

El manual de las ventas de temporada

Siete estrategias de mensajes comerciales para sacar provecho de las conversaciones durante los momentos de ventas de alto valor



from  Meta



Muchas empresas, y en particular las del sector minorista y de comercio electrónico, tienen momentos predecibles a lo largo del año en los que las ventas y las conversiones aumentan. Esos momentos pico no solo representan oportunidades para impulsar las ventas y los ingresos, sino que también constituyen una oportunidad para captar nuevos clientes y consolidar la fidelidad de los clientes que ya tienen.

Ya sea Black Friday en Brasil, El Buen Fin en México, Diwali en la India o los Double Days, como 11.11 y 12.12, en el Sudeste Asiático, los momentos de temporada como estos son oportunidades que tanto empresas grandes como pequeñas no se pueden perder.

Las semillas que plantes y las relaciones que cultives durante los períodos de ventas pico pueden dar sus frutos tanto de inmediato como a largo plazo. Para aprovechar cada momento, los mensajes comerciales en WhatsApp pueden ser una estrategia clave para que tu temporada de mayor actividad sea un éxito.

Este manual te mostrará siete estrategias con las que WhatsApp para empresas te puede ayudar a maximizar el éxito durante los momentos de temporada que más les interesan a ti y a tus clientes.

Qué incluye este manual

1. La magia de los mensajes
2. WhatsApp y la oportunidad de ventas de temporada
3. Siete maneras de subir a la cresta de la ola de las compras
 - Genera nuevos clientes potenciales
 - Ofrece promociones de alto rendimiento
 - Ofrece una experiencia de compras consultiva
 - Impulsa el comercio online y offline
 - Realiza ventas cruzadas y dirigidas de productos y servicios
 - Recupera carritos abandonados
 - Optimiza la comunicación de procesamientos
4. Cómo impulsar tu crecimiento

La magia de los mensajes

Por qué los mensajes comerciales son un regalo que nunca deja de sorprender



Los mensajes comerciales son ideales para mantener conversaciones que permiten profundizar las relaciones e impulsar el crecimiento a lo largo del ciclo de vida del cliente, ya que ofrecen valor tanto a los clientes como a las empresas

42 %

de los compradores de temporada se comunicaron con una empresa por mensaje, y los consumidores más jóvenes en particular afirman haber obtenido resultados positivos de su experiencia.

APAC: 57 %
EMEA: 22 %

LATAM: 52 %
NORTEAMÉRICA: 35 %

55 %

de los compradores de temporada millennial y de la generación Z afirman que enviar mensajes a una empresa los hace sentir más conectados personalmente con la marca.

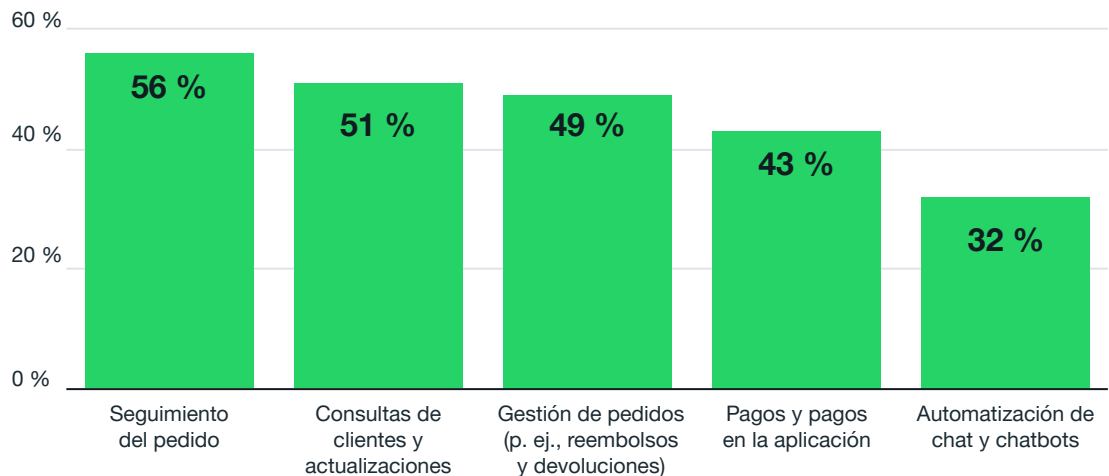
APAC: 61 %
EMEA: 39 %

LATAM: 57 %
NORTEAMÉRICA: 59 %



Los compradores recurren a los mensajes comerciales para satisfacer una serie de necesidades cuando las ventas de temporada cobran impulso, y las marcas deben tener en cuenta estos importantes casos de uso a la hora de planificar sus estrategias

¿Qué soluciones de mensajes les resultan más útiles a los consumidores?

