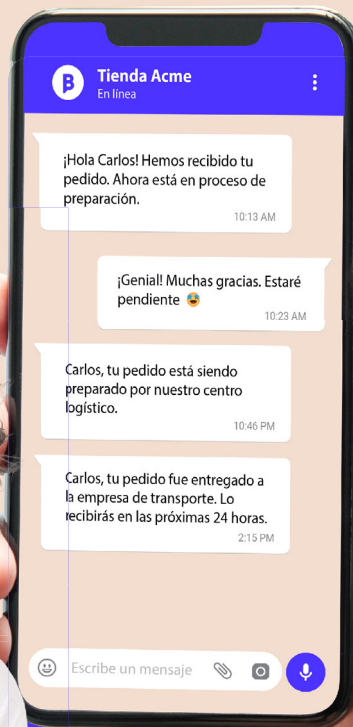
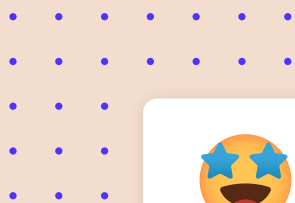


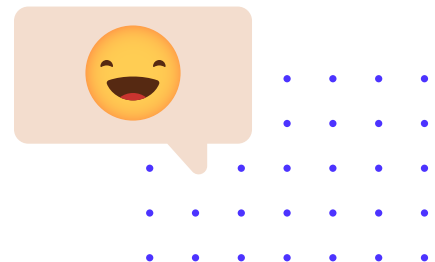
B2Chat

Vender conversando,
C-commerce y WhatsApp
para hacer crecer mi negocio.



Índice

- ¿Qué es el C-Commerce?
- ¿Cómo usar el C-commerce para vender más?
- ¿Qué esperan los clientes y qué debe hacer la empresa?
- ¿Qué herramientas necesito para empezar mi estrategia de C-Commerce?
- ¿Puedo hacer C-commerce en Facebook?
- ¿Cómo puedo complementar mi estrategia de C-Commerce?

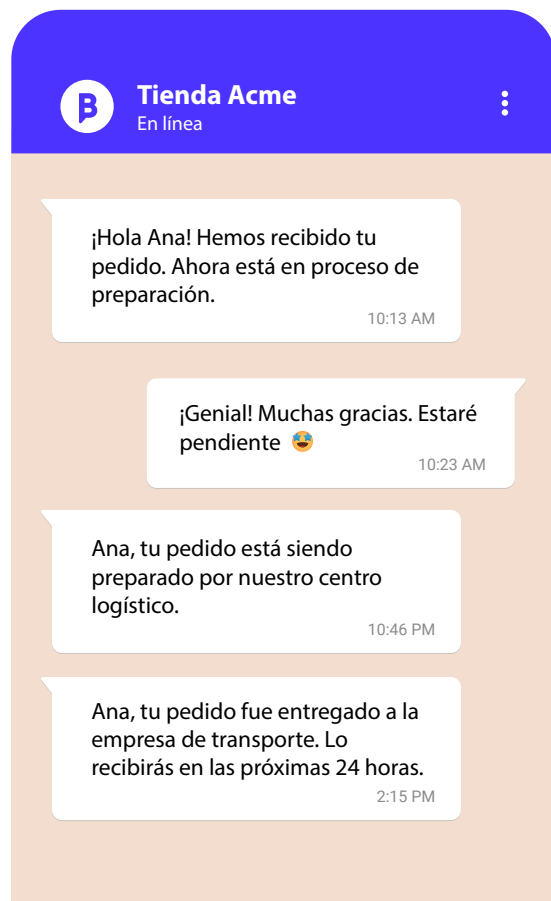


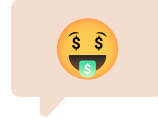
¿Qué es el C-Commerce?

El C-Commerce es una estrategia de mercadeo que tiene como premisa utilizar las conversaciones entre clientes y las empresas como mecanismo de persuasión. Las ventas por lo tanto, son el fruto de una confianza mutua que se va construyendo con cada intercambio de palabras.

