

Guía B2Chat



¿En qué puedo ayudarte?

B2Chat

7 buenas prácticas para atender a tus clientes por medio de la mensajería

Un recurso completo para aprender a mejorar la comunicación con tus clientes.

Contenido

- 1. ¿Qué es la mensajería? 3
- 2. Beneficios de la mensajería instantánea 5
- 3. Las 7 buenas prácticas para atender a 7
tus clientes por medio de mensajería



¿Qué es la mensajería instantánea?

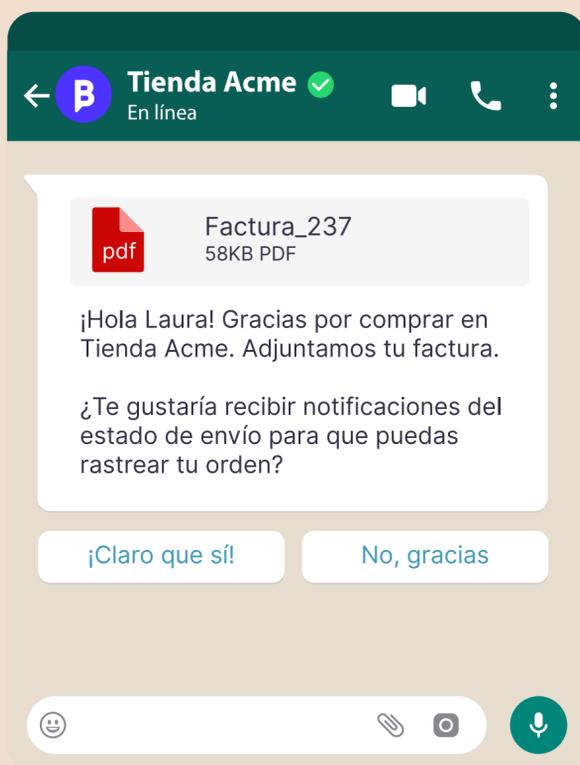
La mensajería instantánea es un tipo de comunicación basada en texto, entre dos personas que tienen una conversación —por lo general en tiempo real— a través de dispositivos conectados a internet.

Estas conversaciones pueden realizarse por medio de computadores, tablets o teléfonos inteligentes en plataformas de mensajería instantánea como WhatsApp, Telegram y redes sociales. Además del intercambio de chats, la mayoría de las apps de mensajería instantánea también permiten a sus usuarios comunicarse mediante **mensajes de texto, mensajes de voz, llamadas y videollamadas**, usualmente de forma gratuita.

Si tienes o trabajas en una empresa que use canales digitales para su comunicación con clientes y demás grupos de interés, seguro ya estás familiarizado con este concepto. Aunque la mensajería instantánea empezó a popularizarse a principios de los 2000, fue **a raíz de la pandemia que los consumidores recurrieron cada vez más a este tipo de mensajería** para interactuar con las empresas y estas, a su vez, empezaron a adaptarse.



Actualmente, **el 32% de las empresas latinoamericanas** utiliza un sistema de mensajería como parte de su estrategia de comunicación.



¿Tu empresa ya lo está haciendo?

Sin importar tu respuesta, en esta guía B2Chat te enseñará siete prácticas que puedes implementar en tu empresa para mejorar tu atención al cliente por medio de la mensajería instantánea.

Si ya la estás usando, aquí aprenderás lo que puedes mejorar en tus procesos, y si aún no has definido tu estrategia toma nota de todo lo que deberías tener en cuenta para sacarle el máximo provecho a tus canales digitales.

Beneficios de la mensajería instantánea

¿Sabías que el 64% de las personas prefiere enviar mensajes instantáneos en vez de hacer una llamada telefónica? Si algo intensificó la pandemia es la necesidad de conexión e inmediatez de los consumidores y las marcas. Es por esto que las plataformas de mensajería instantánea se están esforzando cada vez más en desarrollar funcionalidades y actualizaciones que faciliten la comunicación entre empresa- cliente a través de las apps.