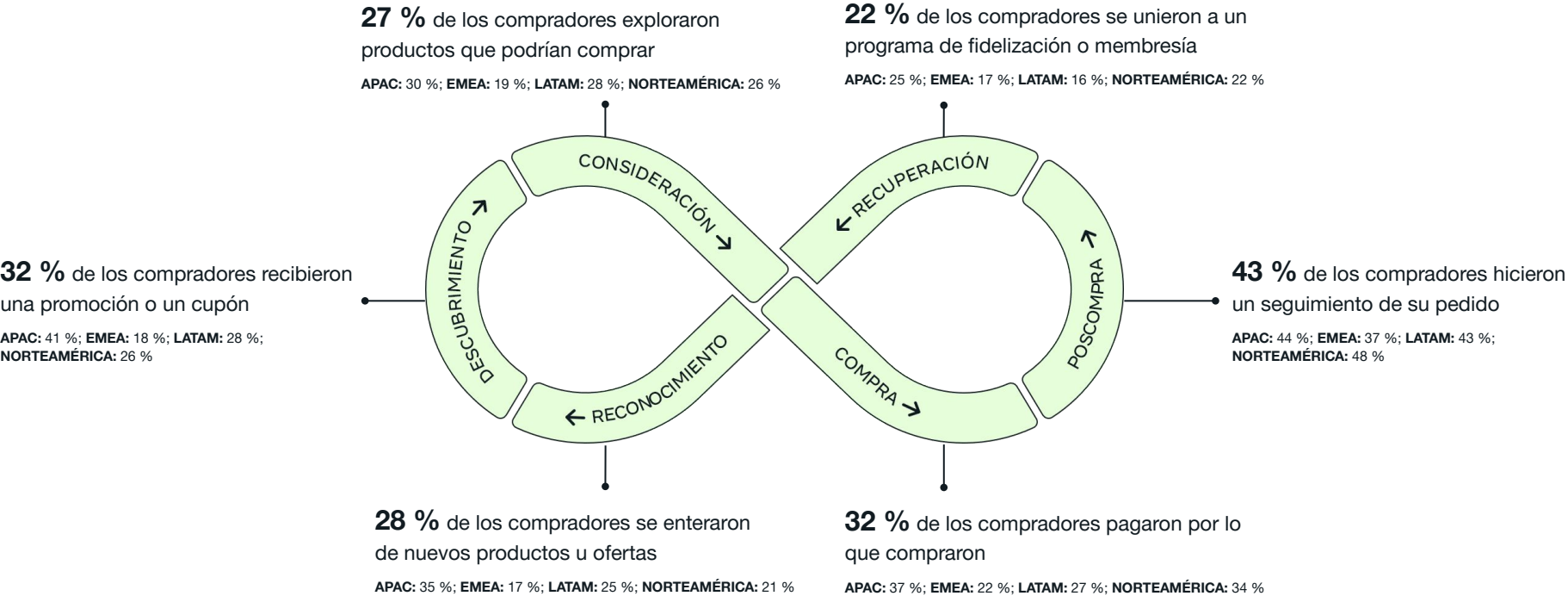


Si bien los compradores informan obtener muchos beneficios con los mensajes comerciales, las empresas también reconocen conseguir retornos en todo el ciclo de vida del cliente.

95 %

de las marcas afirman que los mensajes comerciales mejoran la experiencia del cliente, ya que permiten a las empresas profundizar las relaciones con ellos a través de conversaciones individuales continuas y personales a gran escala.

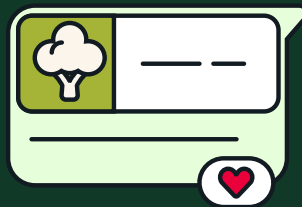
Durante los períodos de ventas de temporada y a lo largo de todo el año, las empresas tienen la oportunidad de interactuar con los clientes a través de mensajes en cada etapa de sus recorridos



Fuente: “Seasonal Holidays Study” de YouGov (estudio online encargado por Meta de 18 727 compradores del período festivo de entre 18 y 64 años en Alemania, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, Estados Unidos, Francia, Indonesia, Japón, México, Reino Unido, Suecia, Tailandia y Vietnam), diciembre de 2024.

WhatsApp y la oportunidad de ventas de temporada

Encuentra a los clientes donde pasan tiempo



En todo el mundo, el **74 %** de los adultos online afirman que quieren comunicarse con las empresas de la misma forma que lo hacen con sus amigos o familiares a través de los mensajes¹

Durante los períodos de ventas pico, por ejemplo, las fiestas, se hace más evidente el deseo de enviar mensajes a las empresas fácilmente.



De los
compradores de
temporada que ya
enviaron mensajes
a una empresa:

85 %
usó las tecnologías de Meta
47 %
en todo el mundo usa WhatsApp

Los usuarios de WhatsApp en particular son quienes más afirman disfrutar el hecho de poder enviar mensajes a las empresas directamente durante las ventas de temporada.²



¹Fuente: investigación sobre el uso de mensajes comerciales de Kantar (estudio online encargado por Meta realizado a 6513 adultos online en Alemania, Brasil, España, Estados Unidos, Filipinas, Francia, India, Indonesia, Malasia, México, Reino Unido, Tailandia, Vietnam), marzo de 2024.

²Fuente: "Seasonal Holidays Study" de YouGov (estudio online encargado por Meta de 18 727 compradores del período festivo de entre 18 y 64 años en Alemania, Australia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, Estados Unidos, Francia, Indonesia, Japón, México, Reino Unido, Suecia, Tailandia y Vietnam), diciembre de 2024.

