

Mensajería instantánea será motor de ventas durante temporada de fin de año

- *77% de los usuarios admiten que quieren comprar desde canales de mensajería.*
- *La cifra de adopción de la herramienta link de pago incrementó en 267% en 2021.*
- *Más del 20% del total de los ingresos de las pymes proviene del comercio electrónico y de redes sociales.*

Ciudad de México, 3 de noviembre de 2021.- Los mensajes instantáneos (vía SMS, WhatsApp, o redes sociales) no solamente forman parte de nuestra vida diaria, también se han vuelto un factor de éxito en los negocios. Las conversaciones en tiempo real enriquecen la experiencia de los consumidores y desatan muchas posibilidades para los negocios de todos los tamaños.

Por lo mismo, el comercio conversacional será una herramienta clave para los negocios mexicanos que buscan aumentar sus ventas en línea en las temporadas de cierre de año. La alianza entre Auronix y Conekta ayudará a promover esta estrategia para que los negocios optimicen el comercio electrónico a través de servicios de mensajería instantánea y crear una experiencia de compra personalizada, fácil y segura.

El comercio conversacional se trata de una modalidad que utiliza canales de mensajería instantánea como redes sociales, WhatsApp o mensajes de texto para crear una relación directa y personalizada con el cliente. De acuerdo con Auronix - empresa dedicada a crear experiencias conversacionales para que las empresas puedan conectar con sus clientes - esta tendencia ha tenido un incremento de 30% en el último año.

Si consideramos que en México 92% de la población cuenta con un smartphone¹, que al menos 98% de los consumidores digitales lo utilizan como herramienta principal para hacer compras en línea² y que según datos de Auronix el 91% de los usuarios manifiestan su interés por intercambiar mensajes con las empresas, la oportunidad para generar comercio conversacional es inmensa.

El link de pago es una de las herramientas clave para lograr una experiencia de compra sencilla a través de mensajería. Éste se puede enviar por SMS, WhatsApp o redes sociales para que, en cuestión de minutos, el cliente elija su método de pago de preferencia, ya sea tarjeta, transferencia bancaria o efectivo. Su aplicación democratiza el acceso a métodos de pago para los negocios ya que no es necesario contar con un sitio web, simplemente es necesario habilitar un canal existente para generar transacciones.

De acuerdo con Conekta - empresa experta en pagos en línea - la adopción de su link de pago, lanzado en el primer trimestre de 2020, creció un 132% en apenas el primer mes.

¹ The Competitive Intelligence Unit

² Estudio de Venta Online, AMVO 2021

Conforme los negocios fueron optimizando su estrategia de pagos, la cifra de adopción entre sus usuarios incrementó en 267% para julio de 2021.

Diversificación de canales de venta en línea para pymes

Actualmente más del 20% del total de los ingresos de las pymes proviene del comercio electrónico y de redes sociales.³ Auronix estima que el 77% de los usuarios admiten que quieren comprar desde canales de mensajería y el 54%⁴ desean realizar todo el proceso de compra (pedido, pago, entrega) desde ese tipo de plataformas. En 2020 el número de pymes que venden en línea se incrementó en un 94.6%⁵ y sin duda, esto refleja que las estrategias para aprovechar el comercio conversacional aplican para negocios de todos los tamaños.

Sumado a lo anterior, la [Asociación del Internet MX](#) señala que la mensajería instantánea es la segunda actividad más realizada por los usuarios del país con un 83.9%, destacándose WhatsApp como la aplicación de mensajería más utilizada del mundo.⁶

Gracias al crecimiento de la economía digital las personas ya no solo habitan el mundo físico, sino que también coexisten en un mundo digital. El auge del comercio electrónico y el surgimiento de un usuario ávido de experiencias fáciles y seguras en línea ha puesto sobre la mesa la importancia de la personalización digital, y en donde la omnicanalidad y los pagos en línea tienen una función crucial.

###

Acerca de 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 27 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/>

Acerca de Conekta

Conekta es la compañía mexicana experta en pagos en línea. Fue fundada en 2012 por Cristina Randall, Héctor Cárdenas y Leo Fischer con la misión de desarrollar tecnología para habilitar la economía digital y que todos tengan acceso a ella. Conekta ha recaudado más de \$21 millones de dólares en dos rondas de inversión convirtiéndose en el experto en pagos en línea de México. Hoy, más de 7,000 comercios y millones de mexicanos pagan en línea, de forma simple y segura gracias a nuestra tecnología.

Para más información consulta la página web y redes sociales: LinkedIn, Twitter y Facebook

³ Estudio sobre Venta Online en PyMEs. AMVO. (2021)

⁴ "Impactos de la Covid II". Estudio encargado por Facebook IQ y realizado por Offerwise con mexicanos usuarios de internet y mayores de 16 años en abril de 2021.

⁵ Estudio de Venta Online, AMVO. (2020)

⁶ [Statista](#)