



## WhatsApp Business App o Platform: ¿cuál necesita tu negocio?

**CIUDAD DE MÉXICO. 19 de julio de 2022.-** Comunicarse de forma directa y personalizada con los usuarios es una necesidad para las empresas de cualquier tamaño y sector. Una de las plataformas más efectivas para establecer contacto y generar una relación estrecha con el consumidor es WhatsApp, la aplicación de mensajería instantánea que hoy en día la [utiliza el 91% de los mexicanos](#).

Pero no todas las empresas tienen las mismas necesidades. Dependiendo del tamaño de la compañía y/o comercio, es necesario saber qué plataforma de WhatsApp se requiere. Auronix explica que en la actualidad existen dos opciones para aquellos negocios que quieren sumarse a las experiencias conversacionales en WhatsApp: Business App y Business Platform.

### ¿Cuál es la que necesita tu negocio?

- **Micro y pequeños negocios**

Este tipo de empresas pueden atender sus necesidades con WhatsApp Business App. Se trata de una aplicación gratuita que puede ser instalada en cualquier tableta o smartphone que utilice el negocio.

Las empresas pueden gestionar las conversaciones en WhatsApp Business App utilizando un solo número hasta en cinco dispositivos, para comunicarse simultáneamente con los usuarios que acuden a la compañía. Esta plataforma al ser manual, también puede ser operada desde el navegador web.

En caso de que no exista un asesor disponible, el personal puede programar una serie de respuestas automáticas para no dejar de responder al usuario e incluso hacerle saber en qué horario habrá una persona operando nuevamente el chat para continuar con la conversación, lo que hace saber al consumidor que no está siendo ignorado y que sus dudas serán resueltas en breve.

- **Empresas medianas y grandes**

Las empresas de mayor tamaño deben acudir a Business Platform, que permite operar a gran escala para quienes tienen cientos de miles de interacciones al día y para quienes la operación manual ya no es viable.

En esta plataforma puede atender tanto con chatbots automáticos como con asesores de la compañía, en un modelo de atención híbrido. Esto permite interactuar 24/7, ya que la



inteligencia artificial puede responder de forma autónoma el 90% de las preguntas más frecuentes. Incluso, es posible establecer un horario de atención predeterminado para que el usuario sepa en qué momentos es posible hablar con un asesor y cuándo está disponible únicamente el chatbot.

A diferencia de Business App, se permiten las integraciones back-end lo que incrementa la posibilidad de funcionalidades y de gestión de datos creados en cada conversación. Al integrar esta plataforma al CRM de la compañía, es decir con el sistema de gestión de relación con el consumidor, permite no solo personalizar los chats conforme se interactúa, sino además generar perfiles más precisos de los clientes. Esto es un aspecto fundamental para el 64% de los mexicanos, de acuerdo con datos de Auronix.

Otra de las ventajas para las empresas que implementan esta plataforma, es la verificación de su cuenta. Cuando las empresas se comunican mediante una línea verificada, incrementan el nivel de confianza del 29% de los usuarios mexicanos, de acuerdo con la [AMVO](#).

También ofrece la posibilidad de integrar una pasarela de pagos, como el caso de Visa, Open Pay y Conekta, por mencionar algunas, para que el consumidor pueda pasar en un clic a la plataforma de pagos, y recibir sus comprobantes dentro del mismo chat, regresando así a la conversación para realizar sus últimas consultas, conocer detalles sobre la fecha de entrega, el monto pagado y concluir su compra.

## ¿Cuándo utilizar WhatsApp?

Siempre, tanto antes, como durante y después de que el usuario compra. Los comercios pueden iniciar interacciones con clientes potenciales mediante anuncios publicados en redes sociales, particularmente en Instagram y Facebook, en donde se puede añadir un botón de 'Click to WhatsApp'. Aquí es en donde contar con la integración a un CRM genera ventajas importantes, ya que mediante los datos recopilados en este sistema se pueden enviar recomendaciones más adecuadas de acuerdo a la preferencia de cada comprador.

Durante la venta, los comercios deben procurar la creación de experiencias de compra positivas que mantienen al usuario realmente involucrado en la conversación. Es decir, que la interacción genere valor para que se produzca más curiosidad en torno al producto, se incremente el interés por comprar, y exista una mayor motivación para ir paso a paso hasta el clic en 'Pagar'.

Por ejemplo, para la compra de boletos de avión, el usuario puede realizar la solicitud desde el chat y dar a conocer los detalles de su compra: desde el lugar de destino; el día y horario solicitado; el tipo de equipaje, el asiento que requieren, entre otros, para generar la solicitud sin abandonar la conversación, y únicamente pasar al pago.



Además, es importante que las compañías gestionen una estrategia de servicio al cliente fluida mediante conversaciones, que permita contestar de forma automática a las dudas o sugerencias del consumidor y atender de forma puntual aquellos requerimientos más específicos.

Para todo lo anterior, es importante trabajar con un Business Solution Provider (BSP) oficial de WhatsApp, como Auronix. Esto significa la posibilidad de acceder al conocimiento técnico requerido para hacer las integraciones antes mencionadas, desarrollar chatbots 'best in class'; recibir soporte dedicado, entre otros beneficios. Todo lo anterior permitirá a las empresas operar de manera fluida concentrándose en el 'core' de su negocio, dejando la comunicación por WhatsApp en manos de un aliado tecnológico experto.

La necesidad de llegar al consumidor final por el canal en el que ya está presente y que utiliza durante gran parte de su tiempo online, es igual para todas las empresas sin importar el tamaño de su organización. Por ello, es importante evaluar cuál de las opciones antes mencionadas se adapta más y mejor a las necesidades del negocio, para comenzar a interactuar con los usuarios por WhatsApp, una app que forma parte del día a día de los *shoppers* del país.

### **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/>