

Comercio conversacional:

Omnicanalidad y el futuro
de la experiencia del cliente



Pasamos **4.5**
horas al día en
el celular...

... **83%** en
canales de
mensajería

91% de las personas quieren mensajearse con empresas

76% dicen que mensajear incrementa la **confianza en marca**

53% son más **proclives de comprar** de negocios a los que puedan mensajear

Atender por texto es **85% mas barato** que por voz

CSAT de **experiencia de cliente** por texto alcanza hasta **95%**

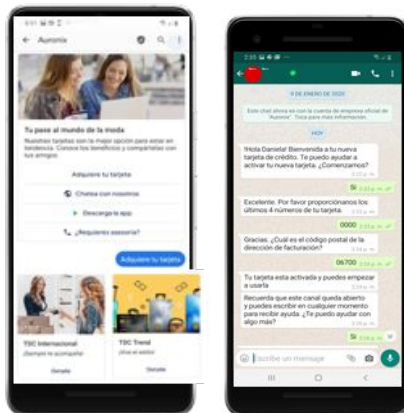


Los clientes han evolucionado

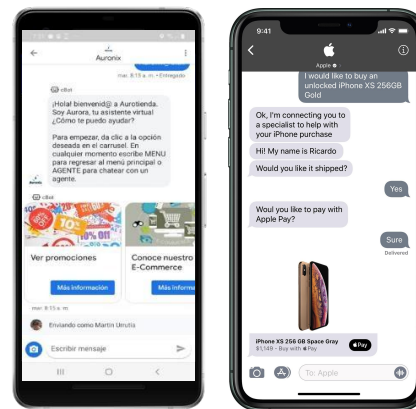
Notificaciones SMS



Notificaciones enriquecidas & conversaciones



Experiencias conversacionales & comercio conversacional



El mundo se está volviendo conversacional

Conversational Commerce

Conversational Banking

Conversational Logistics

Conversational Service

Conversational Utilities

Conversational Insurance

Conversational Travel

Conversational Hospitality

Conversational **EVERYTHING**



El objetivo es crear **experiencias de cliente excepcionales** a lo largo del Customer Journey, usando canales de mensajería para generar mayor *engagement*, lealtad y ventas.

“Las personas hoy esperan respuestas inmediatas pero a la vez responden cuando les es conveniente. La mensajería tiene la particularidad de poder atender la creciente necesidad de interacciones efectivas y personalizadas.”

- Facebook: Why Business Messaging is the New Normal



Facebook: Why Business Messaging is the New Normal

¿Que es el comercio conversacional?

El comercio conversacional es la dinámica a través de la cual la gente conecta con los negocios utilizando plataformas de mensajería y hace compras de bienes o servicios

Es e-commerce a través de canales de mensajería como WhatsApp.

El **comercio conversacional** convierte tus canales de mensajería de un centro de costo a un **canal de venta**



Demostración de experiencia



10 pilares de una buena experiencia conversacional



Experiencia Conversacional

Abarca todo el
*customer
journey*

Está integrada
a sistemas
empresariales

Personalizada
(relevante para
el cliente)

Chat bot con
valor agregado
(Integrado, NLP
& flujos)

Recolecta y usa
data
(tiene memoria
y es predictivo)

Procesa pagos

Es omnicanal
(experiencia
consistente en
los canales)

Combina
automatización
con un toque
humano

No intrusiva
(evita spam)