Si tu empresa continúa haciendo llamadas de voz o aún no está convencida de las ventajas de usar mensajería instantánea, te contamos las principales razones por las que miles de empresas en el mundo ya la están usando:

Los mensajes instantáneos son muy populares

Según Facebook, **cerca del 87% de la población mundial que usa smartphones envía y recibe mensajes de chat**, y piénsalo ¿Cuándo fue la última vez que resolviste una duda con una empresa vía llamada de voz? Ya sea como canal de comunicación entre amigos y familia o al momento de hacer una compra, enviar un chat es la opción más popular en la cotidianidad de los consumidores.

Los mensajes instantáneos son intuitivos

Tus clientes quieren comunicarse de forma rápida, pero a la vez, quieren una comunicación que les brinde confianza y flexibilidad. Los mensajes instantáneos tienen la ventaja de estar disponibles en aplicaciones ya instaladas, por lo tanto, enviar un chat a una empresa vía WhatsApp o Facebook Messenger no será novedad y hará más fácil entablar una conversación.

Los mensajes instantáneos son inmediatos

¿Esto necesita explicación? Una de las ventajas más importantes de la mensajería instantánea es que ocurre en tiempo real. Esta inmediatez es clave porque ¡El tiempo es oro! **Tus clientes exigen respuestas en el menor tiempo posible y las empresas que se adapten a brindar una atención oportuna** tendrán más posibilidades de cerrar ventas o brindar una mejor atención.

Comunicación a gran escala

Con el fin de cubrir la necesidad de las empresas de llegar a muchos clientes al mismo tiempo, las plataformas de mensajería han desarrollado adelantos en programación que permiten automatizar y facilitar la comunicación masiva. Un ejemplo de esto es la API de WhatsApp, una solución diseñada específicamente para ayudar a las empresas más grandes a **gestionar su mensajería instantánea con funcionalidades avanzadas como el envío de mensajes masivos** o la posibilidad de tener varios agentes atendiendo una misma línea de WhatsApp.

Mensajes personalizados

¿Enviar un mensaje genérico o un mensaje personalizado? Cuando envías mensajes únicos, con información relevante y que estén asociados al interés de tus clientes, **es más probable que compren o recuerden a tu empresa**. Con la mensajería instantánea no sólo llegas a un número mayor de clientes sino que, además, combinados con sistemas de automatización puedes crear mensajes dirigidos a cada segmento de clientes con precisión.

En resumen, la popularidad, flexibilidad, inmediatez, escalabilidad y personalización son beneficios de la mensajería instantánea que harán más sencilla y satisfactoria la comunicación con tus clientes.





7 buenas prácticas para atender a tus clientes por medio de la mensajería

Ahora que ya sabes por qué miles de empresas en el mundo están usando la mensajería instantánea para interactuar con sus clientes, **es hora de que aprendas cómo implementarla en la atención que brinda día a día** y además, en tu estrategia de ventas.

A continuación, B2Chat te comparte las siete prácticas que querrás tener en cuenta para que tu atención al cliente por mensajería instantánea sea siempre cinco estrellas ¡Empecemos!



1. Crea un plan

Todo objetivo necesita una estrategia, y si tu objetivo es mejorar la atención al cliente el primer paso es crear un plan que te ayude a lograrlo. Existen muchos modelos o esquemas para la creación de estrategias de los que puedes guiarte.

Por ejemplo, si quieres empezar analizando tu situación actual, con la matriz DOFA puedes conocer tus debilidades, obstáculos, fortalezas y amenazas.

Si ya tienes claro el panorama general de tu empresa en atención al cliente puedes empezar a crear tu plan con la metodología de tu preferencia. Sea cual sea el método que escojas para diseñar tu estrategia, ten en cuenta que crear un plan enfocado en mejorar la atención al cliente en tu empresa te permitirá:

- ✓ Estandarizar procesos y ahorrar tiempo en la ejecución de estos.
- ✓ Aumentar la calidad de la atención que brindas.
- ✓ Evaluar tu desempeño con indicadores de gestión e impacto.
- ✓ Identificar puntos débiles y fortalezas.
- ✓ Tomar decisiones basadas en datos.

Una vez hayas creado tu plan, **tu empresa tendrá objetivos definidos y acciones puntuales que podrás evaluar periódicamente.** Porque lo que no se mide, no se puede mejorar. Ahora ¡Continuemos!



