



WhatsApp Business Platform

Ya es un hecho que **WhatsApp Business Platform** se ha convertido en la plataforma de comunicación preferida tanto para los consumidores como para las empresas.

Todo esto está muy bien, pero ¿cómo te beneficia a ti como empresa? Lo más importante a destacar es que ofrece:



Un canal de ventas acorde a las exigencias de tus clientes



Una experiencia de cliente móvil definitiva

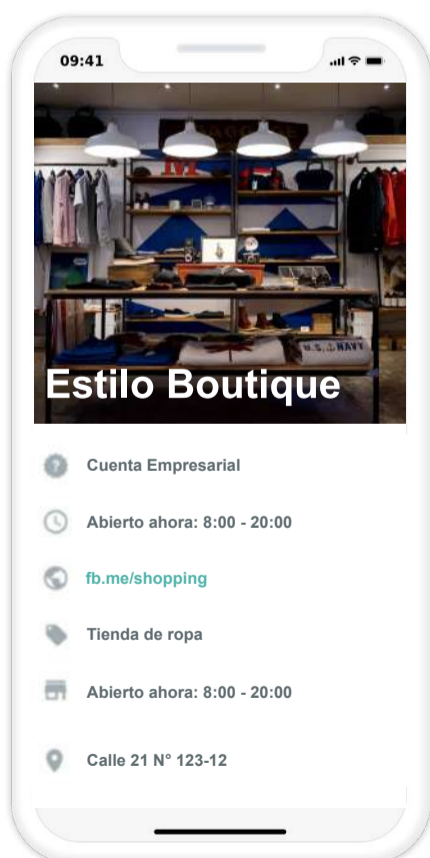


Una rápida atención al cliente

En esta guía sobre WhatsApp Business Platform te detallamos lo que debes saber para conseguir tus objetivos.

Si por el camino te surgen dudas sobre nuestra solución de WhatsApp Business Platform, no dudes en agendar una llamada con nosotros y te las resolveremos encantados.

Tu propio perfil empresarial



Crea tu presencia y ofrece información clara mediante tu perfil de WhatsApp Business. Piensa en incluir tu foto, correo electrónico, dirección y sitio web u horario de atención y cualquier otra descripción sobre tu negocio que consideres pertinente. Tu negocio se mostrará como verificado, lo que les dará una mayor confianza a los clientes.

Para los clientes, es muy fácil chatear con tu empresa a través de WhatsApp, pero **WhatsApp Business** ha añadido nuevas y atractivas funciones para que la experiencia de los clientes sea aún más fluida y rica, y para que mejoren la productividad y los procesos.



Cómo integrar **WhatsApp Business Platform** en la experiencia de tus clientes



Integra WhatsApp Business Platform en tus procesos para completar la experiencia del cliente.

En cada paso de su proceso, los clientes pueden ponerse en contacto contigo para todo tipo de preguntas. WhatsApp te ayuda a aumentar tu alcance y que sea más fácil para los clientes ponerse en contacto contigo. Pero ¿más alcance no supondrá un mayor estrés para tu equipo de atención al cliente? Conectar con la solución de **WhatsApp Business promete ayudarte a ahorrarles tiempo.**

En los pasos siguientes, aprenderás a usar la solución de WhatsApp Business, a aumentar las conversaciones, a reducir la presión sobre el equipo de atención al cliente y a minimizar la fricción en el proceso de compra.

1

Planifica la experiencia del cliente e identifica los puntos conflictivos para los clientes. ¿Qué tipos de preguntas puedes responder con WhatsApp Business? ¿Cuáles son los puntos de fricción en la experiencia del cliente? Después de identificar estos puntos conflictivos y de fricción para los clientes, puedes pensar en cómo reducirlos.

2

Identifica los principales usos y oportunidades. Al reducir la fricción en la experiencia del cliente, ahorras costos, y aumentas los ingresos y la eficiencia en la atención al cliente. Para ello, necesitas identificar ahora cómo transformar los puntos conflictivos en oportunidades de uso.

3

Elige con qué usos comenzar. Una vez que identifiques los principales usos, comienza con unos pocos. Preferiblemente, deberías comenzar con usos que causen un gran impacto y que sean de rápida implementación. Después es el momento de pensar en todas las características y soluciones que ofrece WhatsApp Business y que te ayudan a crear una experiencia del cliente fluida y permite que tus equipos de atención al cliente se centren en solicitudes complejas.



Beneficios de WhatsApp Business Platform

Enviar notificaciones útiles y ofrecer una atención al cliente de mayor calidad con WhatsApp Business Platform.

