



¿Cómo transformas a un cliente irritado en un comprador satisfecho mediante mensajes?

CIUDAD DE MÉXICO. 29 de noviembre de 2021.- El uso de chatbots para crear experiencias conversacionales entre empresas y clientes es muy común. Pero las compañías necesitan saber, antes de crearlo para conversar con usuarios y potenciales compradores, que no existe una fórmula única para establecer esta comunicación: cada chat es distinto y único.

Ante ello, existen diversos escenarios que las empresas pueden afrontar: desde aquel consumidor que está entusiasmado y dispuesto a comprar; hasta aquellos que, derivado de alguna problemática en el proceso, se encuentran molestos e irritados.

Lo anterior puede deberse a diversos factores: una entrega fuera de tiempo, un producto que llegó y no es el que se prometió, una atención deficiente por parte del personal de la empresa, entre otras.

Desde la perspectiva de Auronix, empresa mexicana dedicada a simplificar y automatizar la interacción entre las marcas con sus clientes en canales de mensajería, este tipo de circunstancias pueden resolverse siguiendo los siguientes consejos:

1. Escucha atento la demanda de tu cliente

Las empresas requieren estar disponibles, en todo momento, para que el cliente los contacte por el canal que prefieren, por lo que es importante contar con todos los canales posibles.

Además de estar ahí, de forma inmediata, requieren de la tecnología adecuada para atender las diversas conversaciones entrantes, de forma precisa y personalizada. De no ser así, pueden caer en el vicio de contestar las distintas solicitudes de forma similar, lo que disminuye el nivel de personalización que el cliente busca al querer resolver un problema.

2. Utiliza un modelo híbrido de atención

Las respuestas automáticas de los chatbots hoy en día pueden resolver en promedio el 90% de las dudas de los usuarios; pero ojo: cuando los clientes están molestos generalmente sus preguntas y demandas son más específicas y enfocadas a un problema en particular.

Comenzar la interacción únicamente utilizando inteligencia artificial, los hará sentir poco escuchados, lo que genera una imagen de desinterés de parte de la empresa.

Lo más conveniente, es utilizar un modelo híbrido que combine las ventajas de un chatbot automático con la asistencia de agentes humanos, lo que incrementa la satisfacción del cliente de 60% a 88%, según Accenture.



3. Estrategia de atención omnicanal

Los clientes, en la actualidad, eligen el canal mediante el cual se quieren comunicar con la empresa dependiendo del momento, las circunstancias y del tipo de servicio que requieren.

Dicho lo anterior, un cliente molesto puede comenzar su solicitud de aclaración inmediatamente después de salir de una tienda física, desde su celular y continuar en casa mediante alguna otra plataforma. Auronix pone a disposición de sus clientes canales como WhatsApp, SMS, RCS, Business Messages de Google, Facebook Messenger, Instagram, Apple Messages for Business, Twitter, notificaciones push y correos electrónicos, para que las compañías estén siempre disponibles por cualquier canal que sus consumidores prefieran.

Las interacciones desde todos esos canales, son centralizadas en una plataforma que permite a los agentes ver el historial de las interacciones del cliente, además de que logra que el usuario pueda pasar de una aplicación a otra sin que la comunicación se interrumpa.

4. Ofrece inmediatez

Cuando un consumidor irritado contacta a la empresa frecuentemente busca respuestas inmediatas. No hacerlo y dejar a ese usuario esperando, puede incrementar su enojo y dar un golpe directo a la reputación de tu empresa.

Para lograrlo, las empresas necesitan de un aliado que los ayude a generar interacciones dinámicas. Es importante mencionar que, a diferencia de las llamadas de voz, la mensajería instantánea permite que un solo colaborador atienda hasta 10 conversaciones de forma simultánea en lugar de una sola llamada a la vez. Esto abona a tener más empleados dedicados a la respuesta inmediata contra tener al cliente esperando, muy molesto, en la línea.

5. Se intuitivo y personaliza la conversación

Todos los puntos anteriores generan interacciones tan fáciles y personalizadas como las que los clientes tienen con amigos y familiares, algo que las personas buscan cuando le escriben a las marcas.

Es así como a través de la mensajería y utilizando datos del comprador para conocer su comportamiento de compra, puedes generar una relación más íntima con el cliente, lo que incrementará el nivel de lealtad hacia el futuro.

En épocas como el fin de año en donde 8 de cada 10 usuarios en México tienen la intención de realizar la compra de al menos un producto, según la [Asociación Mexicana de Ventas Online](#), es importante contar con la tecnología necesaria para atender a los clientes ante los diversos escenarios que se pueden presentar, tanto para aquellos que compran sin fricciones como para los que, en el camino, se encuentran con inconvenientes.

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/>