



Vender desde el chat: ¿por qué es la tendencia 'hot' de los comercios?

CIUDAD DE MÉXICO. 25 de abril de 2022.- La experiencia de compra de los usuarios en el mundo ha evolucionado de forma muy drástica en los últimos años. La ecuación de tomar una billetera, retirar *cash* de ella y pagar en mostrador, parece cosa del pasado ante la posibilidad de comprar, en muy pocos clics, desde una tienda en línea o incluso desde un chat.

- **¿Es necesario vender desde un chat?**

La respuesta es sí, y se debe a diversos factores: el primero radica en que las personas hoy en día utilizan su teléfono celular para prácticamente todo, desde pedir alimentos, solicitar el servicio de un taxi a domicilio, y mantenerse en contacto con sus familiares, amigos y seres queridos.

Pero sí hay dos cosas que los usuarios hacen con el teléfono móvil en las manos, son comprar y chatear:

- Por una parte, la [Asociación Mexicana de Ventas Online \(AMVO\)](#) indica que el *smartphone* es el dispositivo preferido en México para realizar compras en línea, con un 98% de preferencia.
- Del mismo modo, enviar y recibir mensajes es una de las actividades más realizadas con el teléfono: datos de Auronix indican que una persona promedio pasa 4.5 horas al día en el celular, 83% de ese tiempo en canales de mensajería.
- Sumado a lo anterior, es importante mencionar que el 77% de los usuarios quieren comprar y transaccionar desde canales de mensajería según datos de Meta. Auronix destaca también que el 73% considera que los mensajes instantáneos ahorran tiempo al comprar.

La fórmula anterior da como resultado la necesidad de **vender desde el chat**. Hoy en día es posible iniciar una venta desde una conversación mediante mensajes automáticos orientados a resolver las dudas del cliente previo a la operación; mostrar modelos y versiones con carruseles de productos; y vincular una pasarela de pagos para completar la transacción sin necesidad de abandonar la conversación.

Esto conlleva diversas ventajas que impactan directamente en el *customer experience*. Primero, porque se trata de una modalidad 100% digital para el consumidor. Datos de [Visa](#) indican que el 73% de las Pymes del mundo consideran que ofrecer pagos digitales es fundamental para su crecimiento hacia convertirse en grandes empresas.



En segundo lugar, abona a la personalización de la experiencia de compra. Los chatbots automáticos deben estar basados en aprendizaje de máquinas, lo que permite que las interacciones sean cada vez más fluidas al crear perfiles del consumidor, permitiendo que el negocio conozca más y mejor las preferencias del usuario para así emitir recomendaciones orientadas a sus gustos, así como responder acorde a lo que busca en lugar de enviar respuestas generales.

Esto es importante si consideramos que el 90% de los usuarios actualmente buscan experiencias personalizadas mediante múltiples canales cuando acuden a un comercio; siendo este un factor muy importante para crear una experiencia positiva, incluso más que el precio de los productos para el 80% de los consumidores.

Las ventas desde los canales de mensajería con el uso de un chatbot, dejaron de ser una opción para convertirse en una auténtica necesidad que atender para los negocios, independientemente de su rubro.

Esto se debe a diversas razones como las antes mencionadas: primero, el hecho de que las personas destinan gran parte de su tiempo diario al uso de su *smartphone* y a los chats. Además, abrir una tienda física es más lento y costoso que comenzar a vender en línea con una estrategia de comercio conversacional .

De hecho, se prevé que el C-commerce crezca entre 15% y 30% anual durante los próximos 5 años; en ese sentido, Bain & Company indica que el comercio conversacional alcanzará un valor dos veces mayor al del comercio electrónico, para 2030.

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 28 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 Clip, Conekta, Estafeta, Oxxo, Chedraui, Didi, Betterware, 99 minutos, el Instituto Nacional Electoral (INE), el Servicio de Administración Tributaria (SAT) y Grupo Diagnóstico Aries. Para más información sobre los servicios que ofrece Auronix, consulta <https://www.auronix.com/>