



4 formas de conectar a las empresas con las personas mediante comercio conversacional

CIUDAD DE MÉXICO. 21 de abril de 2021.- El 2021 representa para los comercios y empresas un año de oportunidades, como el crecimiento del 81% del comercio electrónico en México durante el año pasado [según la AMVO](#), pero también de diversos desafíos que encarar. Uno de ellos es conectar con sus clientes, necesidad que cada vez cobra mayor relevancia, derivado de los cambios en los hábitos de los consumidores y las demandas que tienen gracias a la pandemia.

¿Por qué los clientes quieren conectar con las marcas de forma efectiva?

Conectar con el consumidor es de suma importancia por diversas razones:

- Las personas quieren actualmente establecer un vínculo con las marcas que consumen, e interactuar con ellas como lo harían con un amigo o familiar. Para ello, la mensajería es el canal ideal debido a la inmediatez de su interacción, la cercanía que genera y el alto nivel de uso de las aplicaciones en la actualidad. Datos de Auronix indican que las personas en promedio pasan alrededor de 3 horas al día en *apps* de mensajería instantánea.
- Los clientes quieren establecer contacto con las marcas para resolver dudas o recibir atención al cliente. Este aspecto ha cobrado relevancia con la pandemia, en la que el 39% de los compradores, [según la AMVO](#), admiten que los principales motivadores que tienen hoy día para elegir un comercio es que tenga procesos de devolución rápidos y sencillos, además de tiempos de entrega cortos.

“Hoy las empresas necesitan mandar múltiples tipos de mensajes. Contar con un orquestador que centralice la comunicación y permita enviar mensajes por el mejor canal y en el momento en que el cliente lo requiere, es una necesidad fundamental que todo negocio tiene en un año lleno de retos en cuanto a interacción se refiere, más aún cuando los hábitos y el comportamiento del consumidor se han modificado derivado de la COVID-19”, consideró Adrián Villaseñor, Co-CEO de Auronix.

¿Cómo conectar?

1. **Crea un vínculo:** La primera forma de conseguir esa conexión empresa-cliente, desde la perspectiva de Auronix, es generando un flujo de comunicación mediante mensajes que no únicamente consista en el envío de textos de forma aleatoria en espera de respuestas del cliente, sino que genere contenido de valor para que el cliente se



acerque a la empresa en busca de información lo cual provoca una interacción mutua a lo largo de todo su *customer journey*.

- 2. Envía el mensaje correcto, cuando el cliente lo requiere:** Para ello es fundamental una estrategia bajo un enfoque de *orchestrated outbound*, que consiste en enviar mensajes a los usuarios de forma automática mediante inteligencia artificial en los canales, momentos y tonos correctos. Es decir, orquestar el envío de notificaciones en el momento que se requieren, sin volverse invasivo o molesto. Este enfoque ayuda principalmente en áreas como seguridad y cobranza, que requieren el envío de un gran número de notificaciones.
- 3. Disponibilidad siempre:** las empresas necesitan contar con una estrategia *inbound* correcta para atender los mensajes entrantes de parte de los clientes, en tiempo real, en los canales de su preferencia. Todas aquellas dudas y preguntas que el consumidor hace directamente a la empresa, deben ser atendidas por diversos canales, cuando el consumidor lo prefiere, de forma clara e inmediata, lo cual se puede lograr combinando chatbots y agentes humanos.
- 4. Ten presencia en todos los canales:** Para volver esa experiencia más robusta, Auronix recomienda tener a la mano todos los canales de mensajería disponibles para el cliente, tales como WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram, Apple Business Chat, Business Messages de Google, Twitter, correo electrónico, además de plataformas como SMS, RCS. Contar con todas esas plataformas para establecer contacto ayuda a que la conversación sea omnicanal, es decir, que el cliente pueda contactar a la marca desde su canal preferido sin fricción en la comunicación.

Los servicios de Auronix ayudan a las empresas a desarrollar una experiencia conversacional que les permita ofrecer una interacción dinámica en la que, además de chatear, el consumidor pueda explorar productos, finalizar compras, hacer pagos, consultar información, recibir atención, todo desde diversos canales de mensajería sin interrupción entre uno y otro.

###

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/>