestación del *outbound*, o envío de mensajes. Con ellas, las empresas pueden mandar todo tipo de notificaciones a sus clientes por RCS, SMS, *email* y los canales de mensajería antes citados para establecer el vínculo que requieren y que sus envíos no se vuelvan molestos para el consumidor. Al orquestar el *outbound* en una sola plataforma, las empresas pueden conectar todos los sistemas, como su plataforma de gestión y administración de relaciones con el cliente (CRMS) con sistemas internos e Inteligencia Artificial, lo que les permite conocer más y mejor al consumidor y establecer la comunicación que los consumidores esperan y no aquella que los interrumpe en el resto de sus actividades.

## 3. Genera una comunicación dinámica



Hoy en día, las personas quieren que la comunicación con las empresas no sea plana. Contar con todos los canales disponibles permite interactuar de una forma más dinámica. Existen plataformas en las que, además de mensajes de texto, se pueden añadir herramientas como carruseles, *list pickers*, botones, videos, *stickers*, entre otros, lo que mejora la experiencia al interactuar.

Con soluciones de ese tipo, en los distintos canales de mensajería, las empresas no sólo envían mensajes, sino que también pueden permitir que el usuario explore distintos productos desde el chat, comparar mercancías y precios, realizar pagos e incluso hacer una compra en la conversación, además de realizar otro tipo de consultas.

#### **4. Haz que tus clientes te busquen**

Finalmente, como empresa debes generar una estrategia de contenidos para la comunicación, mediante mensajes, que haga que tus clientes no únicamente interactúen contigo cuando tú los contactes, sino que sean ellos quienes vengan a ti en busca de inspiración, consejos sobre nuevos productos, resolución de dudas y otro tipo de información.

Este contacto se logra una vez que tu empresa y el cliente han generado un vínculo más estrecho que ha impactado de forma directa en el *customer journey*, y para conseguirlo se necesita que la experiencia conversacional establecida en los mensajes sea intuitiva, personalizada y dinámica, además de utilizar todos los canales disponibles para generar un mayor sentido de cercanía hacia el consumidor. Una vez logrado ese nivel de cercanía y confianza de parte del cliente, no tendrás que esperar a que ellos respondan a tus notificaciones, sino que será el comprador quien acuda, de forma frecuente, a ti en busca de ayuda.

En un mundo en el que las personas pasan, en promedio, 3 horas al día en aplicaciones de mensajería, las empresas deben entender que no es suficiente con mensajear a sus clientes, sino que deben diseñar una experiencia que permita contactarlos mientras aprenden de su comportamiento para, posteriormente, **tomar mejores decisiones, eficientar la comunicación y ganar su lealtad derivada de la experiencia que se genera.**

###

#### **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/>