



Comercio conversacional: ¿por qué será el protagonista del Hot Sale 2021?

CIUDAD DE MÉXICO. 06 de mayo de 2021.- Como cada año, el Hot Sale llega para elevar los niveles de venta en línea en el país. Muestra de ello, es el incremento de 68% en el número de personas que compraron el año pasado, según [la Asociación Mexicana de Ventas Online \(AMVO\)](#)

Pero ese incremento en las ventas conlleva una alta cantidad de dudas a resolver y demanda en la atención al cliente. Para atender lo anterior, la mensajería instantánea juega un papel fundamental, ya que es en esas apps en donde los mexicanos pasan alrededor de 3 horas al día y en donde el 91% de los consumidores quieren contactar a las marcas para generar una interacción tal y como la que tienen con sus amigos.

Es por eso que Auronix, empresa mexicana dedicada a crear experiencias conversacionales en canales de mensajería, te dice por qué motivos el comercio conversacional será el protagonista del Hot Sale 2021 y cómo es que puedes implementar los diversos canales de mensajería en tu negocio:

- **Mensajería: más que un simple chat**

Actualmente cuando hablamos de mensajería, más que pensar en textos planos y limitados a un sistema alfanumérico, debemos pensar en un vínculo como el que las personas tienen con sus allegados. Por ello, aunque los SMS son buenos, debes apostar por canales enriquecidos y dinámicos que permitan enviar imágenes; consultar inventarios mediante carruseles de productos o *list pickers*; e incorporar pasarelas de pago, rastreo de productos, entre otros, directamente desde el chat.

- **Omnicanalidad: el objetivo de utilizar todos los canales**

Dicho lo anterior, es importante que los comercios ofrezcan al consumidor una atención omnicanal en la que pongan a su disposición todos los canales disponibles, lo que les permite realizar la interacción, desde distintas plataformas, sin fricción.

Para conseguir esa interacción personalizada, intuitiva e inmediata, es importante contar con un aliado tecnológico, como Auronix, que te ayude a implementar todos los canales de mensajería disponibles como WhatsApp, SMS, RCS, Business Messages de Google, Facebook Messenger, Apple Business Chat, Twitter, notificaciones push, correos electrónicos, entre otros.

- **¿Adiós a los call center?**

Uno de los retos más importantes en la comunicación marca-consumidor es la manera en la que los comercios acompañan al cliente durante el *customer journey*. Para hacerlo



adecuadamente, debes estar disponible para el consumidor, en todo momento y a un clic de distancia, en lugar de hacerlos esperar en la línea y navegar durante varios minutos en un menú de opciones.

De hecho, el 61% de las personas elegirían enviar mensajes a una empresa en lugar de contestar el teléfono, de acuerdo con cifras de Facebook.

- **Más compras, más procesos de entrega**

Una de las áreas con las que más contacto quieren tener las personas es en la logística. Los clientes no quieren perder de vista ni un segundo sus paquetes y entregas, por lo que quieren estar en contacto directo y frecuente con la empresa a cargo de su traslado.

Es por eso que las empresas enfrentan el reto de diseñar una experiencia conversacional que, además de tener al cliente informado sobre sus paquetes por entregar, incrementa la satisfacción, así como el nivel de afinidad hacia la marca, lo que se traduce en más ventas en el futuro y lealtad.

*“Un ejemplo de esto es [Estafeta](#), que implementó una estrategia omnicanal que llegó a un 20% más de clientes que de otra forma no habrían sido contactados, lo que les hizo ganar más de 25 puntos en su índice de satisfacción del cliente y ahorró un 85% en sus costos de operación del Centro de Atención”, comenta **Martin Urrutia, Co-CEO de Auronix.***

- **Smartphone y su dominio en el e-commerce**

Cada vez más mexicanos están acostumbrados a comprar en línea y el 98% admiten que su smartphone es uno de los dispositivos que utilizan para hacerlo, [según la AMVO](#). Sí, es el celular el preferido de la gente para comprar, por lo que la interacción con el consumidor debe estar ahí.

Es por ello que las empresas deben contar con una plataforma que les permita orquestar la salida y entrada de mensajes de forma correcta, para enviar el mensaje adecuado, por el canal preferido del consumidor, en el momento preciso, en lugar de únicamente lanzar una serie de notificaciones que pueden invadir al cliente y hacer que termine por bloquear el número de contacto de la empresa.

*“En este Hot Sale, el comercio conversacional juega un papel fundamental para atraer la atención de los clientes. Enviar un mensaje y notificar a los usuarios mediante textos y conversaciones personalizadas, como las que realizan a diario, es crucial para generar engagement con los usuarios si consideramos que el 80% de ellos quieren enrolarse en una conversación cuando van a comprar”, concluye **Adrian Villaseñor, Co-CEO de Auronix.***



###

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/>