



Mensajería para fortalecer la logística del e-commerce en México

CIUDAD DE MÉXICO. 29 de marzo de 2021.- La pandemia por la COVID-19 generó un importante cambio de hábitos en los compradores mexicanos, quienes cada vez están más acostumbrados a pedir productos en línea y recibirlos en casa. Esto vuelve muy importante el proceso de logística para las empresas que quieren realizar entregas eficientes y satisfactorias para el cliente. De acuerdo con la [Asociación Mexicana de Ventas Online \(AMVO\)](#), el 56% de los consumidores mexicanos declararon haber hecho al menos una compra en internet en enero de este año.

De ese porcentaje, es importante mencionar que el 60%, de acuerdo con la misma organización, indican que prefieren comprar en línea por la ventaja de recibir sus productos en la puerta de su casa, sin arriesgarse a un contagio al acudir a las tiendas físicas. Sin embargo, un consumidor cada vez más acostumbrado a ese tipo de experiencia de compra se vuelve más exigente, y la necesidad de conocer el estatus de sus envíos se incrementa, lo cual se vuelve clave dentro del *customer journey*.

Para atender esa expectativa del comprador, las compañías requieren estar disponibles para sus clientes, mediante canales o apps de mensajería, que sean personales e íntimas y les permitan ofrecer una experiencia como la que sus consumidores tienen al iniciar una conversación con un amigo o familiar. Hacerlo, derivará en una experiencia conversacional rápida, personalizada, y que ponga a la empresa 'a un clic' de distancia del cliente.

Para acompañar al consumidor cuando tenga un problema que resolver respecto a la entrega de sus pedidos, las empresas deben ponerse a disposición del cliente mediante todos los canales de mensajería disponibles: WhatsApp, SMS, Business Messages de Google, Facebook Messenger, Instagram, Apple Business Chat, Twitter, entre otros. Estar presente para los consumidores en todos esos canales de contacto directo es relevante, ya que ellos eligen el canal mediante el cual se quieren comunicar con la empresa dependiendo de sus preferencias, el momento, las circunstancias y del tipo de servicio que requieren.

Las soluciones de Auronix permiten a las empresas mantener a sus clientes informados a través de notificaciones oportunas sobre el estatus de un envío para crear una experiencia conversacional enfocada a las compras en línea. Además, ofrecen la capacidad a las compañías de responder de forma automatizada mediante bots, y combinan la inteligencia artificial de esa tecnología con el trabajo humano, cuando por tratarse de situaciones particulares, dichos bots no consiguen resolver la duda en cuestión. Una encuesta de Accenture indica que la satisfacción del cliente se incrementa de 60% a 88% cuando se emplea



un modelo híbrido de interacción con el cliente, que combina Inteligencia Artificial con asistencia humana.

“En Auronix sabemos que los consumidores, cuando piden un producto en línea, quieren estar muy atentos del estatus y que su producto llegue sin inconvenientes. En caso de haberlos, quieren ser notificados y saber de forma oportuna cómo se resolverá. Por ello, nuestras soluciones se basan en dos enfoques: el outbound, que consiste en herramientas para el envío y orquestación de mensajes proactivos o notificaciones; y el inbound, que consiste en una plataforma omnicanal para que las empresas puedan atender a sus clientes cuando acuden a ellos con dudas por resolver, utilizando chatbots y agentes humanos, sin importar el canal por el cual los busquen. Todo esto, gestionado de forma unificada para facilitar ese proceso a las empresas”, explicó Martín Urrutia, co-CEO de Auronix.

Actualmente, la rapidez y visibilidad que un negocio puede ofrecer al cliente durante la logística son de los principales motivadores para comprar en línea en México. Es por eso que la importancia de dar visibilidad al cliente en todo momento y gestionar esa interacción mediante canales de mensajería, por la inmediatez que ofrecen y la facilidad para establecer contacto, es fundamental.

Hoy en día, según la AMVO, el 30% de los mexicanos asegura que comprarían en un negocio cuyo proceso de devolución es sencillo y el 20% cuando el tiempo de entrega es más corto. Mediante las plataformas de mensajería, las empresas pueden acompañar al cliente durante ese proceso para hacerlo más eficiente al mismo tiempo que hacen más transparentes las entregas.

Atender al consumidor en el momento adecuado y por el canal que prefieren, permite a las empresas estar completamente disponibles para la resolución de dudas, generando una experiencia omnicanal y automatizada. Esto se vuelve muy importante actualmente, en una época en la que la eficiencia y la inmediatez son la clave para conectar y generar *engagement*, además de ganar la preferencia del consumidor.

###

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/>