



## 5 pasos para establecer una correcta estrategia de comercio conversacional en Navidad

**CIUDAD DE MÉXICO. 13 de diciembre de 2021.-** A diferencia del resto del año, diciembre es un mes con un alto dinamismo en cuanto a comercio se refiere. Por ejemplo, cifras de [Deloitte](#) indican que en 2020 el 57% de los mexicanos afirmaron que tenían intención de realizar compras navideñas, tanto online como en tiendas físicas, e incluso el 14% incrementó su gasto en comparación con el mismo mes del año anterior.

Este año, el escenario se prevé que sea similar. De hecho la [Asociación Mexicana de Ventas Online \(AMVO\)](#) indica que mientras en enero el 16% de los mexicanos realizan compras en línea, durante el último mes del año, ese porcentaje se eleva alrededor del 56%.

Es por eso que las empresas deben procurar una comunicación eficiente con sus consumidores con el objetivo de acompañarlos durante todo el *customer journey* y generar distintos beneficios como incrementos de lealtad, mejora en los niveles de conversión y mayores índices de satisfacción del cliente.

Por ello, Auronix recomienda seguir los pasos que se enlistan a continuación para generar una correcta estrategia de comercio conversacional durante el fin de año:

### 1. Asegúrate de estar en todos lados

El 91% de los mexicanos, según Auronix, admiten que quieren contactar a las marcas mediante mensajes. Pero, ¿por dónde hacerlo? Los clientes quieren escribir en el canal de su preferencia e incluso pasar de una a otra de manera indistinta, sin que la comunicación se vea interrumpida.

Auronix ofrece a las empresas todos los canales disponibles desde los tradicionales mensajes SMS y RCS hasta aplicaciones como WhatsApp, Business Messages de Google, Facebook Messenger, Instagram, Apple Messages for Business, Twitter, notificaciones push, correos electrónicos y voz.

### 2. Integra todas las conversaciones

Ya con presencia en todos los canales, las firmas requieren una plataforma para la gestión de la entrada y salida de los mismos. Para ello necesitan un ecosistema robusto que integre chatbots con inteligencia artificial para contestar automáticamente las dudas más frecuentes, así como plataformas de envío y atención, integración con pasarelas de pagos y sistemas empresariales.

Las empresas requieren, entonces, contar con un sistema con la capacidad de enviar notificaciones outbound por los distintos canales, ya sean automáticos o manuales, además de



un orquestador que permita enviar el mensaje correcto, por el mejor canal y en el momento adecuado. Del mismo modo, este sistema o plataforma deberá tener la capacidad de gestionar los mensajes entrantes en una sola pantalla, para respuestas más inmediatas y acertadas.

### **3. Chats ¿solo para conversar?**

No, la realidad es que en la actualidad los chats también son una ventana de ventas. De hecho, más del 70% de las personas piensan incrementar su gasto en comercio conversacional de acuerdo con Auronix, lo que implica una excelente oportunidad de atender y comenzar una venta exitosa desde estas plataformas.

Esto es fundamental si consideramos que actualmente el 71% de las personas admiten que compran desde sus smartphones según datos de [Marketing Charts](#). Eso, sumado a que la mensajería instantánea es la segunda actividad más realizada por los usuarios de internet con un 83.9% según la [Asociación del Internet MX](#), entonces genera una importante oportunidad de vincular los chats con las plataformas de eCommerce y hacer *match* con el consumidor.

### **4. Nunca descuides tus redes sociales**

La [Asociación del Internet MX](#) indica que el 91.4% de los mexicanos se conectan a diario a las redes sociales. Sumado a ello, el 29% de los mexicanos siguen a las marcas que más les gustan a través de esos canales y confían en el tipo de negocios con cuentas verificadas en Facebook, Instagram y otras, de acuerdo con la [AMVO](#).

Es por eso que las redes sociales son un punto importante que atender para cualquier negocio que quiere impactar positivamente en los potenciales compradores. Cifras de un estudio de [McKinsey](#) señalan que aquellos negocios que utilizan las plataformas sociales para promocionar sus productos y contactar a los clientes pueden incrementar sus ventas entre un 20 y 25 por ciento.

### **5. Conoce bien a tu cliente**

Con todo lo anterior, los comercios pueden comenzar a crear perfiles cada vez más detallados de sus clientes, con base en los datos que genera cada conversación, que les permitirá saber aún más sobre sus preferencias, los canales que eligen para conversar, incluso los horarios en los que más interactúan y los productos que prefieren.

Todo eso, ofrece la capacidad de generar mejores recomendaciones y, por ende, conversaciones cada vez más intuitivas y personalizadas que hagan que el usuario sienta que, al hablar con la marca, está chateando como cuando lo hace con algún amigo y/o familiar.

En un país en el que [8 de cada 10 mexicanos compraron en el Buen Fin](#), la última temporada de ofertas previa al fin de año, es importante que las empresas cuenten con una correcta estrategia de comunicación que les permita, basado en las recomendaciones anteriores,



posicionarse como la opción preferida de los compradores ante el sinfín de opciones para comprar que se vislumbran en este mes.

### **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 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/>