



¿Cómo recuperar al consumidor que ‘te olvidó’, desde un chat?

CIUDAD DE MÉXICO. 23 de junio de 2022.- Uno de los retos más importantes de los comercios en la era digital no solo es enfocarse en vender, sino en mantener una relación cercana y duradera con los usuarios que ya han adquirido sus productos, así como con aquellos compradores potenciales que aún no toman una decisión final.

Es decir, más allá de concretar la venta, se requiere trabajar en una estrategia de comunicación y servicio que genere lealtad con base en recomendaciones personalizadas y relevantes, que atienda a sus necesidades y esté disponible 24/7 mediante diversos canales para resolver dudas siempre que el cliente lo necesite.

Esto es importante si consideramos que, de acuerdo con datos de Auronix, el 91% de los usuarios son más proclives a comprar con aquellas marcas que reconocen y recuerdan, contrario a aquellas con las que nunca interactúan.

- **¿Cómo recuperar al usuario que no volvió a comprar?**

Cuando esto pasa, no necesariamente es porque no les haya gustado el producto, sino puede que se trate de una falta de identificación, o que la marca no aporte valor al usuario para mantener el contacto.

Los canales de mensajería instantánea son plataformas y aplicaciones en las que los usuarios pasan una muy buena parte del día enviando y recibiendo mensajes. Si bien las empresas deben utilizar esas plataformas para establecer contacto, deben saber que no solo se trata de enviar mensajes esperando respuesta.

Hay que hacerlo sin llegar a ser invasivos en el envío, ya que esto puede generar incomodidad, molestia, y como resultado un clic en el botón de ‘bloquear’ por parte del consumidor, en lugar de una reactivación exitosa.

Las empresas deben utilizar los mensajes para enviar actualizaciones sobre el estado de su producto/envío, recomendaciones de venta cruzada, descuentos para futuras compras, o bien sobre artículos relacionados con su compra anterior: por ejemplo, a los usuarios que compraron teléfonos celulares, se les pueden enviar ofertas sobre *cases* y *covers* para *smartphone*.

También es importante mantener una interacción en la que la empresa comparta tutoriales para fomentar el uso de los productos adquiridos, así como información sobre programas de recompensas y lealtad en torno a lo que adquirieron, de esta forma se da seguimiento a ese tipo de beneficios.



- **¿Cómo reactivar al usuario que abandonó el carrito?**

También existe el caso de aquellos usuarios que iniciaron el proceso de compra, pero que lo abandonaron a la mitad del camino. A ellos, es importante contactarlos de forma muy sutil y oportuna, en el canal que más utilizan y mediante notificaciones que le recuerden que dejó algún producto dentro del 'carrito'. Incluso, esos mensajes pueden ir acompañados de incentivos, como códigos de descuento y/o cupones para motivar que continúen con la compra.

Con esto en mente, Auronix recomienda utilizar una plataforma de outbound para enviar mensajes por cualquier canal: desde mensajes de texto vía SMS, hasta notificaciones enriquecidas en canales como RCS o WhatsApp.

¿Qué es outbound? Se trata del envío de mensajes por cualquier canal. Cuando este es orquestado con plataformas que permiten establecer reglas de negocio y priorizar la comunicación de ciertas áreas, entonces se vuelve un outbound inteligente y preciso, gracias al cual las empresas consiguen enviar el texto correcto, en el momento más adecuado y por el canal que el usuario prefiere. Es decir, en lugar de mensajes sin contexto, se genera una interacción que se adapte al consumidor, para entonces enviar no solo una serie de caracteres sino un contenido de valor.

- **¿Por dónde enviar esos mensajes?**

En ambos casos, las empresas deben buscar la forma de hacer que la interacción se sienta cercana. Para ello se debe contactar desde plataformas que utilizan a diario, como WhatsApp, Facebook Messenger, DM de Instagram, entre otras.

Toda vez que el usuario comienza a interactuar, es importante hacerlo con un esquema híbrido que, por una parte, haga uso de chatbots automáticos que contestan de inmediato al usuario, junto con el trabajo de los asesores que atienden preguntas o dudas más específicas. De lo contrario, interactuar únicamente con el bot, puede generar fricción al momento en el que el asistente virtual no conteste correctamente, lo cual puede hacer que el usuario abandone la conversación.

Todo lo anterior, es importante si consideramos que, de acuerdo con Auronix, el 63% de los consumidores cambiaría a una empresa por otra que utiliza mensajes instantáneos. Razón suficiente para olvidar los métodos tradicionales de contacto y comenzar a chatear, en busca de vender más y a nuevos clientes y no perder la lealtad de quién ya conoce a la compañía.

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 28 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/>