2. Define el tono y el estilo de tu comunicación

Si tu empresa fuera una persona ¿Cómo se expresaría? ¿Qué lenguaje usaría? ¿Sería formal o cercano? Si nunca te has preguntado esto, es hora de darle respuesta a estos interrogantes, porque el tono y el estilo de la comunicación que elijas para atender a tus clientes es clave.



Entre los detalles a definir puedes considerar: saludos, longitud de tus respuestas, uso de emojis, protocolos de crisis, entre otros.

Todos estos aspectos serán tus aliados a la hora de reflejar la personalidad de tu empresa, sus valores y mostrarles a tus clientes más autenticidad. Además de tener un tono y estilo definido, **recuerda que tu comunicación debe ser clara, concisa y en lo posible, adaptada** para cada segmento de clientes.

En B2Chat el módulo de Ajustes generales te permitirá personalizar y predeterminar saludos, despedidas, preguntas frecuentes o cualquier mensaje que quieras que se muestre a tus clientes en tus conversaciones de principio a fin. Así te aseguras de que cada chat que se envíe suene y se lea como tú quieres que sea.



3. Responde rápido

En un mundo cada vez más digitalizado, esperar no es una opción. Cuando tu canal de atención principal con tus clientes es en línea, **el tiempo de respuesta es uno de los factores más importantes.**

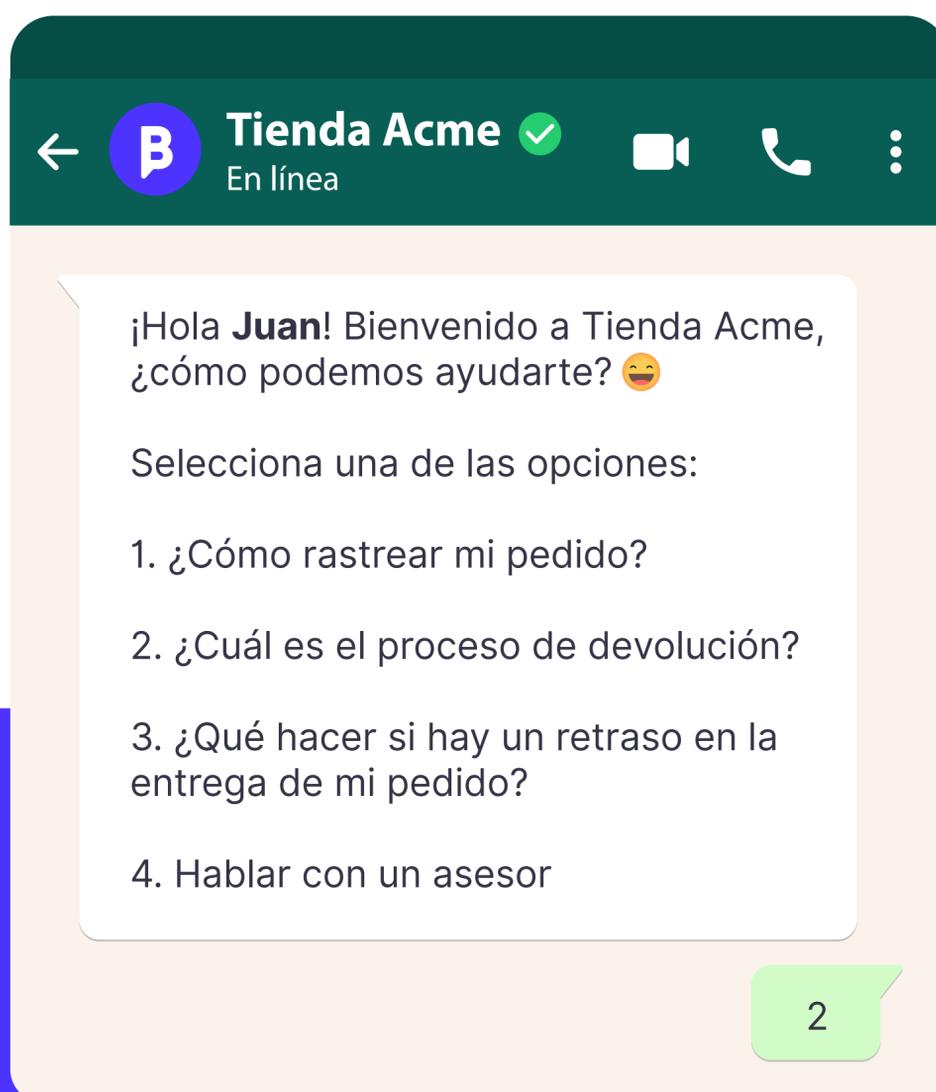
Tus clientes esperan respuestas a un clic, donde el tiempo para resolver sus inquietudes debe ser mínimo o inmediato. Responder rápido no sólo aumentará la satisfacción de tus clientes con respecto a tu servicio, sino que también con las herramientas adecuadas podrás aligerar tu carga de trabajo y anticiparte a las necesidades de tus consumidores.