Segun el C-Commerce, los clientes están dispuestos a adquirir productos siempre y cuando la atención o la información que le brinde la empresa sea amena y lo más cercana posible, también es importante que la conversación sea fluida, como lo es una charla entre amigos.

Podríamos resumir el C-commerce en la siguiente fórmula:





¿Cómo usar el C-commerce para vender más?

De acuerdo al C-Commerce, para poder vender más es necesario conversar más, y esto solo es posible con herramientas tecnológicas y/o capacidad humana que permita crear discusiones simultáneas entre una misma empresa y varios clientes.

Sin embargo, antes de conocer algunas ayudas técnicas, es necesario aprender los atributos humanos que debe tener cada una de las conversaciones, de lo contrario cualquier solución informática será simplemente un gasto innecesario e improductivo.

Características humanas de las conversaciones según el C-Commerce:



Inmediatez: Las conversaciones fluyen naturalmente cuando ambos interlocutores participan activa y velozmente en la charla.



Utilidad: Cuando la información que se transmite y se recibe en una conversación genera algún valor para los interlocutores, es más probable que ambos creen una relación.



Simpleza: En su vida cotidiana nadie se comunica con términos complejos, por eso las conversaciones entre empresas y clientes deben emular la naturalidad de las charlas informales.



Complicidad: La honestidad y la empatía ayudan a construir una confianza mutua, cuando las marcas logran penetrar en el corazón de los clientes a través de sus mensajes, las conversaciones son cada vez más similares a las que tendrían con amigos y familiares.



Ahora que ya conoces los aspectos más importantes de las conversaciones puedes empezar a generar varias al mismo tiempo, estas herramientas pueden ayudarte en esa tarea:



Chatbots: Gracias a estos aliados informáticos, se pueden automatizar algunos aspectos frecuentes de tus conversaciones como: bienvenidas, despedidas, preguntas frecuentes y enrutamientos.



Respuestas Rápidas: Esa es una funcionalidad que permite pre configurar frases o párrafos frecuentes en tus conversaciones, de esta manera, presionando solo un corto comando, las personas encargadas de chatear con los clientes se ahorran el trabajo de digitación y pueden contestar más conversaciones al tiempo.



Herramientas multicanal: Integrando todos los puntos de contactos de una empresa, es decir, sus diferentes canales de mensajería como: Facebook, Telegram o WhatsApp, en una sola bandeja de entrada, los empleados encargados de contestar las conversaciones con los clientes pueden atender de forma mucho más veloz cada chat.



Herramientas Multiagente: Dependiendo del tamaño de cada empresa, el equipo de trabajo destinado a conversar con los clientes es mayor o menor. La posibilidad de contestar un mismo canal con varias personas al mismo tiempo ayuda a abarcar una gran cantidad de chats en el menor tiempo posible.



Mensajes masivos: Generar conversaciones en vez de solo esperarlas, también puede ayudar a que las empresas mantengan conversaciones con sus clientes, las herramientas que permiten usar bases de datos para transmitir información relevante para los consumidores potenciales son de mucha utilidad en estos casos.



Transferencias y departamentos: Dividir el equipo de trabajo de las empresas, seleccionando a los empleados más capacitados para ciertas labores, ayuda a que los clientes sientan la importancia de sus necesidades, por eso repartir la operación en departamentos y transferir conversaciones entre ellos es de mucha ayuda.

¿Qué esperan los clientes y qué debe hacer la empresa?



Lo que el cliente necesita

- Ser escuchado sobre sus necesidades, miedos, posibilidades y preferencias.
- Atención ágil y sin demoras.
- Información relevante para tomar sus decisiones de compra.
- Disponibilidad para resolver solicitudes o finalizar sus compras.



Lo que la empresa puede darle

- Segmentación a través de formularios para crear experiencias a la medida.
- Automatización de procesos.
- Contenido de valor desde la perspectiva del cliente.
- Servicio 24/7 en los canales de mensajería gracias a los Chatbots.



¿Qué herramientas necesito para empezar mi estrategia de C-Commerce?

