



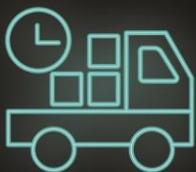
Presentado por



**02-03 Oct 19**  
Centro Citibanamex



# La Evolución de las Comunicaciones: Una mejor experiencia eCommerce





# LA NUEVA REALIDAD

NOS ENFRENTAMOS A UN MUNDO **DE CONSTANTE CAMBIO**, DONDE LA INFORMACIÓN VALE MÁS QUE EL ORO.



Estamos viviendo en la era de **compras parciales continuas**: un mundo donde constantemente evaluamos, exploramos, analizamos y encontramos la mejor oferta.





**HOY...**

**80%** adultos

**91%** jóvenes  
envían mensajes

**85 %**

de las personas quieren  
conversar con las  
empresas por mensajería  
móvil

**90 %**

de las personas dicen  
preferir un mensaje de  
texto que una llamada  
de una empresa.



# HEMOS CAMBIADO NUESTRA INTERACCIÓN

**La comunicación instantánea es el estándar de interacción de las nuevas generaciones.**



The background features a large orange shape in the top right corner and a light blue shape in the bottom center, both with rounded, organic edges.

¿QUÉ SIGNIFICA ESTE **CAMBIO**?

*Cientes Conectados*



# ¿DÓNDE NOS ENCONTRAMOS AHORA?

LA DISRUPCIÓN DIGITAL ESTÁ MÁS **FUERTE Y RÁPIDA** QUE NUNCA.



**10x**  
innovadores



**1/10**  
del costo



**100x**  
empoderamiento

SIEMPRE CONECTADOS.  
SIEMPRE INFORMADOS.  
SIEMPRE EMPODERADOS.



# PRIORIDAD #1...

La comunicación con el cliente. La voz del cliente/usuario es lo más importante.





# INTERACCIONES MÓVILES

**Comunicación instantánea es el estándar para brindar la mejor experiencia al cliente en el 2019**





# TENDENCIAS Y CAMBIOS DE CONSUMO

LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA NOS OBLIGA A TENER PRESENTE QUE LA FORMA DE COMPRAR Y NUESTROS HÁBITOS **CAMBIARON PARA SIEMPRE.**



## COMPRADOR COMPULSIVO

El deseo de comprar incrementa con precios y ofertas especiales.



## ENTUSIASTA DIGITAL

La tecnología hace parte de su vida, entonces la integra en todo lo que hace.



## MINIMALISTA

Se enfoca en lo simple.

\*Fuente: 2019 Global Consumer Types. Who They Are and How They Live. Shridhar, Amrutha, Research Consultant. Euromonitor International. 2019.



# EVOLUCIÓN EXPERIENCIA AL CLIENTE

## AUTOMATIZACIÓN

Experiencias digitales en tiendas físicas.



NIKE HOUSE OF INNOVATION (NYC 000)



BURGER KING

Referencia: Trendwatching. *The Future of Experiences.*

¿Cómo nos comunicamos si todos son tan diferentes? La respuesta está en la

# OMNICANALIDAD

*El nuevo camino para conectar con todas las generaciones.*



# OMNICANALIDAD

Para el 2022, el

# 72%

de los clientes estarán utilizando **tecnologías de comunicación móvil**, integrado con chatbots y mensajería omnicanal vs. un