Pero... ¿Cómo responder rápido? **Existen muchas funcionalidades de automatización que te permiten predeterminar mensajes y así agilizar tus tiempos de respuesta.**

Una de estas funcionalidades son los bots.

Un bot es un software cuya función es realizar tareas automáticas imitando el comportamiento humano.

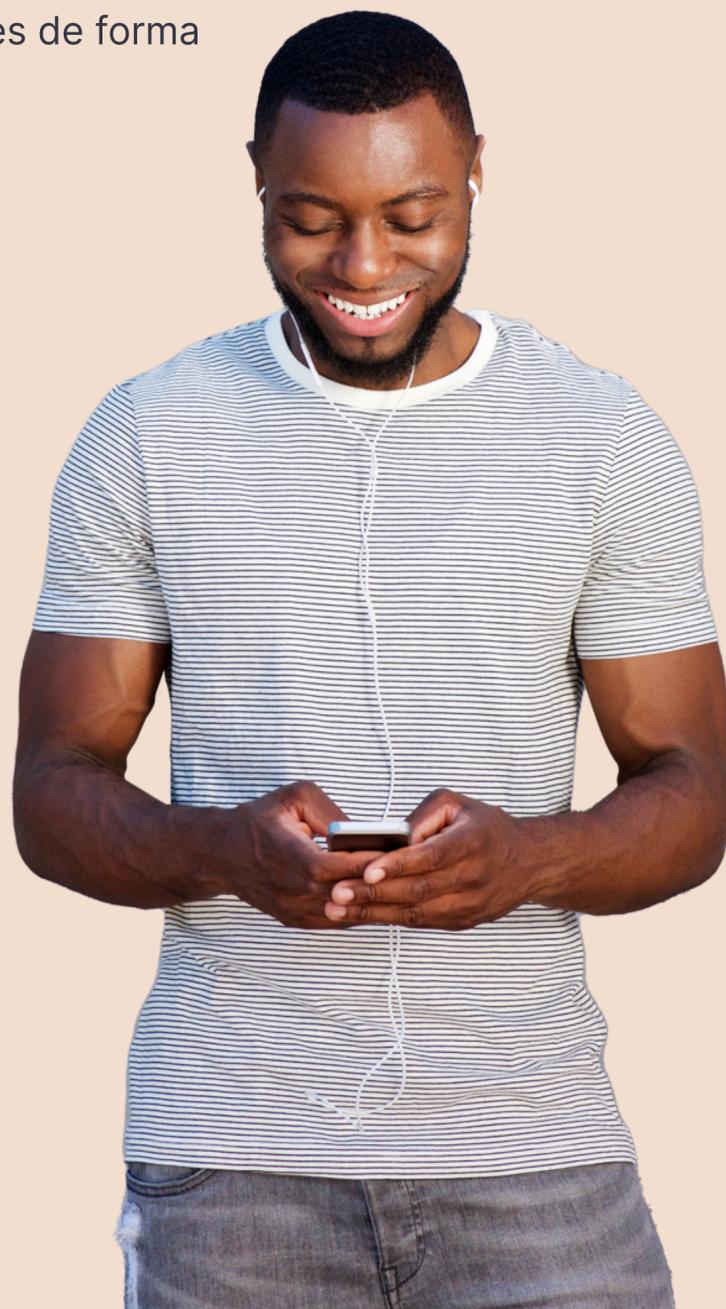
Por ejemplo, una labor repetitiva que generalmente necesite una persona para ser realizada se puede automatizar con un bot. De esta manera, ahorras tiempo y asignas funciones más personalizadas a tu equipo de trabajo.





