



Back to School: ¿qué empresas deben apostar por la mensajería con estudiantes y padres de familia?

CIUDAD DE MÉXICO. 12 de agosto de 2021.- El próximo 24 de agosto, de acuerdo con la [Secretaría de Educación Pública \(SEP\)](#), dará inicio el ciclo escolar 2021-2022 en México. Esto, previo al regreso a clases, crea una necesidad en los estudiantes y padres de familia por establecer contacto no solo con las escuelas de los diferentes niveles educativos si no con diferentes tipos de empresas, como comercios de retail e instituciones bancarias.

Desde la perspectiva de Auronix, empresa mexicana de tecnología dedicada a crear experiencias conversacionales, la mejor forma de hacerlo para generar vínculos con la comunidad estudiantil es utilizar una estrategia de comunicación basada en mensajería instantánea porque el atenderlos por los canales que prefieren de forma unificada incrementa en un 92% su satisfacción.

- **Escuelas**

Sin importar el nivel educativo, las escuelas requieren estar en constante comunicación con sus alumnos y padres de familia. Pero lejos de hacerlo de la forma tradicional, enviando correos electrónicos o mediante documentos físicos, las instituciones educativas deben innovar y migrar su comunicación a través de experiencias conversacionales usando canales de mensajería como una nueva herramienta de marketing educativo.

Primero, para informar la fecha del inicio de las sesiones, así como para indicar que el retorno a las aulas de manera presencial será opcional. Para ello, las escuelas pueden usar canales como WhatsApp, Facebook Messenger, SMS o RCS.

Por tal motivo, estas plataformas deben ser empleadas para informar a los alumnos y padres de familia sobre las fechas de inscripción, los requerimientos tecnológicos para aquellos que tomarán clases online, medidas y protocolos sanitarios para quienes decidan acudir a las aulas, así como los precios de colegiaturas y útiles escolares en caso de tratarse de instituciones privadas.

Estos canales, del mismo modo que Apple Business Chat o Business Messages de Google, permiten, además de informar proactivamente a los usuarios sobre aspectos relevantes al regreso a clases, estar disponibles para que alumnos y padres de familia los contacten siempre que tengan una duda o requieran información.

- **Retailers**

Con el regreso a clases, los retailers comienzan a ofrecer una serie de productos que los estudiantes necesitarán para acudir a clases, desde útiles escolares hasta tabletas electrónicas y smartphones en caso de tomar las sesiones vía remota. Es por eso que este tipo de tiendas



pueden utilizar la mensajería instantánea y las notificaciones *push* para enviar ofertas o promociones, listas de precios, catálogos de los diferentes productos, compartir la ubicación de sus sucursales, así como la disponibilidad de los artículos.

Es importante mencionar que estos negocios pueden emplear el uso de asistentes virtuales o chatbots automáticos que contesten las dudas más frecuentes de los clientes, como ubicaciones, precios y productos disponibles, combinando la interacción humana para las dudas más específicas que resulten en el consumidor.

Sumado a lo anterior, la mensajería instantánea le permite a los comercios obtener información para conocer más al cliente y su contexto, con el fin de personalizar la experiencia conversacional al ofrecer productos y promociones. Esto se logra conectando los datos proporcionados por los clientes, tales como la ubicación, la frecuencia de sus compras, las sucursales que más visitan, entre otros; con los sistemas o CRMs de las retailers.

Toda esa data se gestiona usando un *software* empresarial, como Calixta, que permite alinear cada chat al contexto del consumidor, con el objetivo de que la interacción sea más personalizada. Por ejemplo, conociendo datos como el historial de compras, puedes saber en qué momento y a qué clientes ofrecer un crédito, por mencionar un ejemplo.

- **Banca**

¿Qué sucede si el consumidor requiere hacer las compras escolares a meses sin intereses? Los bancos deben establecer una estrategia de contacto con los clientes, sobre todo cuando se necesita notificar sobre fechas de corte, enviar notificaciones sobre saldos pendientes por pagar, para así ofrecer nuevas líneas de crédito previo a las compras de esta temporada. Este tipo de instituciones requieren un orquestador que centralice la comunicación y no únicamente lance notificaciones de forma aleatoria.

Esto es relevante sobre todo si consideramos que debido a la pandemia y a las restricciones sanitarias, muchos padres de familia optarán por continuar con las clases online, por lo que la demanda de computadoras, tablets y otro tipo de electrónicos que suelen ser adquiridos a meses sin intereses, se incrementará. De hecho la [Asociación Mexicana de Ventas Online](#) indica que 'Tecnología' es la tercera categoría de mayor interés entre los mexicanos actualmente con el 38%.

Las interacciones antes descritas permiten que las empresas y escuelas gestionen una estrategia de comunicación omnicanal en la que se ponga al consumidor al centro, para poderle contactar desde cualquier plataforma y en el momento adecuado, y estar disponibles para que estos los contacten en el momento que lo deseen.

Por ello, es importante siempre tener en cuenta que el envío de mensajes no es suficiente, sino que el consumidor debe sentirlos personales, demostrando que la empresa realmente conoce



sus necesidades, lo que permite entregar el texto correcto, en el canal adecuado, para generar una conexión más cercana.

###

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 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 HSBC, Estafeta, Caja Popular Mexicana, Totalplay, entre otros.

Para más información sobre los servicios que ofrece Auronix, consulta <https://www.auronix.com/>