# 11%

en el 2017



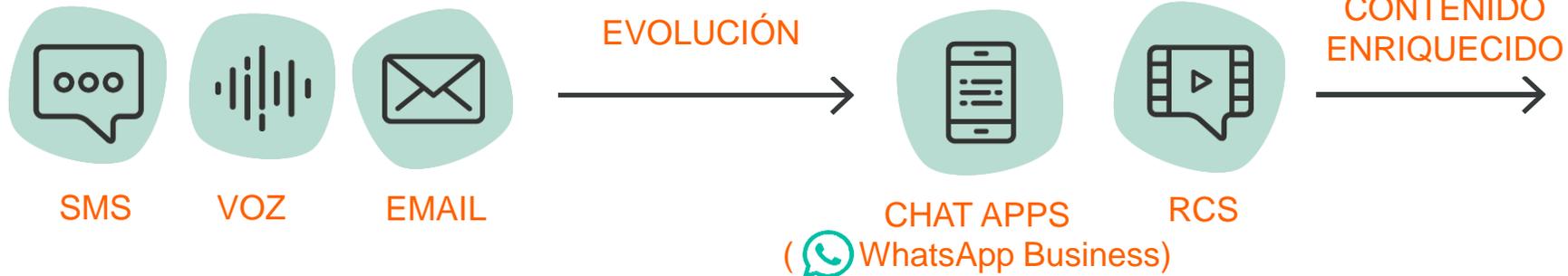


# TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA

*El Cambio de las Comunicaciones*



# DE TEXTO SIMPLE, A CONTENIDO ENRIQUECIDO...





# WHATSAPP BUSINESS API

## INFOBIP ES PARTNER OFICIAL GLOBAL



**Sender verificado**  
Comunicación de la marca.

**Mensaje encriptado**  
Su mensaje estará encriptado con un alto nivel de seguridad.

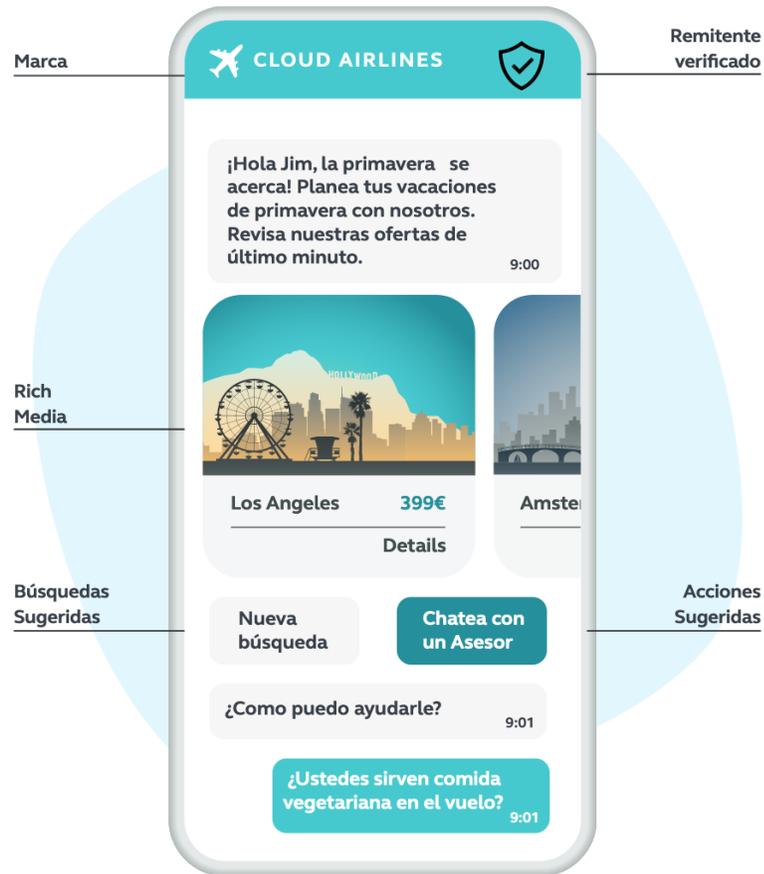
**Estatus "leído"**  
Sepa cuando el mensaje ha sido leído por su cliente.

**Comunicación doble-vía**  
Reciba todo tipo de respuestas de sus clientes.

**Mensajes de Contenido Enriquecido**  
Mejore su comunicación con el usuario final con imágenes, documentos, archivos de audio, ¡todos son compatibles!



