



Así fue como la mensajería duplicó la conversión y redujo 90% los costos para Caja Popular Mexicana

- ***Con el uso de mensajes RCS y SMS, la empresa incrementó al doble la tasa de respuesta que la cooperativa de ahorro y préstamo tenía con métodos tradicionales como las llamadas telefónicas.***

CIUDAD DE MÉXICO. 26 de julio de 2021.- Las empresas de servicios financieros requieren establecer un contacto directo y sin fricción con sus clientes. Ya sea para ofrecer nuevas opciones o líneas de crédito, mantenerlos informados o eficientar el proceso de cobranza, la mensajería es una herramienta fundamental para estas compañías.

Ejemplo de ello es [Caja Popular Mexicana](#), que de la mano de Auronix, recurrió a los mensajes de texto para conseguir la optimización de costos que con un *call center* no habrían obtenido. La empresa tenía el reto de aumentar su cartera de crédito a \$5,000 millones de pesos y elevar la tasa de conversión, para lo cual habría requerido de 60 nuevos ejecutivos de atención al cliente y 300 agentes de campo en caso de hacerlo mediante llamadas telefónicas y visitas presenciales de cobranza.

En su lugar, la cooperativa de ahorro y préstamo implementó en 2020 una estrategia de contacto mediante mensajes RCS (Rich Communication Service): se trata de un estándar de mensajería que ofrece funcionalidades como compartir fotos y videos; el uso de botones; y el despliegue de carruseles entre otras cosas. Es decir, RCS es un canal enriquecido que combina lo mejor del email, los SMS y las apps, además está verificado por Google, lo que da mayor seguridad a los usuarios y es clave para la banca. También implementó la utilización del SMS que, aunque cuenta con menos funcionalidades, llega al 100% de los teléfonos celulares.

Además, gracias a la alianza que Auronix tiene con los carriers de comunicación de este tipo de mensajes, los usuarios pueden recibirlos y navegar por ellos sin necesidad de internet ni crédito, únicamente mientras exista cobertura móvil. Esto es importante en un país como México en el que [el 75.1% de la población tiene un teléfono celular](#), pero no todos cuentan con un plan de datos móviles y en donde existen zonas rurales en las que el acceso a la red es de [apenas 40.6%](#).

[Caja Popular Mexicana](#) había utilizado anteriormente los mensajes SMS, pero estos no eran enviados en tiempo real. Por ejemplo, en ocasiones los usuarios recibían una alerta de pago cuando ya habían liquidado el monto solicitado. Luego de migrar al servicio de Auronix, encontraron mejoras en su servicio de SMS gracias a una plataforma *self-service*, que se puede conectar al CRM y cualquier sistema empresarial, y que además brinda reportes robustos. Sumado a lo anterior, la cooperativa encontró que los mensajes RCS brindaron a la empresa una manera de interactuar más atractiva y que ofrece la posibilidad de enviar un



carrusel con diferentes opciones como 'Fecha y Monto de Pago', 'Liquidar tu crédito', 'Conoce las sucursales', 'Consulta de saldo', entre otras.

Además, con las respuestas obtenidas por los usuarios, [Caja Popular Mexicana](#) ahora puede identificar cuando el número de teléfono no es el del socio, motivo para enviar a un agente de campo a realizar la recuperación, en lugar de visitarlos a todos, lo cual significa un importante ahorro.

Los resultados fueron notables: la empresa incrementó al doble la tasa de respuesta vía mensajes en comparación con los SMS. Además, la tasa de conversión pasó de 3.5% a 7.2% con RCS, lo que a su vez duplicó el retorno de inversión de la cooperativa de ahorro y préstamo. Finalmente, los costos de cobranza de [Caja Popular Mexicana](#) se redujeron en un 90% en comparación con lo que habría gastado al utilizar llamadas telefónicas y agentes de campo.

“En la actualidad, las personas ven a las llamadas telefónicas y correos electrónicos como molestos e intrusivos al momento de que las marcas establecen contacto con ellos. Por otra parte, los mensajes instantáneos son considerados como un método más personal, rápido y discreto por el 81% de los usuarios de acuerdo con un estudio realizado por Auronix. Es por eso que creemos que el RCS es un canal de mensajería ideal para empresas con un alto volumen de interacción con los clientes, tales como bancos, aseguradoras, afores y de servicios crediticios”, indicó Martin Urrutia, Co-CEO de Auronix.

“Además de reducir nuestros costos e incrementar nuestra conversión, el RCS nos permitió establecer un contacto más personalizado e intuitivo con los clientes y mejorar la comunicación que ya teníamos al abrir un nuevo canal con el SMS. Esto mejoró la experiencia de usuario y generó un nivel de engagement que con otros métodos de contacto no habíamos conseguido. Las interacciones son más fluidas y efectivas al momento de atender las demandas del cliente, por lo cual esto significó un ganar-ganar para la compañía y nuestros usuarios”, señaló Juan Manuel Lemus, director de Crédito y Cobranza de Caja Popular Mexicana.

Las empresas no requieren únicamente notificar de forma aleatoria a los consumidores, sino que deben establecer un enfoque de gestión de comunicación orientado a hacer llegar el mensaje adecuado, en el momento correcto y por el canal que el usuario prefiera. Por ello, es fundamental contar con una amplia gama de canales y con la tecnología adecuada para orquestar y administrar los mensajes, tanto enviados como recibidos en tiempo real.

###

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/>