Con recursos como los bots puedes configurar preguntas y respuestas automáticas, permiten a tus agentes dar una respuesta rápida a tus clientes. Otra herramienta son las preguntas frecuentes. Existen ciertos interrogantes o información básica que seguro tus clientes solicitan a diario. Haz una lista de las preguntas más comunes y predetermina una respuesta para cada una. Usando estas herramientas puedes agilizar procesos y tus tiempos de respuesta.

En B2Chat tienes múltiples funcionalidades que te ayudarán a responder siempre a tiempo. Con el Bot de soluciones podrás configurar respuestas a preguntas frecuentes, de esta manera ayudarás a tus clientes a resolver sus inquietudes más comunes de forma rápida y efectiva.





4. Calidad

Responder a tus clientes de forma rápida y con un estilo definido es importante, pero aún si tienes claro el punto anterior, es esencial asegurarse que la atención que brindes sea de excelente calidad.



8 de cada 10 personas utilizarán otro método de contacto si no pueden resolver su problema en una primera interacción.

Esto quiere decir que además de la inmediatez en las respuestas, tus clientes también necesitan que su inquietud sea resuelta.

Para mejorar la calidad de tu atención al cliente por medio de mensajería instantánea primero debes conocer tu escenario actual. Existen muchas formas de evaluar o medir la calidad de tu atención, sin embargo, una encuesta de satisfacción e inclusive, una pregunta con respuesta múltiple que califique tu servicio te ayudará a descubrir la verdadera percepción sobre la atención que ofreces.

De esta manera, obtendrás los insumos que necesitas para conocer los niveles de satisfacción de tu público.

Si tus canales de atención principales son las redes sociales, fíjate en las reseñas o comentarios positivos que publican tus seguidores e interactúa con ellos. **Si observas que hay clientes que comparten tus productos en sus perfiles ¿Por qué no conectar con ellos?** E incluso, piensa en formas en las que puedes premiarlos o crear nuevas alianzas.



Con el Bot de Satisfacción de B2Chat podrás medir el nivel de satisfacción de tus clientes después de ser atendidos por un agente. Úsalo en cualquiera de los dos modos disponibles: **calificación binaria** (bueno 👍 o malo 👎) o **escala de 1 a 5 por medio de estrellas**.

El bot se mostrará luego de haber finalizado un chat con un cliente y la primera pregunta que realizará es si desean calificar el servicio o la atención que acaban de recibir. Si la respuesta de tu cliente es Sí, procederá a mostrar las preguntas que hayas configurado previamente. Si el cliente responde No, el bot despedirá la conversación.



5. Nutre la relación con tus clientes

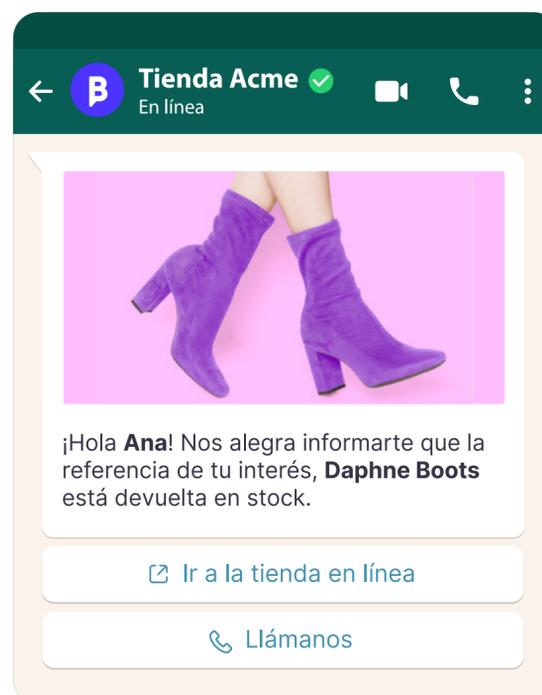
¿Cuáles son los motivos por los que interactúas con tus clientes? Ventas, atención, PQRs, cotizaciones, etc. Todo esto resulta muy familiar para cualquier empresa que ofrezca productos o servicios, pero fuera de esto ¿Cómo te mantienes conectado con ellos y ellas?