Existe una gran cantidad de funcionalidades que pueden potenciar una estrategia de C-Commerce pero aplicarlas por separado puede llegar a ser costoso y engorroso, por eso lo más recomendable es usar una plataforma que brinde una oferta amplia de herramientas por un costo integral, inferior al que podría tener desarrollarlas al interior de las compañías.

Las empresas de servicios multiagentes y multicanales son ideales para empezar una estrategia de C-Commerce, ellas se encargan de mejorar todos los canales de mensajería de las empresas usando como herramienta la [API de WhatsApp](#) y los desarrollos propios en sus plataformas. Gracias a la API es posible conectar varios agentes a una misma línea de WhatsApp, pero esta es solo una de las ventajas de estas compañías.

Los desarrollos individuales de las empresas multiagentes y multicanales van desde: la implementación de Chatbots, pasando por las respuestas rápidas, las transferencias de chats o las herramientas para múltiples agentes, hasta los envíos masivos. También es posible encontrar plataformas que permitan etiquetar chats, generar reportes, captar datos, enviar y recibir grandes cantidades de archivos, auditar conversaciones y mucho más.

Lo realmente importante a la hora de elegir la mejor plataforma para una empresa es evaluar las funcionalidades propias así como la frecuencia de sus innovaciones, para contrastar cómo las necesidades de la compañía podrían resolverse a través de una suscripción.

Empresas como B2Chat son expertas en implementar funcionalidades aptas para C-Commerce por eso dentro de su plataforma se incluyen todos los beneficios que hemos mencionado en esta guía y muchos otros más.



¿Puedo hacer C-commerce en Facebook?

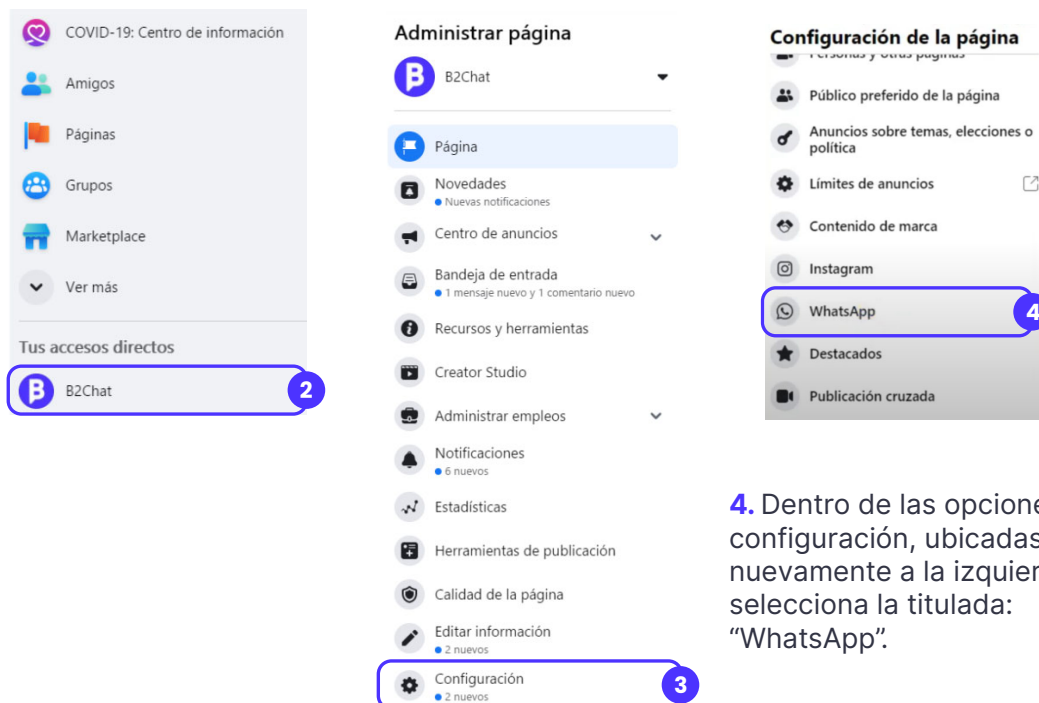
Guía para optimizar tus pautas

Los principios del C-Commerce se pueden aplicar a cualquier plataforma de chat, pero conseguir agilizar las conversaciones derivadas de la pauta en Facebook es una forma muy útil de empezar a aplicar esta estrategia de marketing en tu empresa.