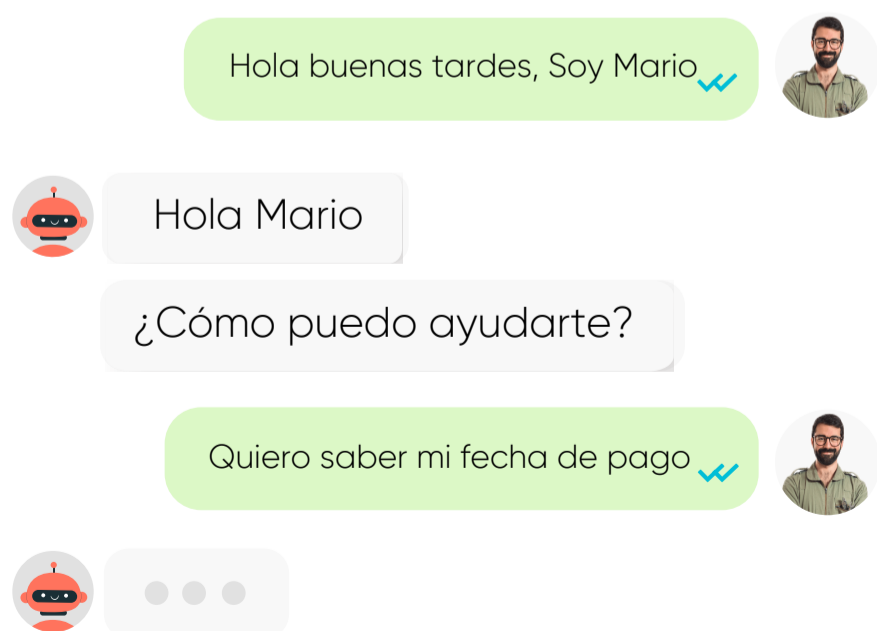
Automatizar la atención al cliente y gestionar más consultas y bots.

Procesar solicitudes, pedidos y pagos en tiempo real.

Transferir a un agente humano para ofrecer una conversación de gran impacto.

Ofrecer una experiencia del cliente omnicanal.

Importante: Automatización



En lo que se refiere a los procesos de mensajes de entrada, es clave pensar en automatizarlos. Esto ayudará a automatizar todo el proceso interno y proporcionar respaldo adicional a tu equipo. Puedes usar características nativas de **WhatsApp Business Platform** como plantillas interactivas con botones que muestren respuestas predefinidas. Pero también puedes hacer uso de un bot que empiece una conversación con tus clientes.





Cómo aumentar el tráfico de tu **WhatsApp Business Platform**



Los negocios necesitarán que los clientes lleguen a ellos, y viceversa: los clientes querrán que te pongas en contacto con ellos. En parte, esto irá aumentando al ofrecer una valiosa atención al cliente. Pero crear acceso fácil a tu canal de WhatsApp también es crucial.

Con un porcentaje de implicación de más del **70%**, WhatsApp Business Platform es un canal de un valor excepcional para desarrollar relaciones con los clientes.

Pero ¿cómo puedes asegurarte de que la gente sepa que tu negocio está disponible en este popular canal de mensajería? ¿Y cómo generas un público en WhatsApp Business y optimizas su experiencia del cliente?

Ten una estrategia clara: Comienza con un objetivo y selecciona un uso

En primer lugar, los negocios necesitan identificar qué objetivos tienen en mente para su **atención al cliente**. Por lo tanto, ¿cuál va a ser tu uso de WhatsApp? Durante toda la experiencia del cliente, se puede utilizar WhatsApp para aumentar las tasas de conversión, mejorar la satisfacción del cliente, optimizar tus procesos operativos y mucho más.

Esto significa que WhatsApp no solo está aquí para ayudar a los equipos de atención al cliente a resolver las preguntas que llegan. Pensar en los tipos de mensajes además de en cómo fomentar activamente el uso de WhatsApp ayudará a aumentar las ventas y ganar visibilidad. Hemos recopilado algunas ideas sobre cómo empezar.

Mensajes y comunicación con tus clientes

- Ayuda a tus clientes con respuestas personalizadas y puntuales a cualquier pregunta que puedan tener para tu equipo de atención al cliente a través de WhatsApp.
- Ofrece contenido exclusivo para WhatsApp.