Los recorridos de mensajes permiten a las empresas maximizar las oportunidades de ventas de temporada

WhatsApp te ofrece diversas formas de alcanzar tus objetivos comerciales durante las temporadas pico, desde generar clientes potenciales hasta comunicar el estado del pedido. Todo es posible a través de los recorridos de mensajes.

Un recorrido de mensajes comienza cuando un cliente se suma a la conversación a través de un punto de entrada, como [anuncios de clic a WhatsApp](#) o códigos QR en una tienda. Este recorrido continúa a través de las experiencias en las conversaciones que se suscitan mediante las interacciones entre clientes y empresas, y culmina cuando alcanzas el punto de conversión que deseas, por ejemplo, que el cliente realice una compra.

Los puntos de entrada (o reingreso), las experiencias en las conversaciones y los puntos de conversión trabajan de la mano para crear recorridos de mensajes que permiten lograr los resultados comerciales que deseas.

A medida que analizamos en detalle las estrategias específicas de WhatsApp que debes tener en cuenta para tu próximo gran momento de ventas, no olvides el marco del recorrido de mensajes.



El punto de entrada o reingreso

Cómo las empresas inician o reactivan recorridos de mensajes y dirigen a los clientes a una conversación por mensaje. Puede ocurrir a partir de fuentes online, como anuncios de clic a WhatsApp, o de fuentes offline, como códigos QR en la tienda.



Experiencia en la conversación

Todas las interacciones entre una empresa y un cliente dentro de WhatsApp, como ofrecer un cupón o proporcionar recomendaciones personalizadas, que hacen que los clientes generen la conversión deseada.

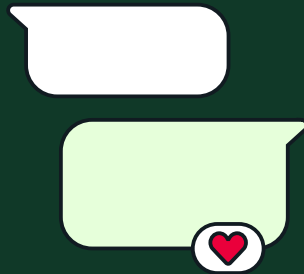


Punto de conversión

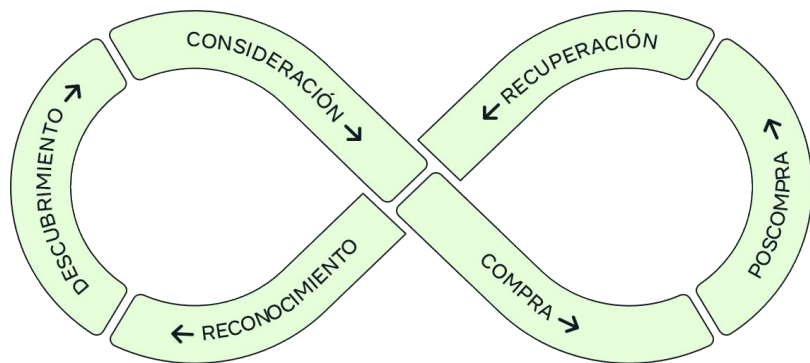
Un hito mensurable en el trayecto hacia lograr un resultado comercial, por ejemplo, que un cliente programe una cita o compre un producto.

Siete maneras de subir a la cresta de la ola de las compras

Cómo sacar provecho de las conversaciones para maximizar el éxito de los momentos de ventas de alto valor



A lo largo del ciclo de vida del cliente, puedes usar WhatsApp para crear recorridos de mensajes que permitan impulsar una amplia gama de resultados comerciales



Exploremos siete estrategias de temporada que pueden resultar útiles para impulsar el crecimiento del reconocimiento, el descubrimiento, la consideración, las compras, la experiencia posterior a la compra y la recuperación.

- 1 Genera nuevos clientes potenciales**
Encuentra clientes potenciales adecuados e interactúa con ellos para impulsar el crecimiento
- 2 Ofrece promociones de alto rendimiento**
Aumenta las ventas con promociones personalizadas en función de los compradores
- 3 Ofrece una experiencia de compras consultiva**
Facilita las ventas de productos y servicios con alta consideración
- 4 Impulsa el comercio online y offline**
Aumenta el tráfico a las tiendas y facilita las compras multicanal
- 5 Realiza ventas cruzadas y dirigidas de productos y servicios**
Vuelve a captar la atención de los compradores con productos relacionados para impulsar las ventas incrementales
- 6 Vuelve a captar carritos abandonados**
Anima a los compradores con intención alta a finalizar la compra para aumentar las ventas
- 7 Optimiza la comunicación de procesamientos**
Procesa los pedidos, permite que se realicen cambios y, a la vez, reduce el volumen de contacto entrante

Estrategia 1

Genera nuevos clientes potenciales

Generar una sólida cartera de clientes potenciales mucho antes de los picos de temporada es una buena estrategia de preparación para cuando aumenten las ventas. Durante los períodos de ventas más concurridos, las empresas también pueden aprovechar el momento para captar nuevos clientes potenciales. Esto permite generar ingresos inmediatos y crear una base de clientes potenciales para consolidar y con quienes volver a interactuar con el tiempo.

Con WhatsApp, hay muchas maneras de captar clientes nuevos.

Resultados reales

Reducir el costo por cliente potencial con anuncios de clic a WhatsApp



64 %

de reducción del costo por cliente potencial frente a la campaña habitual de PediaSure

➔ [Más información](#)

Fuente: prueba A/B de Meta realizada del 11 al 25 de julio de 2023.