A continuación te explicaremos, paso a paso, cómo redirigir tu pauta de Facebook hacia la consola de B2Chat.

Antes de redireccionar tu pauta debes vincular tu línea de WhatsApp API con tu página de Facebook Business, para conseguirlo solo debes:

1. Ingresar a tu página de Facebook digitando tu usuario y contraseña.
2. Una vez dentro de tu perfil, debes buscar tu página de Facebook Business, la cual se encuentra en el costado izquierdo de tu pantalla.
3. Abre el menú desplegable de tu página de Facebook Business y busca la opción configuración, que se encuentra al final de los botones.



4. Dentro de las opciones de configuración, ubicadas nuevamente a la izquierda, selecciona la titulada: "WhatsApp".

¿Puedo hacer C-commerce en Facebook?

Guía para optimizar tus pautas

5. Finalmente, deberás ingresar: El indicativo de tu país y el número de la línea que desees agregar, dentro del configurador. WhatsApp enviará un número de validación a la línea ingresada y tu deberás digitarlo en tu pantalla de Facebook para completar el proceso de autenticación.



Conectar WhatsApp con Facebook

Cuando conectas tu cuenta de WhatsApp o WhatsApp Business con Facebook, puedes agregar el botón de WhatsApp a tu página y crear anuncios de WhatsApp para publicarlos en Facebook.

Conectar tu cuenta de WhatsApp

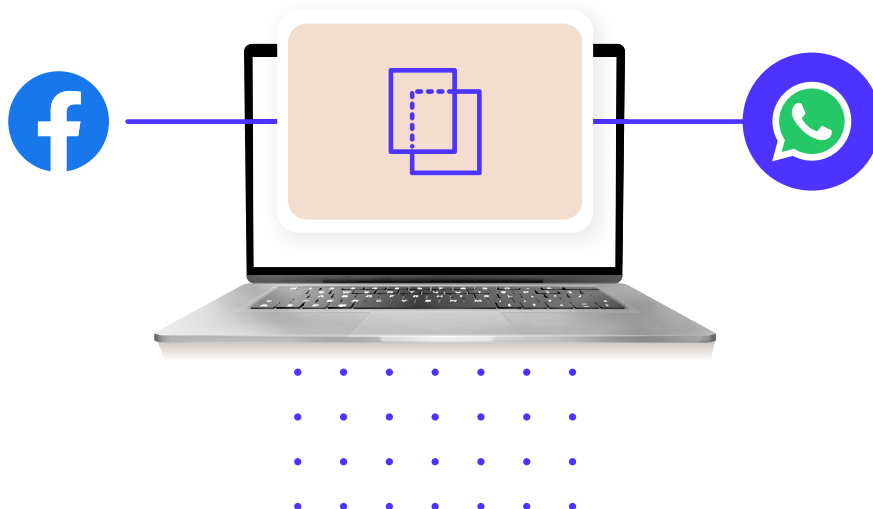
Ingresar tu número de WhatsApp o WhatsApp Business y, a continuación, busca el código de confirmación que recibirás por mensaje de WhatsApp.

Código de país

Número de teléfono Ingresar número de WhatsApp

Algunas recomendaciones finales: Si tienes problemas para agregar tu número en el último paso, intenta borrar el caché de tu navegador y empieza nuevamente el proceso, quizás así puedas conseguir vincular tu número correctamente.

✓ Al terminar estos pasos tu página de Facebook Business estará vinculada a tu línea de WhatsApp API y obviamente a B2Chat.





A continuación te mostraremos dos formas de redireccionar tu pauta de facebook hacia la consola de B2Chat:

Opción 1: Promocionar una publicación de tu Facebook Business y vincularla a la consola de B2Chat.

