



## 5 mensajes comunes de los clientes y cómo contestarlos adecuadamente

**CIUDAD DE MÉXICO. 23 de febrero de 2022.-** Las experiencias conversacionales o chatbots en la actualidad son un aspecto fundamental en la estrategia de comunicación de las empresas.

Una gran cantidad de esas experiencias no inician con una notificación proveniente de la empresa, sino que parten desde que un consumidor busca aclarar sus dudas. Los siguientes, de acuerdo con [Auronix](#), son 5 de los mensajes más comunes de los usuarios y la forma correcta de contestarlos para generar una experiencia conversacional satisfactoria:

- **¿Dónde está mi paquete?**

Este mensaje es común para las empresas que entregan a domicilio y desde luego para las firmas de logística.

Para ello, es fundamental contar con un chatbot que pregunte al usuario el código de rastreo o número de guía, para que pueda informar correctamente sobre el estatus del paquete, sin necesidad de salir de la conversación. Es por eso que el chatbot debe estar conectado a los sistemas de la empresa en tiempo real, para ofrecer esa información de manera precisa.

Esta duda es relevante ya que el 87% de los usuarios mexicanos, en la actualidad, solicitan que sus compras lleguen a su domicilio, según la [AMVO](#).

- **¿Pueden restablecer mi servicio?**

Sobre todo en empresas que prestan servicio, como son las firmas de telecomunicaciones, es común que los usuarios escriban mensajes como “No tengo internet” o “¿Qué pasa con la señal?” cuando se ven orillados, debido a fallas en el servicio, a acudir a la empresa en busca de una solución.

Por lo anterior, se recomienda que estas empresas cuenten con chatbots que contesten automáticamente y de forma sencilla las dudas más frecuentes y que a su vez sean capaces de enviar pequeñas infografías con las resoluciones más típicas con pasos básicos a seguir cuando se presenten fallas en el servicio, con el objetivo de que en pocos minutos el usuario pueda resolverlo.

A este tipo de empresas se les recomienda contar con un esquema híbrido de atención en el que, cuando se trate de resolver dudas más específicas, el usuario interactúe con un asesor de la empresa, para una atención más personalizada o incluso que sean capaces de convertir esa queja en una oportunidad de venta, por ejemplo cuando el usuario se queda sin saldo en el celular



- **¿Dónde encuentro éste producto?**

Este mensaje es común en las empresas de *retail*. En ocasiones, los usuarios acuden a los *eCommerce* o a las tiendas físicas y no tienen suerte con los productos deseados. Para este tipo de situaciones las marcas pueden optar por un chatbot que sea capaz de localizar de entre las sucursales cercanas, para posteriormente orientar al usuario sobre en qué tienda puede encontrar el artículo, o en su defecto brindarle información sobre el tiempo estimado para que lo que desea regrese al *stock* o incluso ofrecerle productos similares.

- **¿Cómo abro una cuenta?**

Las instituciones financieras, reciben una gran cantidad de mensajes con dudas básicas como la forma de aperturar una cuenta, o los pasos a seguir para obtener un estado de cuenta, entre otros.

Es fundamental que sin necesidad de salir del chat, el usuario pueda conocer los requisitos y documentos que requiere presentar, ya sea de forma física en sucursal o incluso adjuntándolos de forma digital en la misma conversación para comenzar el trámite sin salir del chat. Esto no se limita solo al momento de aperturar la cuenta, sino que es una función que puede utilizarse en otros trámites en el futuro, ya siendo tarjetahabiente.

Hacerlo desde esos canales es crucial si consideramos que el 80% de las empresas que ofrecen servicio al cliente planean abandonar las apps móviles para migrar su atención a la mensajería instantánea hacia 2025, según estimaciones de [Gartner](#).

- **¿Cómo devuelvo mi compra?**

La [AMVO](#) indica que el 25% de los mexicanos realizaron al menos una devolución de producto y/o cancelaron alguna compra durante 2021, lo que hace de esta una duda común.

Para ello, es importante contar con la información clara sobre el proceso de devolución, ya que [2 de cada 10 compradores consideran](#) que se trata de un proceso difícil, en donde las ubicaciones de sucursales y pasos para solicitar un reembolso se vuelven fundamentales.

Hoy en día, la misión de las empresas en materia de **comercio conversacional** no consta únicamente en contestar rápido, sino que se deben **generar respuestas orientadas a generar soluciones** a las demandas del cliente, independientemente de qué aspecto quieran resolver o de qué industria se trate.

Contar con un enfoque inbound para la correcta gestión de mensajes entrantes de parte de los consumidores, es la clave para responder de forma adecuada y, como consecuencia, iniciar una experiencia de atención omnicanal que impacte positivamente al usuario.



De ese modo se consigue no solo que la empresa esté disponible en todo momento, sino que tenga la capacidad de resolver los problemas y dudas que se pueden presentar durante los diversos pasos del *customer journey*.

####

### **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/>