Crea recorridos de mensajes que favorezcan la generación de clientes potenciales

Para encontrar clientes nuevos y ampliar las ventas, el primer paso es forjar una conexión. Con [anuncios de clic a WhatsApp](#) dirigidos, puedes llegar a los clientes potenciales adecuados en Facebook o Instagram, e iniciar un hilo de conversación en WhatsApp.

Después de llegar a las personas a través de anuncios, las posibilidades de consolidar y convertir clientes potenciales a través de conversaciones son prácticamente infinitas. Un socio de mensajes comerciales puede ayudarte a crear experiencias atractivas para generar clientes potenciales en una conversación, como:



Ofrecer cupones personalizados



Crear experiencias de preguntas y respuestas para recopilar información de contacto relevante y calificar clientes potenciales



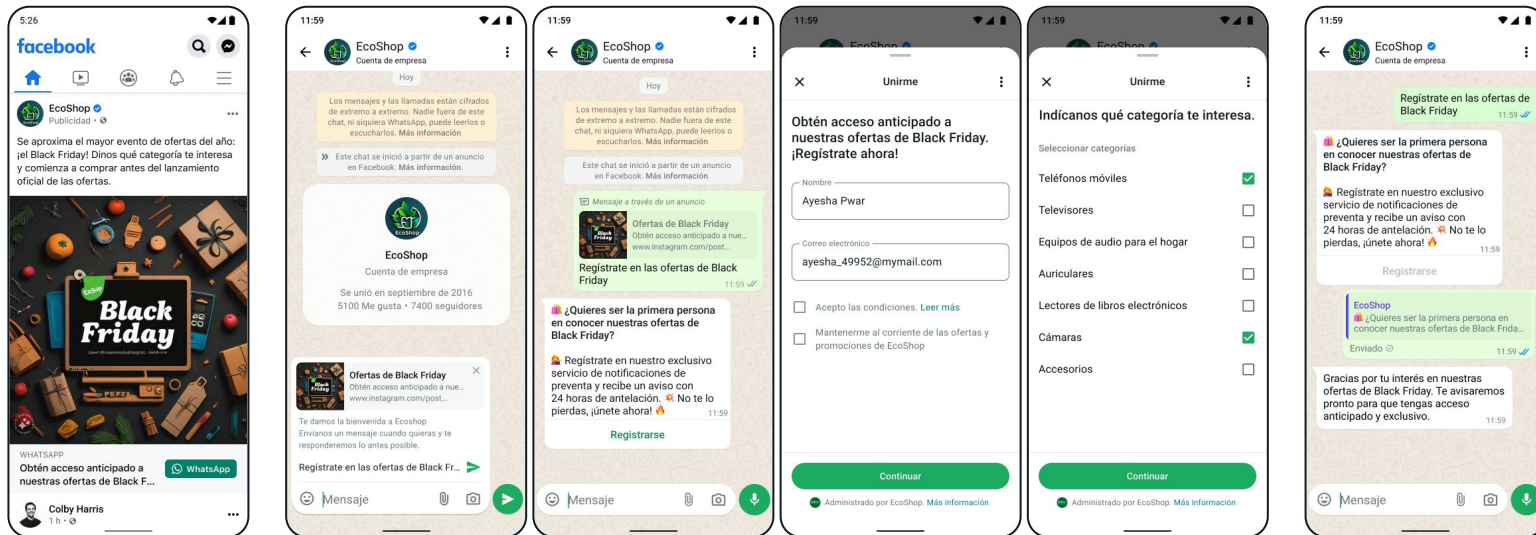
Crear formularios de generación de clientes potenciales personalizados con [WhatsApp Flows](#)



Obtener el consentimiento para enviar otros tipos de mensajes, como [mensajes de marketing](#) para promociones o [mensajes de utilidad](#) para compartir actualizaciones de pedidos

Independientemente de cómo sea tu experiencia en la conversación, WhatsApp puede ayudarte a crear recorridos de mensajes que atraigan a nuevos clientes potenciales para las ventas pico de temporada y más allá.

Genera y califica clientes potenciales mediante un formulario personalizado de WhatsApp Flows



Punto de entrada

Llega al público objetivo con anuncios de clic a WhatsApp

Experiencia en la conversación

El cliente confirma su interés en registrarse para tener acceso anticipado a las ofertas

El cliente proporciona información mediante un formulario personalizado creado con WhatsApp Flows

El cliente proporciona preferencias, que luego se pueden utilizar para enviar recomendaciones personalizadas

Punto de conversión

El cliente se registra para tener acceso anticipado a las ofertas: cliente potencial captado

Estrategia 2

Ofrece promociones de alto rendimiento

Cuando las personas buscan activamente ofertas de productos o servicios para sí mismas o para otros, las promociones te permiten capitalizar el aumento del gasto de los consumidores para impulsar las ventas y los ingresos.

Resultados reales

Impulsar las ventas de café mediante WhatsApp

kopi kenangan 

3 veces

más aumento en las conversiones en pedidos de café mediante notificaciones promocionales por WhatsApp frente a SMS



[Más información](#)

Los resultados se informan de manera individual y no se pueden repetir de un modo que se puedan identificar. Generalmente se obtienen resultados individuales diferentes de los previstos.