# RICH COMMUNICATION SERVICES (RCS)



Impulse sus campañas de SMS con contenidos enriquecidos



Envíe imágenes, audio y videos



Mejore sus interacciones y los click rates



Comunicación basada en ubicación



Utilice grupos y chats individuales



Notificación de "Recibido" y "Visto"



Interactúe con GIF's y stickers



Soporte Chatbot



## Una plataforma Omnicanal. Todos los canales.



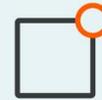
SMS



Voz



Email



Mensajería Push



Chat Apps



RCS

Unificación de canales digitales históricamente fragmentados para mejorar el customer journey y crear reconocimiento de marca.

# **CASOS DE USO**

***¡Hola Sofía!***

# ELLA ES SOFÍA

- Tiene 29 años
- Una profesional joven en su compañía
- Es apasionada por la moda
- Busca ropa online
- Compra sus productos si se le presenta una oferta especial online
- En promedio realiza una compra mensual por internet



# REGISTRO ONLINE

GO  
SHOP<sup>2</sup>

## Información personal

Nombre \_\_\_\_\_

Apellido \_\_\_\_\_

Dirección \_\_\_\_\_

Código postal \_\_\_\_\_

Ciudad \_\_\_\_\_

País \_\_\_\_\_

Teléfono \_\_\_\_\_

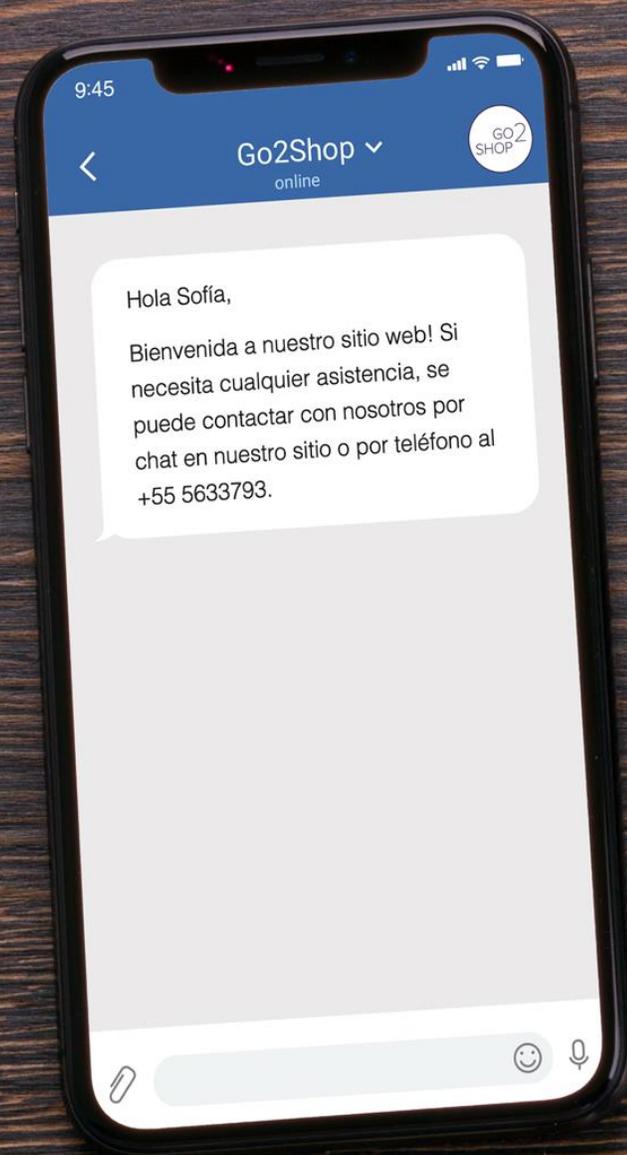
Deseo recibir información de promociones  
por medio de:

- SMS     Email     VK     Viber  
 WhatsApp     Facebook     Voz

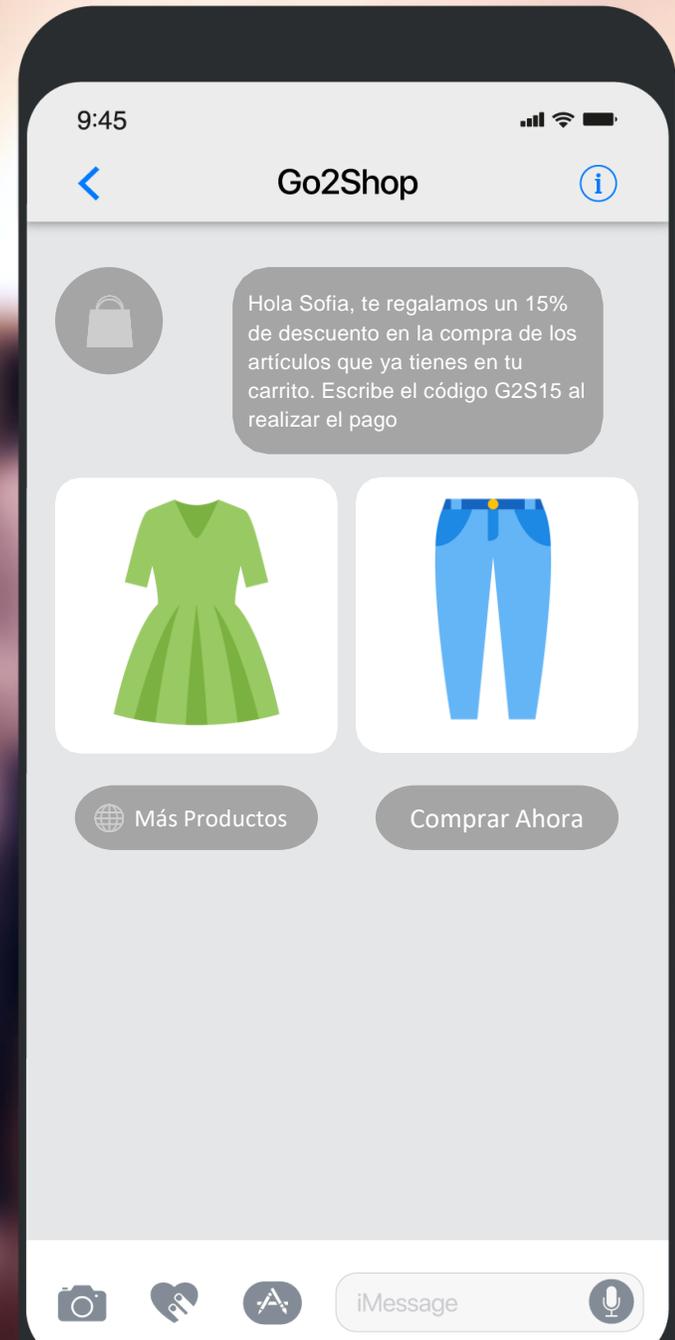
He leído y estoy de acuerdo con las  
Políticas de Privacidad.