Si nunca habías pensado en esto ¡No te preocupes! Todas las empresas tienen necesidades y objetivos distintos, aquí estamos para darte ideas.

Nutrir la relación con tus clientes más allá de la atención diaria es cultivar una fuente de oportunidades para tu marca.

Además, de inspirar confianza, mejorar tu percepción y fidelizar. Una forma de conectar con tus clientes es hacerlo por medio de mensajes masivos. Anímate a iniciar nuevas conversaciones con clientes potenciales o comunicar tus últimas novedades para que ellos y ellas estén siempre informados.

La creación de contenido de valor e instructivo también es otra forma de mantenerte comunicado con tus clientes. Un blog de marca donde compartas contenido de actualizaciones, tendencias e información relevante o un Centro de ayuda que funcione como una biblioteca de contenido instructivo no sólo agilizará procesos de soporte o resolución de preguntas, sino que será otra forma de estar allí cuando tus clientes te necesiten.





6. Conoce tus recursos y alcance

Cuando fijes metas en tu empresa, asegúrate que sean coherentes con los recursos que cuentas y el alcance que puedes llegar a tener. Para brindar una atención al cliente de calidad acorde con tus capacidades y las necesidades de tus clientes te recomendamos tener los siguientes aspectos en cuenta:

Número de agentes

¿Con cuántos agentes dispones en tu organización? Este número varía según cada tipo de empresa y sus necesidades. Pero ya sea una gran compañía o un emprendimiento es importante contar con el equipo ideal para cada área.

Asigna un equipo de agentes especiales para brindar atención al cliente o si tu equipo es muy pequeño, entrénalos a todos con los conocimientos básicos para el tratamiento de resolución de problemas, sin pasar por alto la calidad y todo lo mencionado anteriormente.

Capacita a tus agentes

Tus agentes son la voz de tu empresa. Sin importar la cantidad, es **importante brindarles el conocimiento que necesitan para ofrecer la mejor experiencia a los clientes.** Un agente capacitado puede manejar las conversaciones sin poner en riesgo la satisfacción del cliente.

Automatiza tus procesos

Identifica las consultas más comunes, preguntas frecuentes y contenidos relevantes del centro de ayuda que se puedan automatizar ¡Y hazlo! Logrando automatizar todo lo que puedas; ahorrarás tiempo y atenderás a tus clientes de inmediato.

