



Recuperación inteligente: cobros son hasta 62% más exitosos mediante mensajería instantánea

CIUDAD DE MÉXICO. XX de enero de 2023.- La mensajería instantánea dejó de ser una simple herramienta de comunicación entre personas para convertirse en una importante ventana de contacto entre empresas y usuarios con distintos fines. Uno de ellos, entre los más importantes, es la recuperación.

Este proceso es sumamente importante siempre; pero cobra mucha mayor relevancia cada que inicia un año nuevo ya que los negocios requieren enfrentar 'la cuesta de enero': un efecto que padecen millones de mexicanos por el aumento y la actualización de los precios de los productos que consumen a diario.

Es decir, la labor de cobrar saldos pendientes y solicitar pagos en tiempo a los usuarios que se ven impactados por ese fenómeno económico es más desafiante en enero que en cualquier otro mes del año.

Por ello es importante destacar que, según datos recopilados por Auronix, el uso de mensajes instantáneos en la creación de una estrategia de recuperación de cartera incrementa hasta en un 62% el éxito comparado con canales tradicionales como llamadas telefónicas y correos electrónicos, además de que reduce costos automatizando procesos.

- **¿Cómo chatear para recuperar?**

Las empresas deben saber que existen tres enfoques primordiales de recuperación inteligente mediante mensajes instantáneos:

- Enfoque preventivo. En esta etapa, antes de que el plazo de pago llegue a su vencimiento, las marcas deben enviar notificaciones como recordatorios de pago y otros mensajes proactivos en los que se le indiquen las ventajas de pagar a tiempo y los diversos métodos que puede utilizar para cumplir en tiempo y forma.

Esas notificaciones pueden ser sumamente creativas al enviar campañas con descuentos especiales y utilizar formatos innovadores en apps como WhatsApp para invitar al usuario a pagar. Por ejemplo, una empresa de telecomunicaciones envió una campaña en la que indicaba al cliente: "Si pagas tu servicio de telefonía a tiempo puedes gozar de un mes de suscripción gratis en una plataforma de streaming". De esa forma, de acuerdo con Auronix, se logra hasta un 96% más éxito en la recuperación en etapa temprana.

- Enfoque de recuperación. Considerando que en esta etapa ya se habla con usuarios deudores, entonces las interacciones deben ir orientadas a facilitar el pago. Para esto,



los canales de mensajería permiten utilizar funcionalidades como carruseles con opciones, envío de documentos y una experiencia dinámica en la que el cliente explore las opciones que tiene para pagar.

Por ejemplo, Caja Popular Mexicana utilizó una estrategia de RCS con la que duplicó su tasa de respuesta en cobros, comparado con los tradicionales SMS, y elevó su tasa de conversión de 3.5% a 7.2%, mediante el envío de mensajes visualmente atractivos e interactivos que invitaban al cliente a revisar su información de crédito y recibir, dentro del chat, un código para pagar.

- Enfoque de servicio. En esta etapa los clientes ya tienen una deuda mayor y de mucho tiempo. Por ello, es más probable que rechacen una llamada telefónica o que ignoren un correo electrónico. Es por eso que es de suma importancia acudir a mensajes instantáneos que tienen hasta un 89% más *open rate* que los métodos antes mencionados.

Por ejemplo, es usual que las instituciones financieras ofrezcan convenios de pago para los clientes que tienen deudas atrasadas de bastante tiempo. Esos convenios implican un pago considerablemente menor al monto que deben, pero con la condición de que se haga en una sola exhibición. A diferencia de las llamadas telefónicas, que a estas alturas de la deuda suelen ser rechazadas, los canales de mensajería instantánea son ideales para negociar este tipo de acuerdos. En ellos se muestran con claridad y de forma fácil las ventajas de realizar dicho pago, el monto y el plazo para hacerlo, lo que tiene un impacto mayor y eleva las posibilidades de conversión.

Los anteriores son ejemplos de cómo se deben dejar de enviar los clásicos mensajes de recuperación y crear una interacción mucho más intuitiva en la que, además de ser invitado a pagar a tiempo, el consumidor es motivado a continuar con la marca conociendo los beneficios de hacerlo desde canales en los que conversa todos los días.

Esto, de acuerdo con los datos de Auronix, genera ahorros para las empresas en materia de cobros y recuperación de hasta un 90%, ya que el uso de mensajería instantánea permite automatizar el proceso y reemplazar a las llamadas telefónicas y al personal de campo.

Es decir, en lugar de tener a asesores interactuando una llamada a la vez y visitando a los deudores de forma personal, implicando mayores gastos de transportación, viáticos, entre otros; los asesores pueden interactuar con varios usuarios de forma simultánea, sin necesidad de salir y apoyados con la automatización de los chatbots.

Hoy en día, los procesos de recuperación de las empresas deben evolucionar hacia el uso de plataformas innovadoras y canales de mensajería instantánea para conectar de mejor forma con los usuarios, generando una relación más cercana para que, al ser notificados sobre saldos



pendientes, los usuarios no ignoren los mensajes y sientan mayor confianza para concluir exitosamente el proceso.

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/>