REGISTRO

# CONFIRMACIÓN DE REGISTRO



# CARRITO ABANDONADO



HAY UNA NUEVA COLECCIÓN EN CAMINO

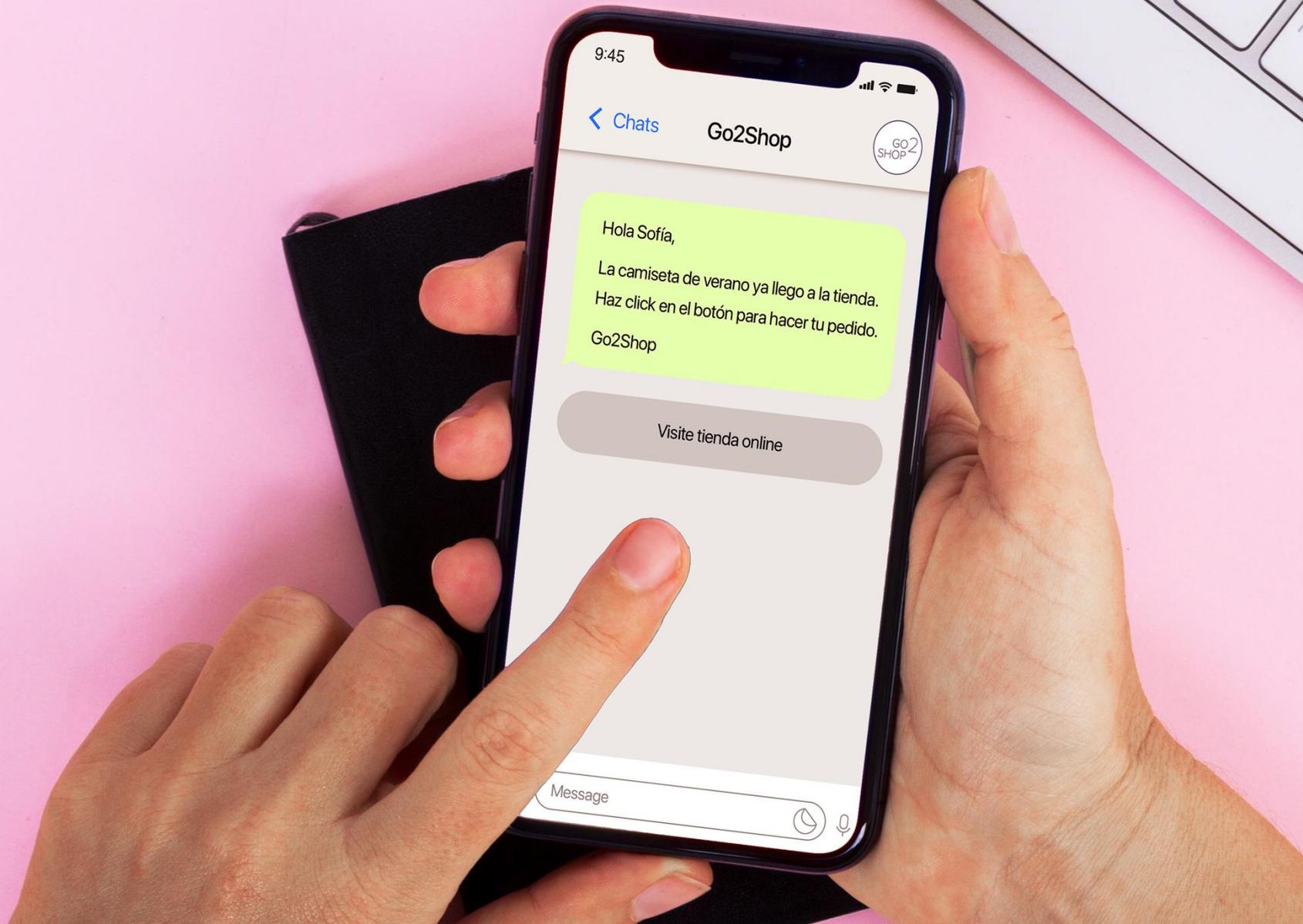
GO<sup>2</sup>  
SHOP

NEW SUMMER  
COLLECTION

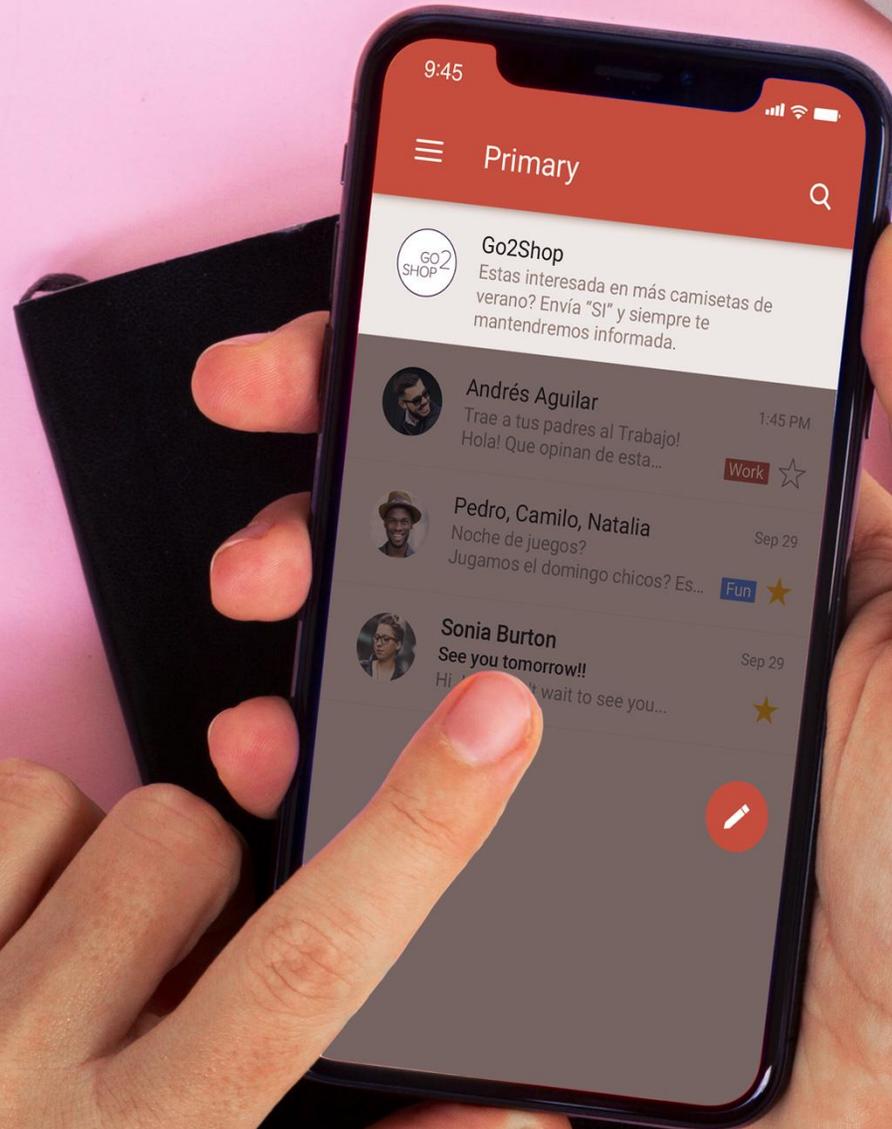
Notifícame



# EL PRODUCTO LLEGO A LA TIENDA



# EL PRODUCTO FUE COMPRADO



**AHORA, LA ENTREGA DEL  
PEDIDO...**



# EL PRODUCTO FUE DESPACHADO

---