1. Ingresar a tu página de Facebook digitando tu usuario y contraseña.
2. Una vez dentro de tu perfil, debes buscar tu página de Facebook Business, la cual se encuentra en el costado izquierdo de tu pantalla.
3. Busca en tu feed la publicación que deseas promocionar y, en la parte inferior de la imagen, selecciona la opción llamada: "Promocionar publicación".



4. Una vez dentro del configurador de pauta, deberás elegir las siguientes opciones:

Objetivo de la pauta: Recibir más mensajes.

Botón: Enviar mensaje.

Apps de mensajes: WhatsApp y/o Facebook Messenger.

Mensajes de bienvenida: Escribe el texto que quieras predeterminar en tu público objetivo. [Esta opción solo está disponible para Facebook Messenger.](#)

En las opciones: Público, Duración y Ubicación puedes elegir las opciones que desees según tus intereses y presupuesto.

5. El configurador de mensajes te preguntará si deseas incorporar algún pixel, puedes hacerlo, pero si no sabes de qué se trata [aquí](#) te lo contamos!

6. Finalmente deberás agregar tu método de pago, una vez terminado este proceso tu pauta estará al aire y cada mensaje que recibas se enviará directamente a tu consola de B2Chat.

The screenshot shows the 'Promocionar publicación' (Promote post) configuration screen in Facebook Ads Manager. The account selected is 'Cuenta publicitaria B2Chat'. The main configuration area includes:

- Objetivo:** 'Automático' (Automatic), with a 'Cambiar' (Change) button. Description: '¿Qué resultados te gustaría obtener de este anuncio? Permite a Facebook seleccionar el objetivo más relevante en función de tu configuración.'
- Botón:** 'Enviar mensaje' (Send message).
- Categoría de anuncio especial:** 'Anuncios sobre créditos, empleos, viviendas o temas sociales, elecciones o política' (Special ad category: Ads about credits, jobs, housing or social issues, elections or politics). A toggle switch is currently turned off.
- Apps de mensajes:** 'Elige dónde quieres que la gente te envíe mensajes. Selecciona al menos una app de mensajes.' (Choose where you want people to send you messages. Select at least one messaging app.) Both 'Messenger' and 'WhatsApp' are selected with checkmarks.
- Mensaje de bienvenida:** 'Configura tu saludo y las preguntas frecuentes.' (Configure your greeting and frequently asked questions). An 'Editar' (Edit) button is present.

On the right side, there is a 'Vista previa del anuncio' (Ad preview) section showing a preview of the ad. The ad content includes the B2Chat logo, the text '¿Sabes si tu empresa cumple los requisitos para tener la API de WhatsApp? Descubre qué necesitas para usar esta poderosa herramienta, todo esta en este blog.', an image of a laptop with a gear icon, and a button that says 'ENVIAR MENSAJE'. Below the preview, there are engagement options: 'Me gusta', 'Comentar', and 'Compartir'. At the bottom of the preview section, it says 'Todas las vistas previas' (All ad previews).

Below the preview, the 'Resultados diarios estimados' (Estimated daily results) are shown:

- Personas alcanzadas: 14,7 mil - 42,5 mil
- Respuestas: 24 - 69

At the bottom, the 'Resumen del pago' (Payment summary) section indicates: 'Tu anuncio estará en circulación durante 5 días.' (Your ad will be in circulation for 5 days).

A continuación te mostraremos dos formas de redireccionar tu pauta de facebook hacia la consola de B2Chat:

Opción 2: Pautar desde Facebook Business Manager y vincular la pauta a la consola de B2Chat.

1. Ingresa a la pagina: business.facebook.com y digita, tanto tu usuario como tu contraseña.



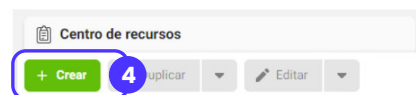
2. Una vez dentro de Manager, deberás buscar tu página de Facebook Business, la cual se encuentra al costado izquierdo de tu pantalla.