Estrategia 2

Crea recorridos de mensajes para campañas promocionales

Puedes iniciar un recorrido de mensajes con un comprador en Facebook o Instagram a través de un anuncio que incluya un incentivo promocional y conducir a una conversación en WhatsApp.



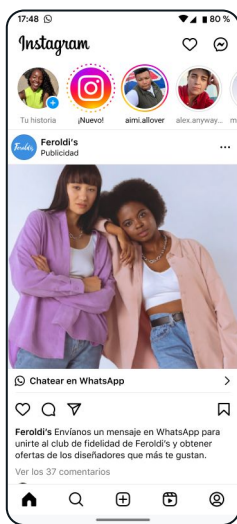
Una vez que alguien se suscribe para recibir comunicaciones de tu empresa, puedes enviarle [mensajes de marketing](#) para brindarle cupones u ofertas especiales personalizados durante el período de ventas pico y más allá.



Para escalar las conversaciones de alto valor con los clientes, los socios de mensajes comerciales pueden ayudarte a crear experiencias atractivas en la conversación con catálogos de productos o chatbots que guíen a los compradores hacia la conversión.



Distribuye promociones y ofertas personalizadas durante las ventas de temporada



Punto de entrada

Llega al público objetivo con anuncios de clic a WhatsApp



Recopila suscripciones e información sobre los clientes

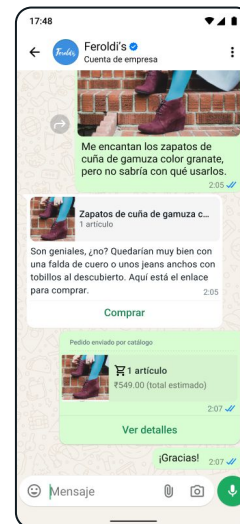


Experiencia en la conversación

Envía promociones personalizadas en función de la información del cliente



Ayuda a los clientes a tomar decisiones de compra



Punto de conversión

El cliente añade artículos al carrito

Estrategia 3

Ofrece una experiencia de compras consultiva

Especialmente durante los días de grandes ofertas u otras ocasiones en las que las compras se intensifican, los clientes esperan recibir atención personalizada y que se respondan todas sus preguntas. Esto es así en especial cuando se trata de productos y servicios de alto valor o alta consideración.

Las ventas consultivas requieren que se consolide la confianza, se comprendan las necesidades del cliente y se proporcione orientación para que quienes exploran productos se transformen en compradores.

Crear recorridos de mensajes orientados al servicio en WhatsApp puede resultar útil.

Resultados reales

Ampliar los ingresos y el tráfico con ventas personalizadas

FRÁVEGA »

11 veces

más ingresos atribuidos a compras personalizadas en la Plataforma de WhatsApp Business

➔ [Más información](#)

Los resultados se informan de manera individual y no se pueden repetir de un modo que se puedan identificar. Generalmente se obtienen resultados individuales diferentes de los previstos.



Crea recorridos de mensajes para ventas consultivas

Tal como ocurre con otros recorridos de mensajes, puedes llegar a clientes potenciales con [anuncios de clic a WhatsApp](#) para iniciar una conversación.

O bien puedes usar [mensajes de marketing](#) en WhatsApp para enviar promociones personalizadas a contactos existentes a fin de motivar una nueva experiencia de compra.

* Los pagos en WhatsApp están disponibles en Brasil y en India

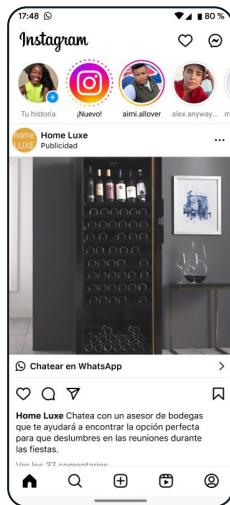


En la conversación, un nuevo enfoque personalizado respecto de los mensajes puede marcar la diferencia. Puedes ayudar a los compradores a descubrir opciones con un catálogo de productos o medios enriquecidos, por ejemplo.

Luego, un chatbot o representante humano puede recopilar datos sobre preferencias, brindar recomendaciones personalizadas y facilitar el pago en la conversación* o en otro canal.

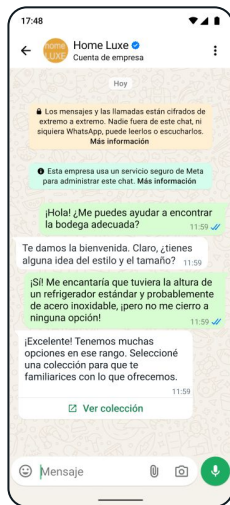


Guía a los clientes del descubrimiento a la compra con las ventas consultivas



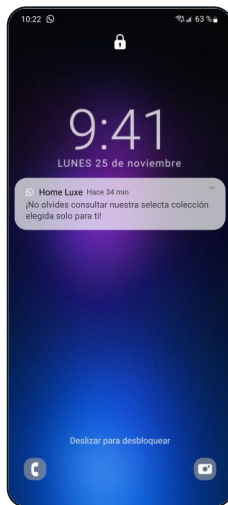
Punto de entrada

Llega al público objetivo con anuncios de clic a WhatsApp



Experiencia en la conversación

Ofrece recomendaciones en función de las necesidades del cliente



Punto de reingreso

Trae de vuelta al cliente a la conversación con recordatorios automáticos a través de mensajes de marketing



Experiencia en la conversación

Facilita la conversión con una promoción personalizada



Punto de conversión

El cliente añade un artículo al carrito: la compra se completa fuera de la conversación

Impulsa el comercio online y offline

En el caso de las empresas con ubicaciones físicas, ya sea una tienda minorista o un salón de belleza que experimenta un auge en torno a las temporadas más festivas, atraer clientes puede resultar fundamental para aumentar los ingresos.