Hola Sofía,  
Tu camiseta ha sido enviada. La estarás recibiendo en 8 a 13 días hábiles.



Hola Sofía,  
Tu camiseta será entregada mañana. Si necesitas cambiar el lugar de entrega, por favor haz click en <https://bit.ly/1iDe89A>



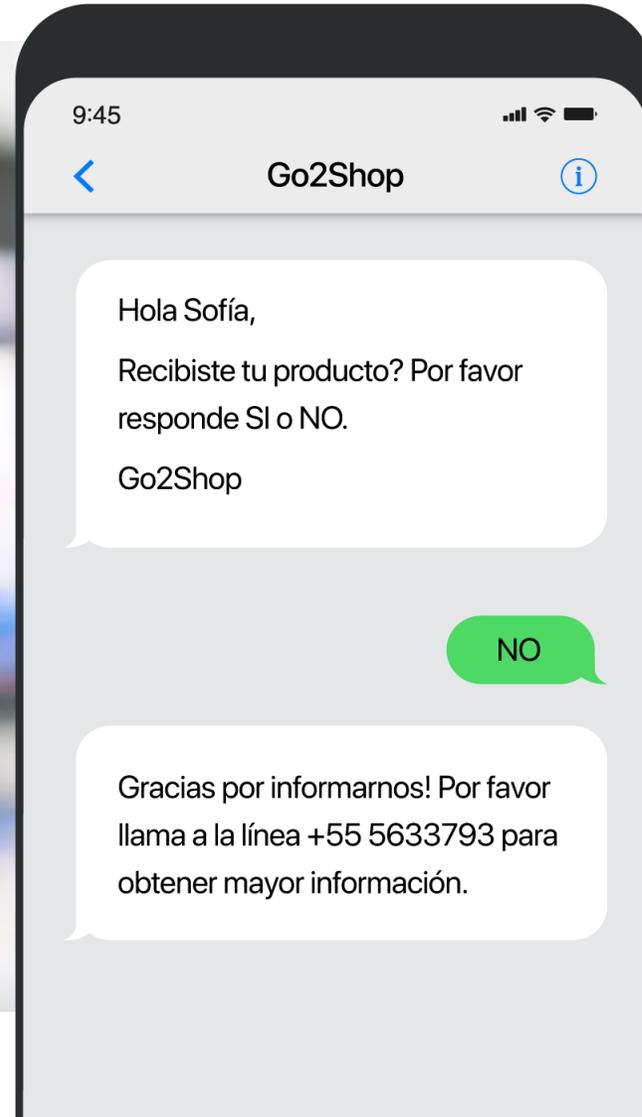
Hola Sofía,  
Tu paquete llegará en 10 minutos. Si necesitas un cambio llama al +55 5633793.