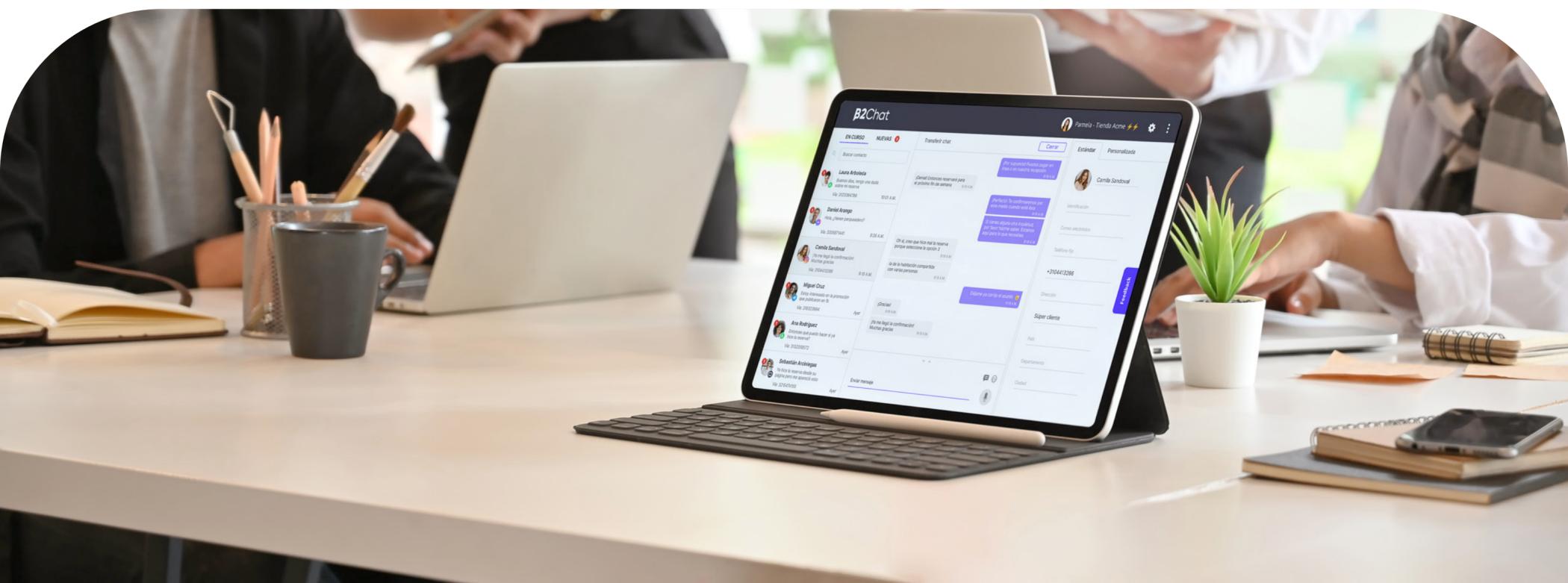
Ruta de atención

Trazar una ruta de atención en casos específicos le ayudará a tus agentes a saber cuáles son los pasos a seguir según la situación. Así evitarás llevar a tus clientes de un lado a otro y brindar soluciones oportunas a sus problemas. Piensa en implementar un protocolo por casos o un manual de resolución de conflictos.

Centraliza tus chats en un solo lugar

Gestionar todas las bandejas de entrada de tus canales de atención en un solo sitio, reduce tus tiempos de espera y agiliza tu flujo de chats. Además, si sumas el uso de bots de preguntas frecuentes y demás funcionalidades de automatización, tus chats nunca estarán en visto.

B2Chat es la plataforma multicanal con la que tu empresa puede centralizar los chats provenientes de sus canales de atención en un solo lugar. También, es multiagente porque puedes vincular el número de agentes que requieras. Conoce más sobre nuestros planes y precios en este enlace, o solicita una demo gratuita aquí.



7. Evalúate

Ya creaste una estrategia de atención al cliente y seguiste todas las recomendaciones ¿Qué sigue ahora? [Comprobar que esté funcionando](#). Evaluar el rendimiento de tu estrategia te permitirá reconocer los aspectos positivos de tu plan y aquellos que necesitan más atención para mejorar.

Entre las métricas a evaluar en tu estrategia de atención al cliente por medio de mensajería instantánea incluye: el volumen de chats, el tiempo de primera respuesta, el tiempo promedio de atención, el índice de resolución, la encuesta de satisfacción del cliente y muchas más.

Esta evaluación también depende de las funcionalidades de la plataforma que escojas para administrar tu mensajería instantánea.

Por ejemplo, [en B2Chat tienes acceso a un módulo de Informes y un módulo de Auditoría](#) que te permitirán monitorear en tiempo real o en un periodo de tiempo específico tus estadísticas. En Informes puedes revisar tus rendimientos en varias categorías como: chat, tiempos de chats, chats por agente, entre otros.