3. Cuando hayas seleccionado la página deberás buscar el administrador de anuncios.



4. Dentro del administrador verás todas las campañas que hayas realizado con anterioridad, pero si nunca haz pautado aparecerá un espacio vacío.

Para empezar a crear una nueva campaña solo debes hacer clic en el botón verde llamado: “+ Crear”, ubicado en la parte superior izquierda de tu pantalla.



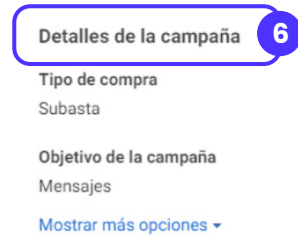
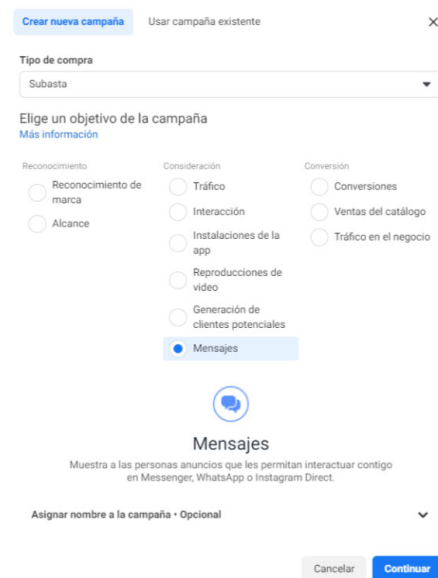
5. Dentro del configurador de campaña deberás completar la siguiente información:

Tipo de compra: Subasta.

Objetivos de campaña: Mensajes.

Nombre de la campaña: El que tu desees.

Categoría de anuncios especiales: Selecciona una de las opciones si tu anuncio se ajusta con las categorías, de no ser así deja el espacio vacío.



6. Cuando hayas terminado de configurar tu anuncio verás un resumen de tu selección llamado: “Detalles de campaña”, verifica que los datos sean correctos y continua con el proceso.

7. Veras una opcion llamada: “Prueba A/B”, no selecciones ninguna opción a menos que tengas conocimiento sobre este tipo de pauta, si deseas conocer más al respecto solo debes hacer clic [aquí](#).

Prueba A/B

Prueba diferentes campañas, conjuntos de anuncios y anuncios para conocer con qué estrategias obtienes mejores resultados. Tu alcance potencial se dividirá entre ellos para que los resultados sean más precisos.

[Más información](#)

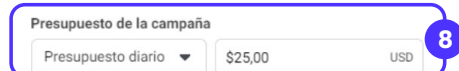


8. También verás un apartado llamado: “Optimización del presupuesto de la campaña” allí deberás agregar el monto de dinero y la opción de cobro para tu pauta, esto lo haces de acuerdo a tus posibilidades.

Optimización del presupuesto de la campaña

Activado

Con la optimización del presupuesto de la campaña, tu presupuesto se distribuirá entre los conjuntos de anuncios para conseguir más resultados en función de la estrategia de puja y la optimización de entrega que selecciones. Puedes controlar el gasto de cada conjunto de anuncios. [Más información](#)



El importe real gastado por día puede variar. ⓘ

Estrategia de puja de la campaña

Menor costo

[Mostrar más opciones](#)

9. Lo siguiente que debes hacer es nombrar tu conjunto de anuncios y seleccionar en tipo de anuncio la opción: “clic para enviar mensaje”.

Elige también la opción: “WhatsApp” en el apartado llamado: “App de mensajería”.

Nombre de conjunto de anuncios

Nuevo conjunto de anuncios de Mensajes

[Crear plantilla](#)

Destino

Configura el anuncio e indica dónde quieres que las personas te envíen mensajes.

Tipo de anuncio

Elige el tipo de anuncio que quieres publicar. Los anuncios de clic para enviar mensaje fomentan el inicio de nuevas conversaciones. Los mensajes publicitarios sirven para retomar el contacto con conexiones existentes.

