



Cómo Betterware guía a sus 65 mil distribuidoras mediante WhatsApp

CIUDAD DE MÉXICO. 23 de agosto de 2021.- Una de las principales características de Betterware, una marca líder en el país en soluciones para el hogar, que vende a través de modelo de venta directa, es la cercanía que tiene tanto con sus clientes como con sus decenas de miles de distribuidoras.

Durante la pandemia, la empresa registró un crecimiento inesperado del 200% en ventas, lo que aumentó el número de dudas y demandas de parte de las distribuidoras y asociadas, y a su vez la necesidad de establecer una comunicación más directa.

La compañía necesitaba comunicarse por un canal que fuera fácil, rápido, informativo y resolutivo para el *staff*, pero sobre todo que fuera inmediato y cercano, contrario a lo que las líneas telefónicas y los correos electrónicos brindan.

Betterware ya contaba con 15 líneas de WhatsApp distintas, operadas cada una por un colaborador, para atender a cerca de 40 mil distribuidoras. Pero ante el crecimiento inesperado en la demanda antes mencionado, se vieron rebasados en el proceso de atender el número de solicitudes y dudas que las distribuidoras tenían hacia la compañía. Ante la necesidad de optimizar la comunicación, acudieron a Auronix, empresa mexicana dedicada a crear experiencias conversacionales en canales de mensajería, para la implementación de un chatbot mediante WhatsApp que actualmente atiende a 65 mil distribuidoras mediante una línea única, homologada e integrada en una sola plataforma.

"Para empresas como Betterware, que tienen un nivel de interacción muy alto con sus stakeholders, era fundamental encontrar un canal de comunicación que fuera directo y sencillo. WhatsApp cumple con estas características, además de que es una aplicación a la cual están acostumbrados desde los más jóvenes hasta las personas mayores, lo cual es fundamental si consideramos la variedad de edades que existen entre las distribuidoras y asociadas de la empresa", explica **Gerardo Vera, Chief Revenue Officer de Auronix.**

Si bien el número de personas que atienden las conversaciones mediante esa línea verificada y oficial de Betterware creció de 15 a 60 personas, la empresa consiguió un ahorro importante si consideramos que, de no ser por esta tecnología, el número de nuevos empleados habría sido de hasta 150, de acuerdo con estimaciones de la firma.

En primera instancia, el chatbot resuelve de forma automática las dudas que tienen las distribuidoras como, "¿Cuántos puntos tengo?", "¿Cuánto me falta para alcanzar un premio?", entre otras.



El porcentaje de dudas resueltas automáticamente depende del *expertise* de la distribuidora: en el caso de aquellas líderes que son más experimentadas y que, por ende, tienen dudas más específicas, el 80% termina hablando con un ejecutivo luego de que el chatbot le brinda información. Por otra parte, con las afiliadas nuevas y de menor experiencia, apenas el 20% llegan a hablar con un operador humano, el resto resuelven sus dudas de forma automática con el apoyo del chatbot.

Contar con esta interacción directa con las distribuidoras es importante si consideramos que la fuerza de ventas de la empresa actualmente es de 1,200,000 asociadas y 65,000 distribuidoras. No contar con la tecnología necesaria para optimizar esa interacción pudo haber derivado en procesos de venta interrumpidos, deserciones y disminución de ventas, al no tener la capacidad de atender la alta demanda que, desde el año pasado, la empresa registra.

Hoy, la línea de contacto directo vía WhatsApp de Betterware está abierta únicamente a distribuidoras, pero la empresa ya abrió un canal en Facebook Messenger y Business Messages de Google hacia el público, en donde éste puede descargar el catálogo de productos e incluso afiliarse a la compañía para comenzar a vender y obtener ingresos.

“El chatbot fue una herramienta fundamental para atender la ola de necesidades de parte de las distribuidoras que derivó de la pandemia. De esta manera pudimos ayudarlas a continuar con la alta dinámica de ventas, que resultó inesperada pero muy positiva, y con esta tecnología proporcionada por Auronix nos fue posible contener la demanda registrada el año pasado”, explicó **Jesús Martínez, Gerente de Comunicación Comercial de Betterware.**

Otro cambio importante derivado de la pandemia fue la reestructuración interna en la empresa, que ante la imposibilidad de hacer visitas a los domicilios de los clientes, convirtió a sus 270 gerentes de venta de campo en distribuidores, quienes ahora interactúan con la empresa vía WhatsApp y gestionan sus propias redes de asociadas y vendedoras remotos.

El anterior es un ejemplo de cómo una estrategia de comunicación basada en aplicaciones como WhatsApp, que actualmente es la más utilizada en el mundo con alrededor de 2 mil millones de usuarios, hace que la interacción dentro de tu negocio con los colaboradores se vuelva más directa, sencilla y ágil para la resolución de problemas a diferencia de los métodos tradicionales, como los correos electrónicos. Esa comunicación se puede, desde luego, replicar en modelos creados para comunicarse con los consumidores, quienes, tal y como los empleados de las firmas, a su vez tienen sus propias dudas y demandas que resolver.

###

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/>