Puntos de acceso

Promover el canal de WhatsApp de tu empresa a través de varias ubicaciones de puntos de contacto anima a los clientes a descubrir y a probar. Algunos posibles puntos de acceso son:

- Añadir el **identificador de WhatsApp** a la tienda web o en la página de contacto: número de WhatsApp, enlace de texto o código QR.
- Añadir un **enlace** al chat que se pueda usar en el sitio web o en las redes sociales. Al hacer clic, el cliente inicia el chat.
- Crear una publicación en los canales de **redes sociales** (Facebook, Instagram, Twitter) para permitir que todos sepan que estás en WhatsApp Business.
- Adjuntar **códigos QR** para que el cliente confirme el Opt-In.
- Solicita a los clientes su Opt-In para recibir notificaciones de pedidos. Para ello puedes solicitarles que realicen el Opt -In aprovechando el **mail de confirmación de pedido**.
- Imprime códigos QR que envíen tráfico al canal de WhatsApp en tus **tickets de compra**.
- Ofrece al cliente descuentos para futuras compras si confirma su **Opt-In** para recibir notificaciones.
- Muestra el **logotipo de WhatsApp** en tu sitio web para que dirija a los clientes que necesitan ayuda a este canal primero: piensa en la sección de contacto, así como en la experiencia de navegación durante la compra.
- **Anuncios** en Facebook o Instagram que al hacer clic en ellos llevan al cliente a WhatsApp.
- **Artículos** de noticias de RR. PP./ medios de comunicación: anuncia a todo el mundo que ahora estás en WhatsApp Business.
- Carteles publicitarios: coloca un código QR en un **cartel publicitario**.
- Embalajes de **productos**: coloca un código QR en ellos.





Ideas



inspiradoras



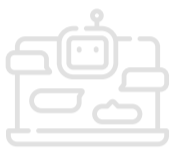
Notificaciones y alertas de servicio

Envía actualizaciones rápidamente a tus clientes con notificaciones de pedidos y entregas, recordatorios de detalles de pago y más.



Personalización

Aporta contexto a tu servicio de atención al cliente con momentos personalizados que pueden incluir contenido enriquecido.



Agentes de atención al cliente

Ayuda a los agentes para que puedan resolver problemas más rápidamente y acortar el tiempo medio de las incidencias.



Comunicaciones entrantes

Añade chatbots, comparte enlaces y archivos de medios para mejorar las comunicaciones entrantes.



Feedback

Al notificar a los clientes del estado de una entrega, puedes iniciar solicitudes de feedback del cliente usando un cuestionario, directamente en la conversación de WhatsApp.



Alcance

WhatsApp cuenta con altas tasas de apertura. Con solo un toque en un botón CTA de WhatsApp en tu sitio web, tu negocio puede llevar a los clientes directamente al chat de la marca.



Marketing

Usa varios puntos de acceso para conversaciones de WhatsApp y aumenta las tasas de respuesta.





Chatbots de RR. HH.

Un chatbot de RR. HH. puede minimizar inmensamente el tiempo de las llamadas del departamento sobre conversaciones de referencias para entrevistas de trabajo.



Reduce los costos de asistencia

Reduce el tiempo y los costos al minimizar los tiempos de espera dirigiendo el tráfico de las llamadas a WhatsApp.



Alta disponibilidad de servicio

Muy importante para empresas de servicio. Cuando los clientes se ponen en contacto a través de un formulario en un sitio web y no se puede llegar a ellos, las empresas pueden enviar un recordatorio de texto invitándoles a un chat por WhatsApp.



Atención al cliente

Con una cuenta de WhatsApp Business, las empresas pueden configurar respuestas rápidas, indicar el horario de apertura, mostrar su dirección y proporcionar un enlace a un sitio web.

Comunícate usando contenido enriquecido, como imágenes, videos, ubicaciones y mucho más.



Si tus clientes no están listos para hacer una compra, pueden ponerse en **contacto contigo** para que les proporciones esa información adicional que necesitan para decidirse.





Cómo usar **WhatsApp** **Business Platform**



Mensajes de sesión de WhatsApp Business Platform

Hay **dos tipos de mensajes** permitidos en WhatsApp Business Platform: Mensajes de sesión iniciados por el cliente y plantillas de mensajes iniciadas por la empresa.

WhatsApp establece limitaciones en los mensajes de sesión. La finalidad de estas limitaciones es garantizar una **experiencia del cliente** adecuada, y asegurar que las empresas respeten la privacidad y respondan rápidamente a los mensajes que les llegan. Un mensaje de sesión comienza cuando un usuario envía un mensaje a tu empresa, y tienes un plazo de 24 horas para responder. Una vez que el plazo de 24 horas termina, los negocios pueden enviar plantillas de mensajes para llegar a los clientes que hayan hecho el Opt-In.





Plantillas de mensajes de **WhatsApp Business Platform**

Las plantillas de mensajes de WhatsApp son plantillas de mensajes preautorizadas. Se pueden enviar dentro y fuera del plazo de 24 horas de atención al cliente.

También se pueden usar para enviar notificaciones en tu conversación de WhatsApp. Si deseas comunicarte con tu cliente fuera del plazo de atención al cliente de 24 horas – lo que significa que quieres iniciar una conversación mediante una notificación con un cliente que ha elegido Opt-In activo– puedes enviar directamente plantillas de mensajes.