Clic para enviar mensaje

9

Apps de mensajería

Elige dónde estás disponible para chatear. Determinamos la app predeterminada que se muestra en tu anuncio en función del lugar donde sea más probable que la persona quiera iniciar una conversación contigo.

- Messenger
- WhatsApp
- Instagram Direct

Cuentas

Elige las cuentas en las que quieres recibir mensajes.

Página de Facebook

B2Chat

10

WhatsApp Business

573225125070

10

Esta página está conectada a una cuenta de WhatsApp Business con el número +57 3225125070.

La información de WhatsApp, incluidos los nombres y números de teléfono, está sujeta a las restricciones de uso de datos establecidas en las [Políticas de publicidad de Facebook](#). Tu negocio y tus anuncios también deben cumplir la [Política de comercio de WhatsApp](#).

10. Verás una sección llamada cuentas, allí deberás seleccionar tu página de Facebook Business y el número de tu línea de WhatsApp API.

11. El configurador te pedirá algunos datos adicionales sobre tu pauta llamados: “Público” y “Ubicaciones”, selecciona las opciones que más se ajusten a tus necesidades y presiona: “Siguiente”.

12. El próximo paso será nombrar tu anuncio y seleccionar la identidad, allí es necesario elegir las opciones que correspondan a tu página de Facebook Business y a tu perfil de Instagram.

13. El próximo paso será nombrar tu anuncio y seleccionar la identidad, allí es necesario elegir las opciones que correspondan a tu página de Facebook Business y a tu perfil de Instagram.

Configuración del anuncio

Crear anuncio ▼

Formato

Elige cómo quieres estructurar tu anuncio.

- Una sola imagen o video
Una sola imagen o video, o una presentación con varias imágenes
- Secuencia
Dos o más imágenes o videos desplazables

13

14. Finalmente debes seleccionar la opción: “Enviar mensaje de WhatsApp” en el apartado de titulado: “Llamada a la acción”.

Si cuentas con conocimiento sobre el píxel de Facebook puedes integrarlo en los siguientes pasos del configurador de anuncios, si no es así puedes aprender a usarlo haciendo clic aquí.

15. Termina el proceso de pauta presionado el botón verde llamado: “Publicar” y listo, tu anuncio estará al aire y los mensajes que provengan de él llegarán directamente a tu consola de B2Chat.

Nombre de anuncio

Nuevo anuncio de Mensajes Crear plantilla

Identidad

Página de Facebook

B2Chat ▼

Selección obligatoria ?

Para este anuncio, debes seleccionar una página que represente a tu negocio en el conjunto de anuncios. La misma página se usará automáticamente para el anuncio.

[Seleccionar página](#)

Cuenta de Instagram

b2chat_io ▼

Contenido del anuncio

Selecciona el contenido multimedia, el texto y el destino de tu anuncio. También puedes personalizar el contenido multimedia y el texto para cada ubicación. [Más información](#)

Contenido multimedia

Agregar contenido multimedia ▼ Crear video

Selección obligatoria

Texto principal

Cuéntales a los demás de qué trata tu anuncio

Título · Opcional

Chatea en WhatsApp

Descripción · Opcional

Incluye detalles adicionales

Optimizar texto por persona

Desactivado

Llamada a la acción

Enviar mensaje de WhatsApp ▼

14

¿Cómo puedo complementar mi estrategia de C-Commerce?

La mejor manera de ampliar una estrategia de C-Commerce es por medio de la capacitación constante, la actualización en tendencias y la compañía de una herramienta que traslade ambas características hacia los desarrollos tecnológicos.

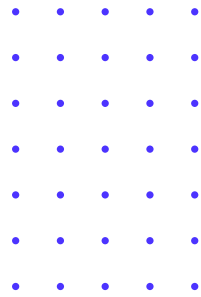
B2Chat es el aliado ideal para las empresas que no se conforman con las ventas esporádicas y quieren implementar una metodología clara en relación a sus equipos de ventas o de soporte. Su robusta plataforma, llena de funcionalidades pensadas en el marco del C-commerce, permiten que la agilidad y la calidad se unan en beneficio, tanto de los clientes como de los empleados.