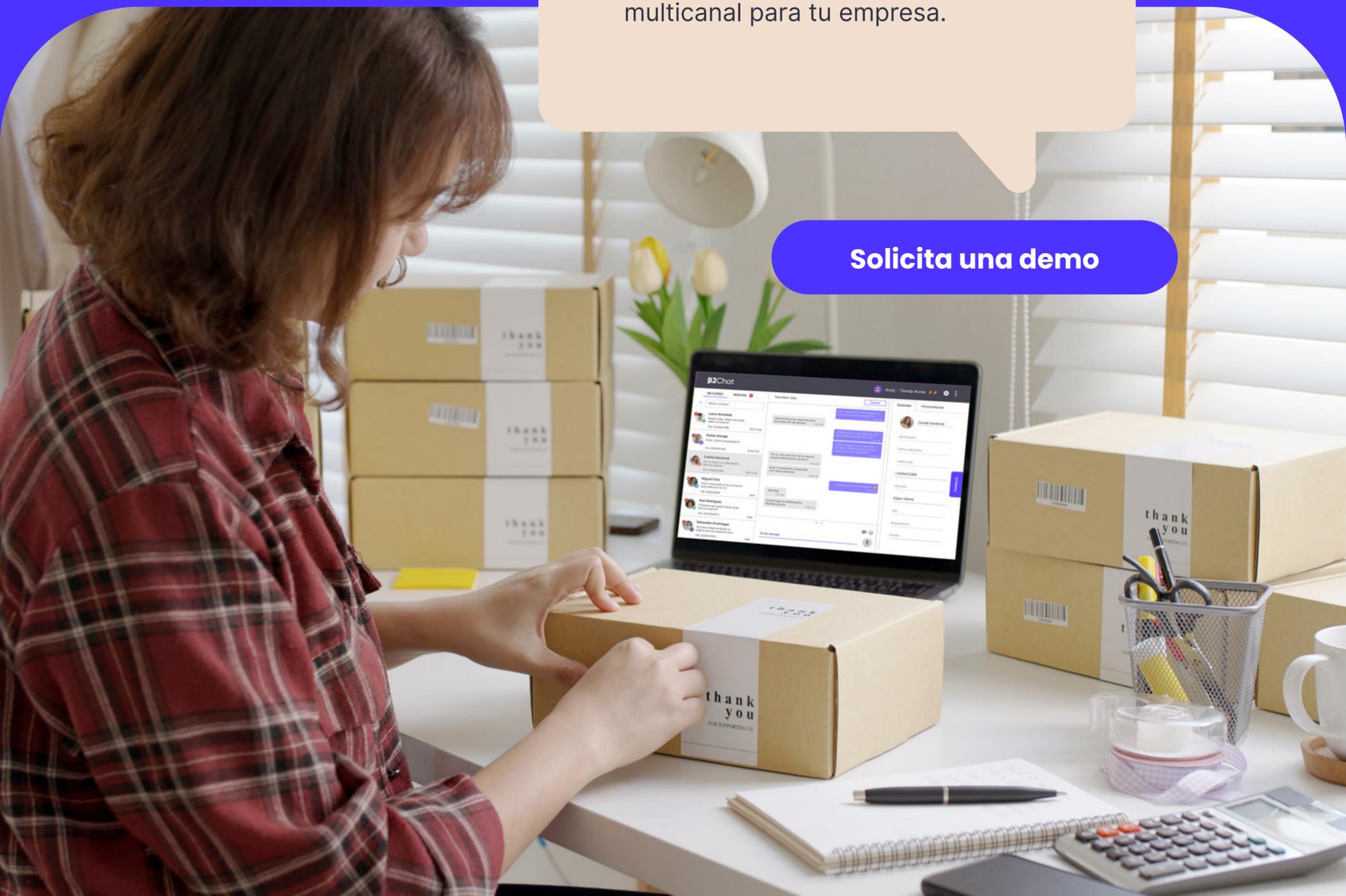
Mientras que, en el módulo de Auditoría podrás visualizar las conversaciones que ocurren en tiempo real entre tus agentes y clientes. ¿Y lo mejor? **Puedes crear reportes personalizados y exportar tus datos cuándo y cómo quieras.**

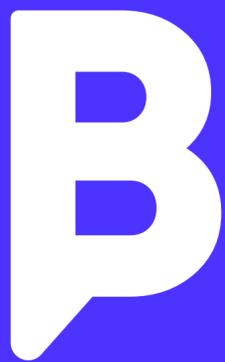
¿Quieres brindar atención de calidad y sin demoras a tus clientes?

Es hora de que pruebes B2Chat.

Solicita una demo gratuita aquí para descubrir todos los beneficios de una plataforma multiagente y multicanal para tu empresa.

Solicita una demo





B2Chat.io

Síguenos en: [in](#) [📷](#) [f](#)