Hay varios asuntos que tener en cuenta

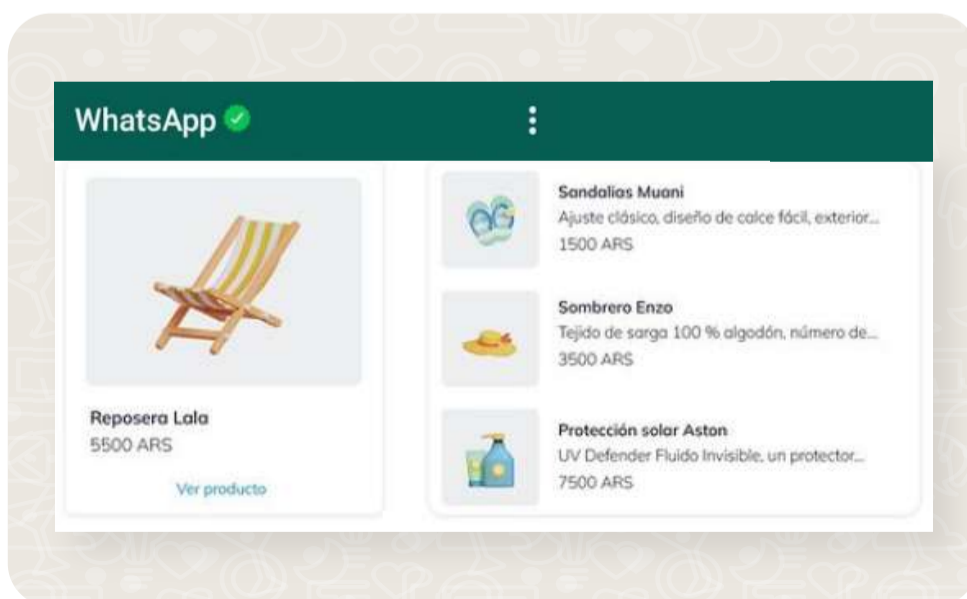
Una plantilla de mensajes no es tan directa como enviar un mensaje de sesión. Antes de poder usar y enviar a tus contactos una plantilla de mensajes de WhatsApp, debes enviarla a tu BSP (proveedor de servicios de WhatsApp) elegido para que la autoricen.

WhatsApp Business te propone dos maneras de comunicarte con tus clientes:

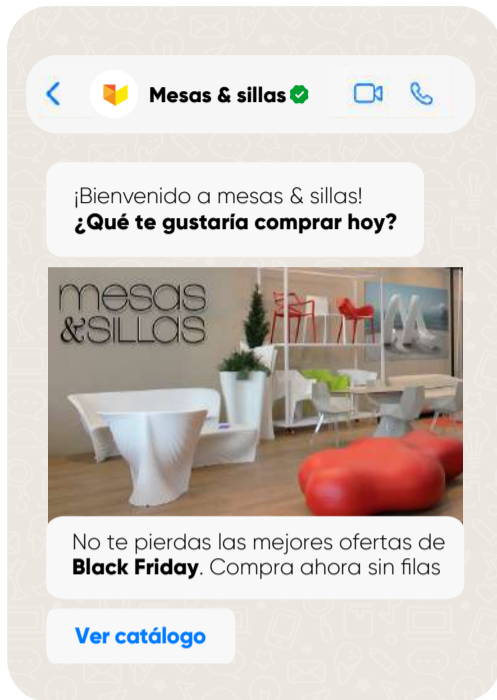
contestando sus mensajes gracias a la ventana de atención al cliente, o enviando plantillas de mensajes aprobadas por WhatsApp

Las plantillas de mensajes te permiten:

Comunicar información según el interés de cada cliente (disponibilidad de un producto, cambio de precio en un vuelo, nueva fecha añadida para un evento...)



Recomendar algunos productos



Proponer ofertas personalizadas



○ mandar recordatorios de citas



Esperamos que esta guía haya sido útil para ti y para tu empresa. Si quieres saber más no dudes en ponerte en **contacto con nosotros** y seguir nuestras cuentas de redes sociales, allí compartimos información que sabemos te puede interesar.





Aldeamo Proveedor oficial de la solución empresarial de WhatsApp. Categoría Select.

Trabajamos con compañías que hoy se preocupan por incrementar la comunicación y mejorar la experiencia de sus usuarios. Hoy estamos en la industria para apoyar a las empresas a acercarse a sus audiencias. Desde 1996 estamos transformando a diferentes industrias y hoy nos posicionamos como un referente de innovación en 12 países de Latinoamérica.