# ENCUESTA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

---





# EL CLIENTE COMO REFERENTE DE LA MARCA

---



**IMPULSE UN PROGRAMA DE  
LEALTAD...**

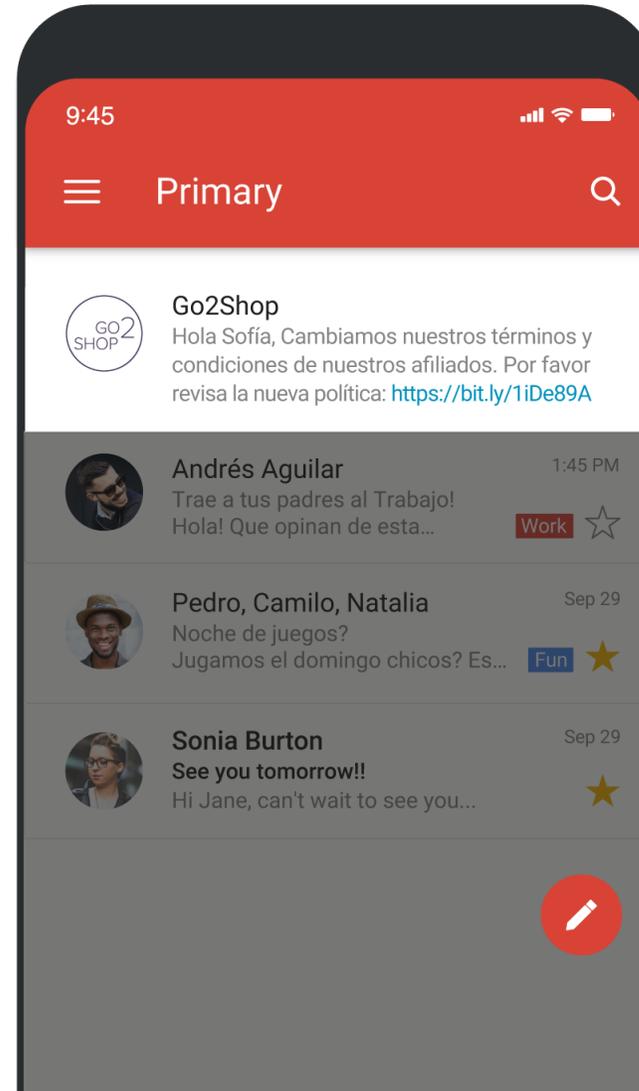


# INFORME A SU CLIENTE PUNTOS ACUMULADOS





# INFORME SOBRE DESCUENTOS/OFERTAS





LO QUE NOS UNE, **AL FINAL NOS DISTINGUE**



# ¡Avancemos juntos!

## GRACIAS.

David Aguilera y Eduardo Tepichin

[David.Aguilera@infobip.com](mailto:David.Aguilera@infobip.com)

[Eduardo.Tepichin@infobip.com](mailto:Eduardo.Tepichin@infobip.com)



**infobip**