Los mensajes en WhatsApp pueden ser un medio efectivo y eficiente de impulsar el tráfico offline y las ventas.

Resultados reales

Consolidar la fidelidad de los clientes con el registro online



4 veces

más aumento de miembros de programas de fidelización captados cada mes por WhatsApp, en comparación con SMS y el registro en la tienda



[Más información](#)

La marca informa todos los resultados de manera individual y no se pueden repetir de un modo que se puedan identificar. Generalmente se obtienen resultados individuales necesariamente diferentes de los previstos.



Estrategia 4

Crea recorridos de mensajes que impulsen las ventas presenciales

Para fomentar las visitas en el negocio y las ventas offline, primero forja nuevas conexiones online a través de [anuncios de clic a WhatsApp](#), o bien vuelve a interactuar con contactos existentes en WhatsApp a través de [mensajes de marketing](#) relevantes.

Luego, personaliza la experiencia en la conversación para impulsar las conversiones presenciales. Por ejemplo, durante El Buen Fin, un comercio minorista de cosméticos mexicano puede:



Reservar consultas de belleza en la tienda mediante [WhatsApp Flows](#)



Ofrecer notificaciones automáticas sobre el estado del pedido mediante [mensajes de utilidad](#) que les recuerden a los clientes que realizaron un pedido online con retiro en la tienda



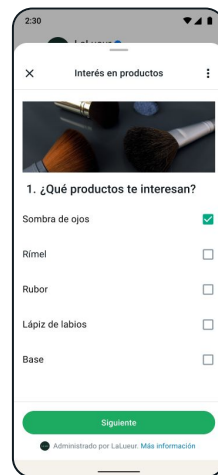
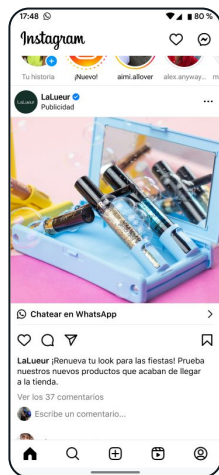
Compartir información sobre la tienda local de una manera rápida y personalizada



Estrategia 4

Ponlo en marcha

Encuentra clientes online y atráelos a tus tiendas para facilitar el comercio online a offline



Punto de entrada

Llega al público objetivo con anuncios de clic a WhatsApp

Experiencia en la conversación

Invita al cliente a explorar nuevos productos con una cita en la tienda

El cliente reserva una cita a través de un formulario personalizado creado con WhatsApp Flows

Punto de conversión

Se confirma la cita del cliente

Estrategia 5

Realiza ventas cruzadas y dirigidas de productos y servicios

Cuando llega Black Friday o los Double Days, los compradores de temporada suelen estar dispuestos a gastar, y buscan activamente ideas y ofertas. Cada compra que realizan te brinda indicios sobre sus preferencias e información valiosa sobre otros productos o servicios que también les pueden gustar.

Durante los períodos de ventas de alto valor, tomar medidas respecto de dichos indicios puede resultar útil para que los carritos de compra pequeños se llenen de productos y para ofrecer a los clientes una experiencia positiva en el proceso.

Resultados reales

Ofrecer recomendaciones personalizadas en función del historial del cliente

Venchi

2 veces

más ventas de cupones, incluido a partir de ofertas relacionadas con compras anteriores, atribuibles principalmente a WhatsApp



[Más información](#)

Todos los resultados se informan de manera individual y no se pueden repetir de un modo que se puedan identificar. Generalmente se obtienen resultados individuales diferentes de los previstos.



Crea recorridos de mensajes que favorezcan las ventas cruzadas y dirigidas

Para impulsar las ventas incrementales, primero debes recurrir a las estadísticas de compras para volver a interactuar con los clientes y ofrecerles productos relacionados.

Suscita la conversación con [mensajes de marketing](#) para ofrecer promociones de venta cruzada personalizadas en función del comportamiento anterior del cliente. O simplemente sugiere una venta cruzada o dirigida apropiada como parte de un chat en curso en el que ofreces una experiencia de compra consultiva.

Incluso los mensajes de recordatorio sobre un carrito abandonado o una interacción en la que un cliente brinda comentarios pueden abrir la puerta a una oportunidad de venta cruzada o dirigida en WhatsApp.