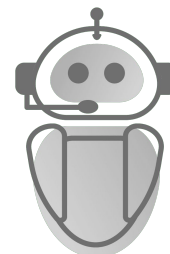
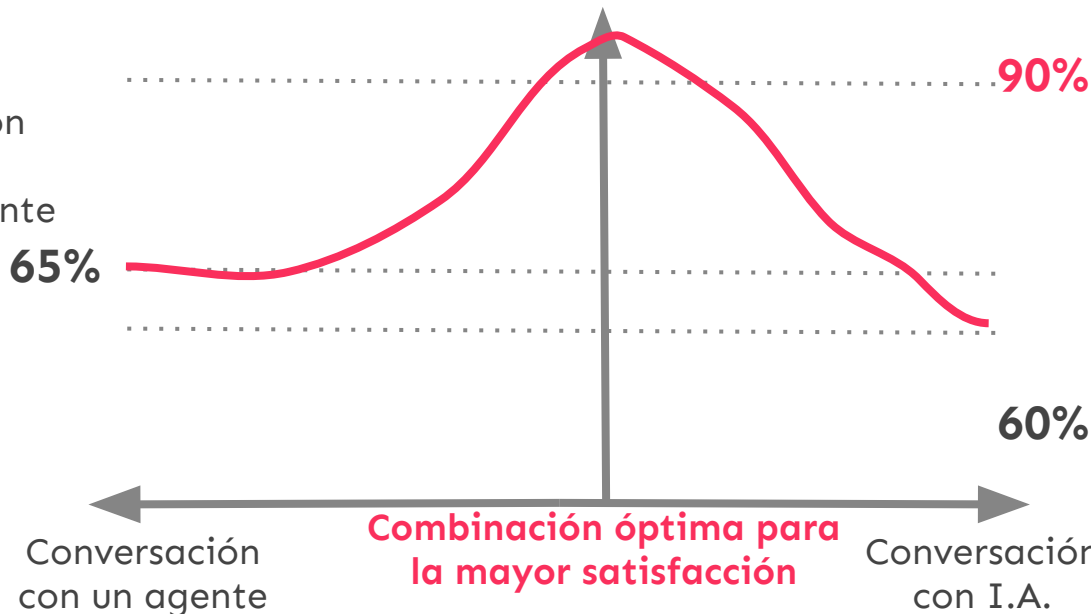
Es intuitiva
(facil de
navegar)

Usa una combinación de chatbots y humanos

- ✓ Personalización
- ✓ Servicio al cliente

- ✓ Automatización
- ✓ Inmediatez

Satisfacción al cliente

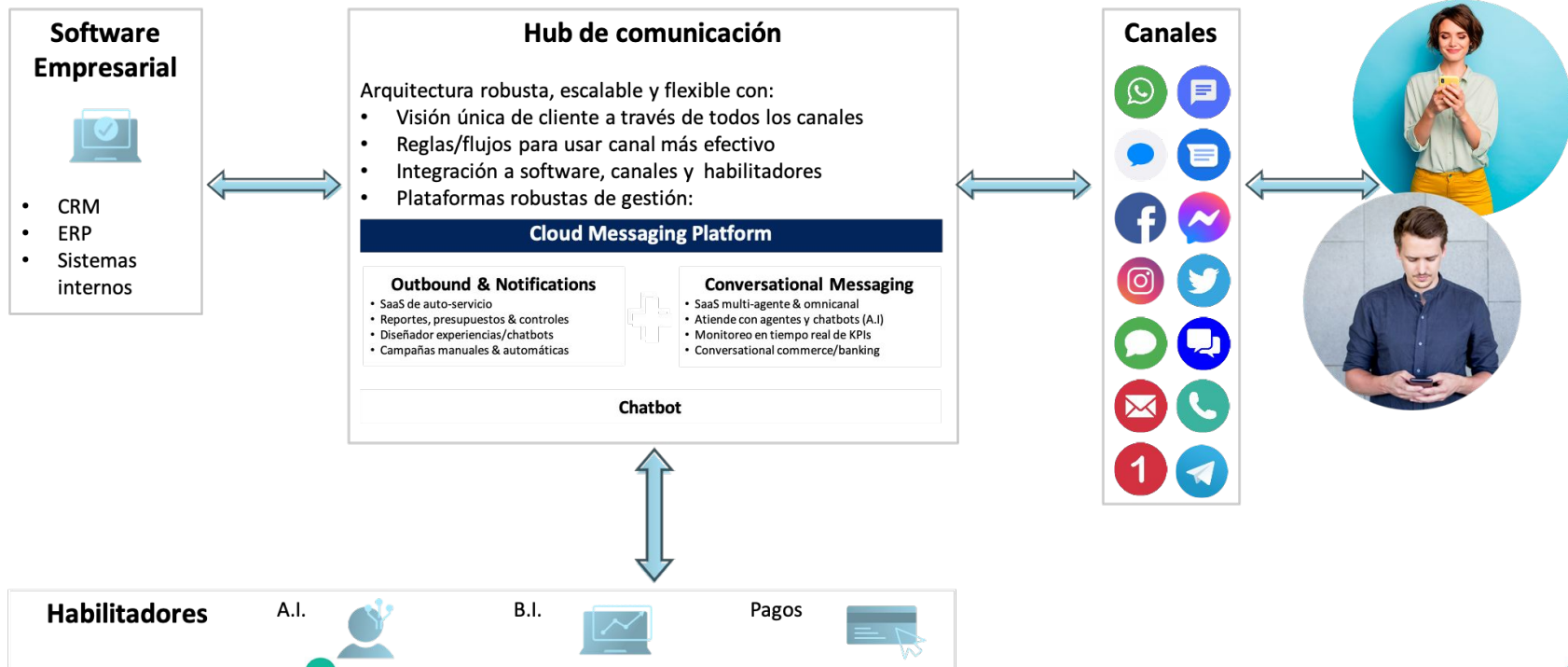


When to hand over to humans (source: Accenture 2016)

