

Aquaservice utiliza WhatsApp para mejorar la efectividad de su servicio de Atención al Cliente

La compañía elige a la startup GUS para optimizar la actividad de su call center, y gracias a su tecnología basada en chatbots inteligentes integrados en WhatsApp aumenta un 10% la capacidad de contacto con clientes potenciales.

La empresa [Aquaservice](#), compañía líder en distribución de agua mineral natural y bebida refrescante con dispensador en hogares y empresas, ha elegido a la startup española [GUS](#), especializada en comercio conversacional y proveedora oficial de soluciones empresariales de WhatsApp, para optimizar la actividad de su servicio de Atención al Cliente. A través de su plataforma tecnológica y del uso de WhatsApp como canal de comunicación, la compañía ha conseguido aumentar un 10% la tasa de contactabilidad con clientes potenciales.

Aquaservice cuenta con más de 500.000 clientes (tanto empresas como hogares) repartidos por toda España a través de sus 51 delegaciones, y con un volumen de negocio en crecimiento que, en el último ejercicio y a pesar de la COVID-19, aumentó un 17%. Cada día recibe a través de su página web cientos de solicitudes de información por parte de usuarios. De estos usuarios, el equipo de Atención al Cliente no lograba contactar con el 30%, que tras varias llamadas sin un primer contacto, suponían una pérdida de oportunidades de negocio diarias.

El reto de la compañía era, por tanto, mejorar su capacidad de respuesta reduciendo esa brecha de comunicación existente, y para ello, ha encontrado la solución en la propuesta tecnológica basada en inteligencia artificial de GUS.

Su plataforma permite a las empresas automatizar y personalizar las conversaciones con cada cliente mediante chatbots inteligentes integrables en cualquier plataforma de mensajería (WhatsApp, Instagram, Facebook Messenger), de manera que pueden mantener conversaciones directas y cercanas a gran escala. Esta nueva dinámica del comercio online, conocida como comercio conversacional (cCommerce), se traduce en una mejor experiencia de los clientes y en un incremento de las ventas medias de hasta el 65% en los proyectos con los que colabora.

En el caso concreto de Aquaservice, su equipo de Atención al Cliente comenzó a utilizar los chatbots automatizados e inteligentes en WhatsApp con el 30% de potenciales clientes a los que les costaba localizar. De esta manera, se estableció WhatsApp como nuevo canal de comunicación que les permitía adaptarse a los diferentes horarios de los usuarios. Gracias a ello, han conseguido sustituir entre 5 y 10 llamadas telefónicas por un solo mensaje a través de esta app, aumentando su tasa de contactabilidad del 70% al 80%.

“Sin duda, la tecnología inteligente de GUS y su alternativa de utilizar WhatsApp como canal de comunicación ha contribuido a mejorar la atención a nuestros potenciales clientes, ofreciéndoles una alternativa de valor que se adapta a sus necesidades. Desde Aquaservice apostamos siempre por iniciativas que nos permitan aplicar innovación y tecnología para ofrecer el mejor servicio posible a cada uno de nuestros clientes”, asegura Javier de la Llave, director de Innovación de Aquaservice.