Los socios de mensajes comerciales pueden ayudarte a elevar esta estrategia de este modo:



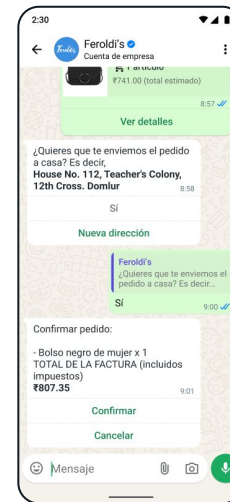
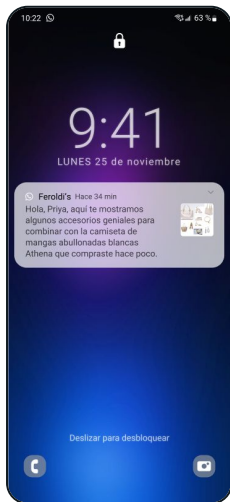
Mediante chatbots o representantes humanos que hagan recomendaciones personalizadas de productos en función de las compras o consultas anteriores del cliente



Mediante la generación de oportunidades de compra en la conversación con un catálogo de productos o medios enriquecidos que muestren ofertas relacionadas



Aumenta las ventas con recomendaciones de productos de valor añadido



Punto de entrada

↑
Vuelve a captar la atención de los clientes con recomendaciones personalizadas mediante mensajes de marketing

Experiencia en la conversación

Ayuda al cliente a comprar productos que podrían ser de su interés en función de su historial de compras y preferencias

Punto de conversión

↓
El cliente añade artículos al carrito y completa la compra dentro* o fuera de la conversación

Recupera carritos abandonados

Los carritos abandonados, cosa habitual y frustrante, pueden acabar rápidamente con la alegría (y la rentabilidad) de las ventas de temporada de una empresa. Por ello, las campañas de recuperación son parte esencial de cualquier estrategia de marketing, en especial en torno a las ventas de alto valor.

Resultados reales

Atraer a los clientes con campañas de recuperación de carritos



50 a 83 %

de aumento de la conversión online atribuible a WhatsApp

 [Más información](#)

Los resultados se informan de manera individual y no se pueden repetir de un modo que se puedan identificar. Generalmente se obtienen resultados individuales diferentes de los previstos.



Crea recorridos de mensajes que reduzcan el abandono de carritos

Los comerciantes pueden impulsar las ventas animando a los compradores con alta intención a completar el proceso de pago cuando los productos ya están en el carrito.

Una vez que el cliente se suscriba, el primer paso es configurar [mensajes de marketing](#) en WhatsApp que se activen automáticamente a partir de eventos web de carritos abandonados. Los mensajes se pueden personalizar con un enlace directo al carrito del cliente.

* Los pagos en WhatsApp están disponibles en Brasil y en India



Para facilitar el proceso de pago, puedes habilitar los pagos en la conversación*, o bien trabajar con un socio de mensajes comerciales para integrarlos con tu plataforma de comercio electrónico y ofrecer a los clientes una experiencia de compra fluida.



La etapa posterior a la compra representa una oportunidad óptima para que los clientes se suscriban para recibir actualizaciones del estado de un pedido en WhatsApp a través de [mensajes de utilidad](#).



Recupera carritos abandonados para aumentar las ventas



Punto de entrada

Activa un mensaje de marketing que facilite la compra



Experiencia en la conversación

Condúcelo al sitio de nuevo para que realice el pago (o activa el pago en la conversación*)



Punto de conversión

El cliente completa la compra y recibe la confirmación



* Los pagos en WhatsApp están disponibles en Brasil y en India

Optimiza la comunicación de procesamientos

Durante los días de grandes ofertas y otros picos de ventas de temporada, lo que quieres es que todos los clientes tengan una experiencia positiva con tu empresa de principio a fin. Las comunicaciones de procesamientos proactivas, con mensajes urgentes sobre el estado de un pedido o actualizaciones de entrega, son una forma inteligente de mantener informados a los clientes y reducir el volumen de contactos entrantes. Los mensajes de utilidad en WhatsApp te cubren en todos los aspectos.

Resultados reales

Garantizar entregas más rápidas y precisas, y mejorar el servicio de atención al cliente

SPL

50 %

de reducción en los tiempos de espera de los centros de llamadas atribuibles a WhatsApp



[Más información](#)

Todos los resultados se informan de manera individual y no se pueden repetir de un modo que se puedan identificar. Generalmente se obtienen resultados individuales diferentes de los previstos.



Crea recorridos de mensajes que automaticen las actualizaciones de procesamiento de transacciones

Los [mensajes de utilidad](#) iniciados por una empresa en WhatsApp constituyen un punto de entrada útil para enviarles a los clientes notificaciones críticas y actualizaciones automatizadas. Úsalos para mantenerlos informados, facilitar el procesamiento fluido de cada pedido y reducir las probabilidades de que los compradores de temporada abruman con preguntas a tu equipo del servicio de atención al cliente.

Los mensajes de utilidad son oportunos y altamente visibles. Asimismo, captan la atención y aumentan el porcentaje de mensajes abiertos en comparación con otros canales, como el correo electrónico y los SMS.



Para llevar esta estrategia al siguiente nivel, los socios de mensajes comerciales pueden ayudarte a automatizar la experiencia en la conversación con funciones como chatbots, que gestionan las preguntas acerca del pedido y facilitan los cambios o las devoluciones.