Brinda la misma experiencia en todos los canales



Utiliza un CPaaS que te brinde un ecosistema robusto



Módulos clave para experiencias de comercio conversacional

Carrito de compra



Listas & repetir pedido



Procesamiento de pagos



Chat (Picker, Repartidor, Agente, instalador, etc.)



Notificaciones de pedido



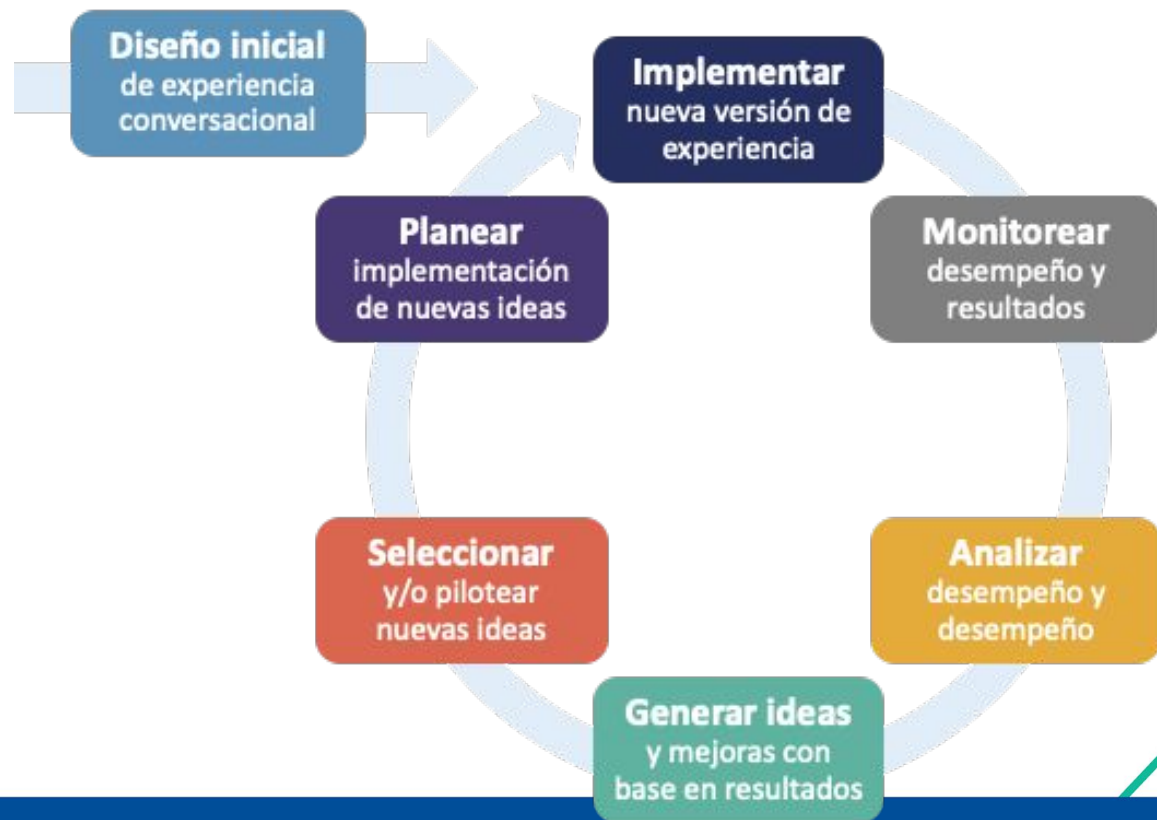
Autenticación de identidad



Mide, analiza y mejora... continuamente

“Lo que no se mide, no se mejora”

Las mejores experiencias conversacionales se han hecho a través de mejoras continuas basadas en medir y analizar los resultados de las campañas existentes.