Las innovaciones constantes y sumadas a la intención de capacitar tanto a sus leads como a sus suscriptores hacen de esta opción la más indicada para empresas en etapa de crecimiento y sostenimiento.

Ahora que conoces más sobre el C-Commerce, te invitamos a descubrir los beneficios de una plataforma que lo pone en práctica. Suscríbete a B2Chat y súbele el nivel a las conversaciones de tu empresa, tus clientes y empleados te lo agradecerán.

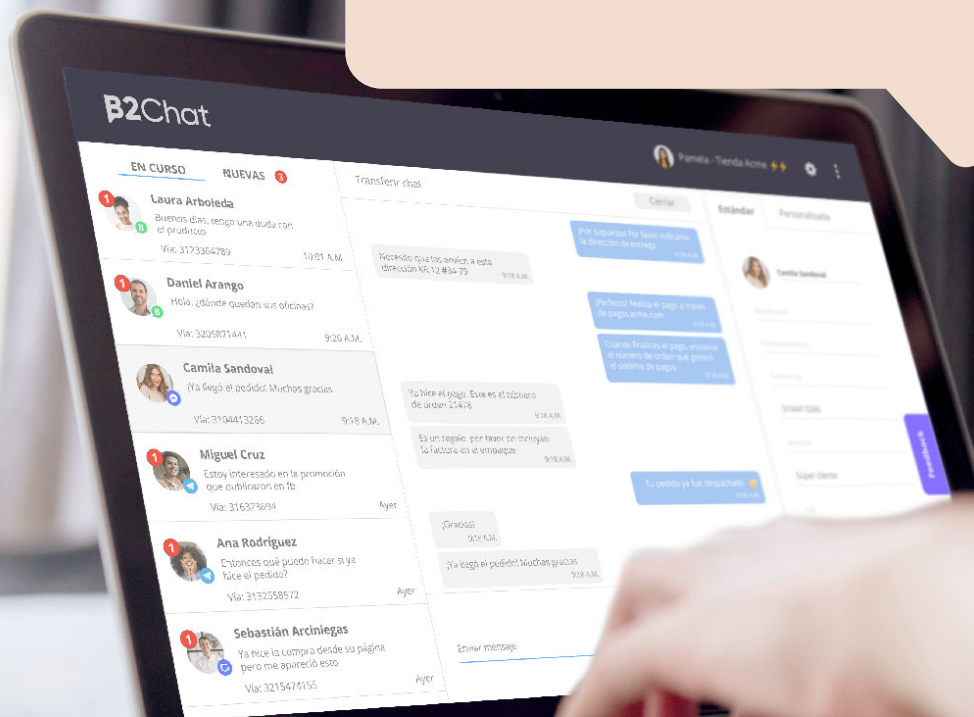


The image shows a man in a light blue shirt using a laptop. Overlaid on the right side is a screenshot of the B2Chat interface. The interface has a dark header with the B2Chat logo and user information 'Pamela - Tienda Acme'. Below the header, there's a 'Canales' section with the text 'Administra los canales que tienes conectados y conecta nuevos canales'. It features icons for WhatsApp, Messenger, Telegram, and a generic chat icon. A notification says 'Estás usando 2 canales de 4 disponibles en tu plan.' Below this are filters for 'Todas las mensajerías', 'Todos los estados', and a search bar labeled 'Buscar canal'. There are 'Aplicar' and 'Limpiar' buttons. A table below shows a list of channels with columns for channel name, status (indicated by green or red boxes), and a gear icon for settings. A 'Feedback' button is visible on the right side of the interface.



¿Quieres acompañar tu estrategia con una herramienta multiagente y multicanal?

[Solicita una demo](#)



Bibliografía

Gabriela Ugarte Ortega - Marketing conversacional: qué es y ejemplos que lo avalan
 Juan Camilo Jaramillo - ¿Por qué elegir B2Chat?
 Sara Quevedo - El C-Commerce y su crecimiento durante la pandemia



B2Chat.io

hablemos@b2chat.io