



Eficiencia, ahorros y ventas: tres beneficios de los chatbots ante una posible recesión

El panorama macroeconómico mundial luce complejo durante el inicio de 2023 y de cara a los próximos meses del año. Los estudios y previsiones de organismos internacionales indican que se espera que el mundo entre en un periodo de desaceleración abrupta y prolongada que afectará, principalmente, a los países en desarrollo.

De hecho, el [Banco Mundial](#) recientemente redujo su pronóstico de crecimiento mundial para 2023 desde el 3% pronosticado en el primer semestre de 2022, a tan solo 1.7%. El organismo, señala que esa desaceleración del crecimiento será generalizada y corrigió su pronóstico para el 95% de las economías avanzadas y el 70% de los mercados en desarrollo.

Ante tal escenario, las compañías sin importar la industria a la que pertenezcan deben priorizar tres aspectos fundamentales: eficientar procesos, ahorrar tiempo y dinero e incrementar sus ventas.

Para ello, una de las principales herramientas de las que pueden hacer uso es la mensajería instantánea y los chatbots, soluciones que permiten automatizar la comunicación al tiempo que mejoran la experiencia de usuario, lo que deriva en optimización y mayores ingresos.

- ¿Cómo se consiguen?

- ❖ **Eficiencia:** al establecer contacto y en la búsqueda de generar un match verdadero con sus consumidores, las compañías ya no pueden darse el lujo de solo intentarlo; en lugar de solo 'apostar', deben generar campañas de comunicación que realmente garanticen un alto nivel de respuesta, engagement e incluso conversión.

Los mensajes instantáneos y los chatbots, en plataformas como WhatsApp, ayudan a las empresas a alcanzar una mayor eficiencia ya que permiten automatizar los procesos de atención al cliente, por ejemplo al notificar a todos los clientes sobre sus números de orden, confirmaciones de compra, o recordatorios de pago, por mencionar ejemplos

Lo anterior reduce considerablemente el tiempo y el esfuerzo que el personal dedica de forma manual a ese trabajo, generando ahorros de tiempo que a su vez se traducen en dinero. También permite que las empresas, durante esa atención, recopilen datos y estadísticas que generan valor para mejorar la toma de decisiones y las estrategias de ventas, personalizando la experiencia en casos como las recomendaciones y el envío de promociones, por mencionar ejemplos.

Todo esto se logra de forma más eficiente no solo porque los chatbots pueden realizar este proceso de forma automática y en diversas interacciones simultáneamente, sino porque se



contacta al consumidor desde un canal con el que están sumamente familiarizados y no desde correos electrónicos u otros métodos tradicionales.

- ❖ Ahorros: acudir a los mensajes instantáneos es mucho más barato (hasta 85%, según datos de Auronix) que hacerlo por otros métodos como las llamadas telefónicas. Primero, porque el costo de infraestructura es mucho menor al de establecer un call center.

Además, un chatbot puede atender de forma automática hasta un 90% de las consultas de clientes, dejando el 10% restante al personal especializado que puede apoyar con la resolución de dudas específicas. Si esta atención se hace por medio de chats se pueden atender hasta 10 conversaciones de forma simultánea, mientras que por llamada telefónica no se puede atender a más de un cliente a la vez.

- ❖ Ventas: Sin duda, cuando una compañía busca que su estrategia de comunicación genere conversión no hay mejor forma para hacerlo que utilizando chatbots y convirtiendo plataformas como WhatsApp en un nuevo canal de ventas. Las compañías pueden realizar campañas que incluyen promociones u ofertas, información sobre diversos productos, entre otros tipos de mensajes que se convierten en una invitación al cliente para tomar una acción.

Por ejemplo, es mucho más fácil que un cliente lea y se interese en un mensaje de WhatsApp en el que se le indiquen de forma puntual los beneficios de realizar una compra en una temporalidad de ofertas, o incluso las empresas financieras pueden informar sobre los beneficios de realizar sus pagos correspondientes en tiempo y forma, para motivar de forma más amigable y eficiente al consumidor.

En ese sentido, cuando un cliente lee que “en la compra de 2 prendas, la tercera tiene un descuento del 20%”, desde la aplicación que utiliza todos los días para comunicarse con sus amigos o familia, no solo sentirá que el mensaje es más cercano y personalizado, sino que se sentirá invitado a aprovechar la oferta, contrario a los correos electrónicos que en ocasiones se quedan en la bandeja de Spam incluso aunque contengan promociones interesantes.

Además de promociones y ofertas diseñadas específicamente para cada consumidor, los chatbots pueden brindar información detallada sobre productos y servicios, ofrecer asistencia personalizada para la selección de los mismos, responder preguntas, procesar pagos.

Esto ayuda a los clientes a tomar decisiones informadas de compra, ayudando a las empresas a vender más. De la misma forma, los chatbots también pueden ayudar a las empresas a mejorar la satisfacción del cliente a través de la automatización de procesos para reducir el tiempo de espera y la frustración.



En conclusión, ante un escenario desafiante, es importante que las empresas sepan que la mitigación de los riesgos económicos que enfrentarán este año se encuentra en buena medida en la forma en la que interactúan y crean una relación con sus consumidores. Hacerlo desde apps en las que la gente quiere conversar y mediante estrategias enfocadas en generar eficiencias y vínculos con los compradores, es fundamental para conseguir los resultados que mitiguen el impacto económico antes descrito.

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/>