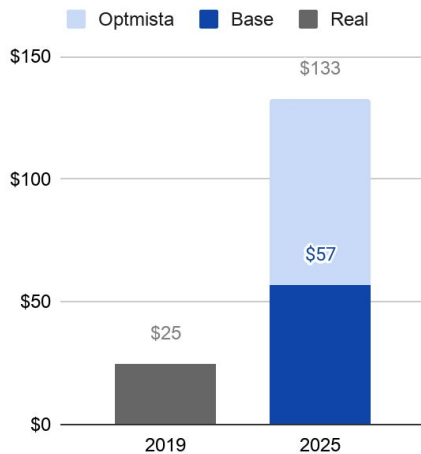


Datos clave del comercio conversacional

15-30% anual

Crecerá el C-Commerce durante próximos 5 años

Valor mercado de Comercio Conversacional (MX \$ MM)



~6 semanas

Tiempo promedio para lanzar una experiencia de comercio conversacional

40%

Personas que usan c-commerce hicieron 1era compra digital por este medio

Hasta 4X

Aumenta el gasto de compradores digitales existentes con c-commerce

Hasta 95%

C-SAT de una buena experiencia de comercio conversacional

One-stop shop de experiencias conversacionales y comercio conversacional

A grid of twelve circular icons representing various social media and messaging channels, including WhatsApp, Facebook, Messenger, Telegram, and others.

Partner oficial canales

A screenshot of a chatbot interface on a mobile device. The interface shows a search bar at the top, followed by a list of chat messages with names like 'Sofía Pereira / SS' and 'Pablo Torres / SS'. The chat messages are in a dark theme.

Plataformas propietarias

A stylized icon of a robot head with a white face and a blue visor, set against a dark blue background.

Chatbots robustos

A collection of four icons representing an integrated ecosystem: a person with a brain, a mouse cursor, a laptop with a line graph, and a laptop with a document icon.

Ecosistema integrado

Experiencia integrando todas las piezas para experiencia de cliente extraordinaria

¡Gracias!

Martin Urrutia

Co-CEO

murrutia@auronix.com

+52 (55) 6762-5698



Auronix

Caso de éxito

*Experiencia conversacional omnicanal
de Estafeta*

A woman with short brown hair, wearing a blue textured jacket and a beaded necklace, is smiling and looking at her smartphone. The background is a blurred outdoor setting with greenery and a building.

Hoy las empresas
compiten en
**experiencia de
cliente**

Los consumidores
buscan **conversaciones:**

- Personalizadas
- Enriquecidas
- 1:1
- Contextuales

Genoveva Roa Pimentel

Gerente Nacional de Atención a Clientes

Estafeta es ganador de un premio en este evento, sería muy atractivo presentar el caso de éxito de Estafeta, y si da tiempo podríamos invitar a Genoveva a una muy breve entrevista

estafeta^{MR}



7 puntos clave a llevarse hoy

7 puntos clave a llevarse hoy

- 1 Los clientes están conectados y quieren mensajear con las empresas por canales digitales
- 2 Las empresas que mensajean a sus clientes generan ahorros, incrementan ventas, generan información y mejoran la experiencia de los clientes
- 3 Las mejores experiencias conversacionales abarcan todos canales, brindando una experiencia consistente
- 4 Utiliza una combinación de chatbots y agentes humanos para dar la mejor experiencia



7 puntos clave a llevarse hoy

5 Es clave mapear el customer journeys de los clientes y generar una experiencia que lo abarque todo. Enfócate en los puntos clave o momentos de verdad.

6 Mide, analiza y mejora. Las mejores experiencias conversacionales son un proceso de mejora continua.

7 Existen plataformas (CPaaS) que hacen fácil mensajear a tus clientes. Las mejores son omnicanal, con un front simple, tienen herramientas de gestión y se integran con otros sistemas



¿Preguntas?

Diseña experiencia que abarque el customer journey



Ejemplo: tarjeta de crédito



- Enviar ofertas personalizadas de TDC
- Asistente virtual para escoger la mejor tarjeta con base a preguntas o conocimiento
- Seleccionar tarjeta, llenar datos para solicitar y recibir aprobación
- Confirmación e información de envío de tarjeta
- Recibir bienvenida como cliente y ayuda para activar tarjeta y cuenta en internet
- Experiencia educativa para conocer recursos disponibles
- Consultar y recibir estados de cuenta, transacciones, pagos, alertas y notificaciones.
- Pagar la tarjeta cada mes
- Recibir servicio a cliente
- Encuestas de satisfacción en todas las interacciones importantes
- Programas de puntos y referidos