

Zenvia brinda consejos para una comunicación eficiente entre empresas y clientes

- Desde el brote de la emergencia sanitaria global, la empresa ha registrado un aumento del 80% en la demanda de sus servicios de automatización y atención al cliente.
- El potencial del mercado mexicano es inmenso en lo que se refiere a soluciones digitales de comunicación; alrededor de 77 millones de mexicanos tienen una cuenta de WhatsApp.

Ciudad de México a 12 de enero de 2021 - Cuando se trata de establecer una eficiente comunicación de una empresa hacia sus clientes, algo esencial es ofrecer un servicio o producto de alta calidad y resolver eficientemente problemas o dudas que pudieran surgir. Esta necesidad es aún más importante ahora porque los hábitos de compra y las necesidades de atención al cliente han evolucionado drásticamente a partir de la pandemia, incrementando la necesidad de soluciones, entregas y atención veloz y eficaz.

Un ejemplo de cómo se pueden combinar todas esas premisas, especialmente en tiempos de pandemia, es [Zenvia](#), la empresa de tecnología que simplifica la relación entre empresas y consumidores que llegó hace dos meses a México. La compañía ha logrado importantes éxitos gracias a que ha comprendido los nuevos hábitos y necesidades de comunicación derivados de la situación generada por la pandemia. Así, Zenvia ha alcanzado algunos de los siguientes éxitos:

- Desde el inicio de la pandemia, la demanda por los servicios y soluciones de Zenvia, enfocados en automatización y atención al cliente, ha crecido 80%.
- El tráfico de mensajes a través de WhatsApp es hoy en día cien veces mayor que antes del inicio de la pandemia.
- La cartera de clientes de la compañía ha crecido 13%.
- La solución de Zenvia Chat, que fue lanzada este año, ya tiene 5 mil posiciones de atención al cliente para una comunicación eficiente de las empresas de todos los tamaños hacia los clientes.

Según el CEO de Zenvia, Cassio Bobsin, la respuesta para estos resultados está en el propósito de la compañía: “Queremos revolucionar la comunicación de las empresas con sus clientes, y sabemos que tenemos las herramientas y la capacidad operativa para ofrecerle a cada cliente el máximo provecho en sus canales de comunicación”.

El potencial del mercado mexicano es inmenso, ya que el uso de plataformas de mensajería instantánea ha crecido de manera exponencial. De acuerdo con un estudio de la [UNAM](#), alrededor de 77 millones de mexicanos tienen una cuenta de WhatsApp, mientras que [Statista](#) señala que 98.7% de los usuarios de internet en México utilizan de manera regular algún servicio de mensajería instantánea. Ambas entidades coinciden en que WhatsApp es la aplicación de mensajería más popular en nuestro país, seguida de Facebook Messenger y Skype.

“Sabemos de todo el potencial que hay en el mercado mexicano y, además de eso, estamos enfocados en las grandes oportunidades que hay para hacer que la comunicación de las empresas mexicanas sea mucho más efectiva, personalizada y ágil para que los resultados beneficien tanto a compañías como a los consumidores”, dice Rodrigo Salla, Head de Ventas de Zenvia.

Así, Zenvia ofrece algunos consejos indispensables cuando se trata de establecer una estrategia y canales de comunicación claros de las empresas hacia sus clientes.

- **Definir las necesidades de comunicación:** Es necesario hacer un estudio de lo que está impactando la comunicación con los clientes. Vale la pena revisar los canales utilizados e identificar en cuáles están los clientes y en cuáles no hay tanta interacción; analizar si los esfuerzos de comunicación están siendo eficientes y si comunican lo que la compañía pretende; valorar si la comunicación es eficaz y definir qué canales, tácticas y mensajes funcionan y cuáles no.
- **Crear una estrategia de comunicación:** La base de toda comunicación es crear una estrategia que desde el inicio tenga bien definidos los mensajes de identidad, servicios, diferenciadores, fortalezas y debilidades, así como guías de atención al cliente y documentos de preguntas y respuestas más frecuentes.
- **Definir los canales:** Es indispensable que desde un inicio la empresa defina qué canales servirán para llevar a cabo la atención al cliente y evitar desatenciones, ya que tener más canales no necesariamente significa dar una mejor atención. Cada canal tiene sus propias características y cumple con funciones específicas. Respecto al SMS, por ejemplo, 90% de los mensajes se leen en 3 minutos, la tasa de apertura del mensaje es de 98%, no hay necesidad de una conexión de internet y es el canal más eficaz para enviar promociones, ofertas, comprobantes, recordatorios de pago, recordatorios de citas, encuestas de satisfacción, notificaciones, etc. WhatsApp, por su parte, es una excelente herramienta para automatizar y escalar la comunicación en la principal aplicación de mensajes para que el departamento de atención al cliente pueda estar siempre disponible y, así, aumentar la satisfacción de los clientes.
- **Escuchar al cliente:** Es importante mostrarse receptivo en todo momento y dispuesto a escuchar la retroalimentación, opiniones y quejas de los clientes para ofrecer una percepción de ser una empresa fiable y comprometida. Cualquier correo o mensaje de texto deben ser atendidos a la mayor brevedad posible y ofreciendo soluciones.
- **Evitar el spam:** El exceso de información y de contacto proactivo por parte de la empresa puede resultar contraproducente y ahuyentar tanto a clientes activos como a los potenciales. Toda comunicación que tenga el carácter de "spam" o de envíos masivos impacta de forma negativa en la percepción de la compañía.

Pequeñas, medianas y grandes empresas pueden solucionar todas sus necesidades de comunicación con el servicio omnicanal de Zenvia, que les permitirá tener todas las plataformas de comunicación (WhatsApp, Web chat, SMS, Messenger, E-mails) en una única interfaz, lo que hará más simple y eficiente el trabajo de sus equipos de atención al cliente.

Acerca de Zenvia

En toda Latinoamérica, Zenvia cree que la inteligencia combinada con la tecnología tiene el poder de hacer del mundo un lugar más simple. A través de una plataforma de comunicación multicanal, la empresa promueve conversaciones inteligentes y personalizadas que transforman la experiencia entre consumidores y empresas. Fundada en 2003, la empresa tiene el espíritu emprendedor y la innovación en su ADN para ofrecer las mejores soluciones a más de 8,000 clientes en América Latina, con todo tipo de tamaño y necesidades de mercado. Para obtener más información sobre la empresa, visite <https://www.zenvia.com/es-mx/> y consulte los perfiles en las redes sociales: [linkedin.com/company/zenvia-mobile](https://www.linkedin.com/company/zenvia-mobile), [facebook.com/zenviamobile](https://www.facebook.com/zenviamobile), twitter.com/zenviamobile.