

Woztell: La revolución de los negocios pasa por WhatsApp

El móvil es la principal ventana de comunicación entre personas y empresas. WhatsApp es el canal que agiliza esta comunicación. Woztell hace posible que la gestión de WhatsApp en equipo sea una realidad

Desde hace 2 años los negocios han ido adoptando WhatsApp como canal de comunicación con sus clientes como alternativa al email. El email si bien era el canal dominante hace unos años, ha ido dejando paso a la mensajería como canal más cómodo y efectivo para resolver dudas a la hora de comprar o recibir soporte.

Esta revolución se ha de entender como una transición de los usuarios que han optado por un canal de comunicación más cómodo, práctico y sencillo. El email ofrece una experiencia de uso demasiado compleja para el usuario común. La mensajería con WhatsApp ofrece una experiencia de uso muy reconfortante para el usuario y sobre todo adaptada a sus necesidades reales.

Cómo sacar el máximo partido a WhatsApp en las empresas

Hay varios pasos en el proceso de conversión de un potencial cliente con WhatsApp. Lo primero es entender que el cliente puede llegar por diferentes canales.

- Página web
- Campaña de publicidad
- Newsletter
- Tienda online

El siguiente paso es capturar al cliente. Una vez que el cliente se decide a interactuar con la empresa, se debe facilitar al máximo el proceso. Formularios de contacto o procesos de compra online son muy complejos para usuarios que no conocen el negocio o la marca o para empresas de servicios. Ofrecer el canal de WhatsApp acerca a los clientes y facilita mucho que el cliente empiece a interactuar con la empresa.

El 58% de los clientes prefieren la mensajería como forma de comunicación para resolver dudas y ser atendidos por la empresa.

Cuando el cliente entra en contacto con la empresa es cuando todas las herramientas de Woztell permiten agilizar al máximo el proceso de captación y atención al cliente.

- Gestionar varios agentes con un mismo número de WhatsApp
- Centralizar toda la comunicación en un panel de control compartido por los agentes y equipo directivo
- Obtener estadísticas e informes de la atención a los clientes por parte del equipo comercial
- Integrar la comunicación de WhatsApp en el CRM
- Envíos de mensajes masivos vía WhatsApp
- Automatizar la conversación con cliente via chatbots para una respuesta más rápida y 24/7

¿Por qué las empresas deben usar WhatsApp?

Los mensajes de texto han ganado fuerza de manera constante en los últimos años a medida que los canales como el correo electrónico se han vuelto más complejos y saturados.

De todas las empresas que comenzaron a enviar mensajes de WhatsApp en 2020, el 34 por ciento lo hizo como resultado directo de la pandemia y el 77 por ciento de esas empresas dicen que seguirán enviando mensajes de WhatsApp en el futuro como canal de comunicación. WhatsApp es un canal que ha llegado para quedarse a nivel empresarial.

El aumento de los mensajes de texto comerciales coincide con el comportamiento y las demandas de los consumidores. La mayoría de los consumidores (58 por ciento) dijo que entre mensajes de texto, llamadas telefónicas o correos electrónicos, los mensajes de texto son la mejor manera para que las empresas se comuniquen con ellos rápidamente.

Con las interacciones a distancia, los consumidores están recurriendo a sus teléfonos como canal principal

El sesenta y cuatro por ciento de los consumidores usan los teléfonos como principal herramienta de comunicación, el 26 por ciento pasa más de cuatro horas con el móvil y el 67 por ciento de los consumidores revisa sus teléfonos dentro de los 5 minutos de despertarse por la mañana.

De cara al 2021, una de las mayores oportunidades para las empresas radica en el deseo de los consumidores de realizar pagos por WhatsApp. Casi la mitad (46 por ciento) de los consumidores dicen que les gustaría tener la opción de pagar por mensaje de WhatsApp si se realiza de forma segura, pero solo el 29 por ciento de las empresas dice que consideraría aceptar pagos por mensaje

de texto. Y aunque el 45 por ciento de las empresas han adoptado pagos online la verdadera oportunidad radica en los pagos por mensaje de texto, ya que se elimina todo el proceso de compra online tan complejo para compras diarias sencillas.

Siguientes pasos

Toda empresa pero especialmente las de servicios, formación y aquellas que ofrecen cierta personalización deben pensar que con WhatsApp tienen el mejor canal de captación y el mejor canal para mejorar el soporte de sus clientes.

De cara a los clientes es un canal natural, que ya conocen y están habituados. De cara a las empresas Woztell ofrece una integración que permite usarlo como cualquier otra herramienta de comunicación e integrada con el entorno de gestión de clientes (CRM).

De cara a los equipos de ventas, solo es necesario saber que existe un nuevo canal de comunicación disponible. En entornos de mucha demanda, se debe optar por sistemas semiautomatizados de respuestas automática o con chatbot.

Igual que hace unos años el email agilizó la comunicación entre personas y empresas, ahora la mensajería toma ese espacio. Ignorar el canal WhatsApp a nivel de empresa significa perder clientes, ventas y oportunidades de negocio.

Datos de contacto:

Monique Almeida
+1 (650) 614 – 5421

Nota de prensa publicada en: [Valencia, España](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>