Mantén a los clientes informados con actualizaciones del estado del pedido



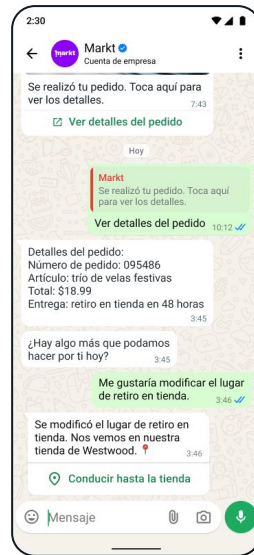
Punto de entrada

Envía actualizaciones del estado del pedido mediante mensajes de utilidad



Experiencia en la conversación

Brinda al cliente la oportunidad de revisar y verificar la información del pedido

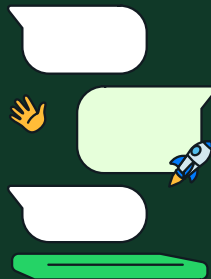


Punto de conversión

El cliente actualiza la información del pedido

Cómo impulsar tu crecimiento

Comienza hoy mismo a reforzar las relaciones con los clientes e impulsar el crecimiento en todo su ciclo de vida



Maximiza los momentos de ventas de alto valor con una interacción integral con los clientes

Todas las estrategias que se abordan en este manual pueden ayudar a tu empresa a aprovechar la oportunidad que ofrece el aumento de la actividad de los consumidores en torno a las fiestas y los días de grandes ofertas.

Y, con una combinación de varias estrategias, puedes crear recorridos integrales para tus clientes y alcanzar una amplia variedad de objetivos comerciales.



Ofrece una experiencia del cliente fluida

Aquí te ofrecemos un ejemplo de cómo una empresa de comercio electrónico logró unir todos los cabos, y así maximizar las ventas y profundizar las relaciones con los clientes en WhatsApp.

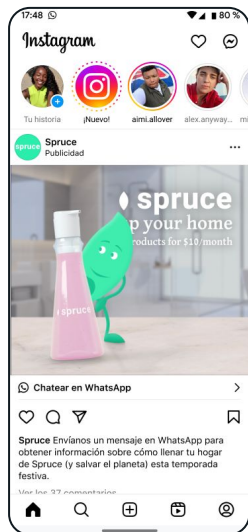
Ofrece promociones y ventas consultivas



Ventas cruzadas y dirigidas



Recupera carritos abandonados y automatiza la comunicación de procesamientos



Dirígete al público en Facebook e Instagram con anuncios de clic a WhatsApp



Brinda recomendaciones de productos en función de las necesidades del cliente



Facilita las conversiones y envía mensajes de utilidad

El mejor momento para prepararse de cara a los próximos días de grandes ofertas es ahora. Con una planificación estratégica y una estrategia integral, puedes marcar la diferencia cuando el deseo de comprar de tus clientes se hace imperioso.

Ya sea que busques un socio de mensajes comerciales para comenzar, estés trabajando con uno para subir de nivel o estés usando la Plataforma de WhatsApp Business por tu cuenta, aquí hay algunos aspectos clave que debes recordar para poner en marcha una estrategia sólida.

Integraciones de sistemas y base de datos

- Crea integraciones con sistemas de backend como CRM, comercio electrónico, centro de contacto, gestión de pedidos y procesamiento para agilizar los procesos y mejorar la eficiencia.
- Usa la [API de conversiones para mensajes comerciales](#) para optimizar la segmentación de anuncios, reducir el costo por acción, medir los resultados en las tecnologías de Meta y tomar decisiones de campaña basadas en datos.

Captura y personalización de datos

- Recopila datos de los clientes para usarlos en comunicaciones personalizadas futuras.
- Haz un seguimiento con recomendaciones personalizadas de ventas cruzadas y dirigidas a través de [mensajes de utilidad](#) en función de la compra reciente de clientes que se suscribieron.

Experiencia del cliente e interacción con este

- Crea experiencias personalizadas con [WhatsApp Flows](#) para facilitar interacciones más complejas en la conversación, por ejemplo, obtener cotizaciones, reservar citas y realizar compras.
- Incluye incentivos en campañas de mensajes de marketing para impulsar la interacción y las conversiones.
- Usa [mensajes de utilidad](#) con capacidades de medios enriquecidos y funciones interactivas para aumentar la interacción con notificaciones urgentes.

Consentimiento y base de datos de marketing

- Crea una lista de marketing mediante anuncios de clic a WhatsApp y otros puntos de suscripción, como tu sitio web o punto de venta.
- Asegúrate de que los clientes se hayan suscrito explícitamente para recibir comunicaciones de tu empresa.

Comenzar es muy simple: contacta a tu socio de mensajes comerciales actual o explora socios nuevos que te ayuden a alcanzar tus objetivos de ventas de temporada.



[Explorar socios](#)

¡Prepárate para el mejor año de tu vida!

Antes de los momentos de grandes ventas, en el transcurso de ellos y una vez que acaban, WhatsApp te puede ayudar a aumentar las ventas y forjar relaciones sólidas con los clientes que pueden generar retornos todo el año.

Comienza ahora para poder aprovechar el impulso del momento.

→ [Obtén más información sobre cómo empezar hoy mismo](#)

→ [Explora más recursos sobre ventas de temporada](#)



from  Meta