



Impulsa tus promociones

y rebajas **por** **WhatsApp:**

el poder de la estrategia
conversacional





- Inicialmente una aplicación de mensajería entre amigos y familiares, ahora es fundamental para la interacción [empresa-cliente](#) en todas las etapas del proceso de compra.
- Los chatbots impulsados por inteligencia artificial han revolucionado este canal, colocando la mensajería instantánea en el centro de las [operaciones comerciales](#).
- En [Blip](#), te mostramos cómo usar [WhatsApp](#) para aumentar resultados durante rebajas y promociones, y su potencial continuo para tu negocio.

La importancia de la estrategia en WhatsApp: algunas cifras

Las siguientes cifras hablan claro:

las empresas que no estén usando ya WhatsApp de forma efectiva simplemente están perdiendo oportunidades de negocio:

- ★ WhatsApp cuenta con **+2.900 Millones** de usuarios mensuales activos. ([Backlinko](#))
- ★ **El 65% de los usuarios** prefieren contactar a las empresas por WhatsApp en lugar de por email, el 54% lo usa para seguimientos de pedidos y el 39% para atención al cliente. ([Your Business Number](#))
- ★ Los mensajes en WhatsApp tienen una tasa de apertura **del 98%** comparado con el 20% de los emails. ([WhatsApp](#))

Durante periodos de rebajas y promociones, un [estudio de la compañía británica Esendex orientado al Black Friday](#) aporta aún mayor claridad sobre el impacto de la comunicación por mensajería:

El 56% está dispuesto a recibirlos dos semanas antes, y el 27% hasta tres semanas.

El 79% de los usuarios compraría productos a partir de un mensaje promocional recibido por WhatsApp.



Ventajas de usar WhatsApp como canal de comunicación con los clientes

La aplicación de mensajería más utilizada

La mayoría de los usuarios ya están familiarizados con WhatsApp y la tienen instalada, eliminando la necesidad de que las empresas desarrollen su propia aplicación.

Conversaciones ágiles pero también asíncronas

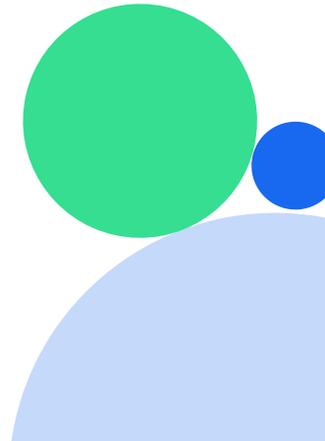
WhatsApp permite tanto interacciones instantáneas como asíncronas, a diferencia de las llamadas telefónicas que pueden resultar invasivas.

Variedad de formatos

WhatsApp soporta multimedia como fotografías, vídeos, enlaces, GIFs y localizaciones, enriqueciendo las comunicaciones y potenciando el branding empresarial.

Confianza de los usuarios

Las conversaciones en WhatsApp se perciben como más cercanas y seguras gracias al cifrado de extremo a extremo.



Reducción de costes



WhatsApp es más económico que las llamadas telefónicas o el correo ordinario, y las herramientas de automatización reducen los costos de personal.

Posibilidad de automatización



Los chatbots en WhatsApp ahorran tiempo y recursos, especialmente durante rebajas y promociones, permitiendo escalar la comunicación sin inversiones adicionales.

Integración en un ecosistema completo



El enfoque API first de WhatsApp permite integrar conversaciones con sistemas como CRM o ERP, creando un ecosistema completo. Blip ofrece extensiones como FAQ GPT, pagos PicPay, Smart Sales, Tienda Pix y Call to Bot Generator, adaptándose a las necesidades de cada empresa.

Todo en un mismo canal



WhatsApp permite no solo conversar, sino también realizar compras y pagos, y enviar catálogos sin salir de la aplicación.

Tic de verificación verde



Contar con la insignia de cuenta verificada en un perfil de empresa aporta más confianza a los clientes cuando interactúan con una empresa en WhatsApp. Esta insignia significa que la empresa fue verificada por Meta en función de su actividad en WhatsApp.

Diseña tu estrategia conversacional para las promociones y rebajas en **WhatsApp:**

5 pasos para activarla



1 Determina qué productos o servicios vas a promocionar

Selecciona los productos o servicios que generarán mayor demanda durante las rebajas, basándote en un análisis de inventario. Considera ofrecer paquetes o bundles de productos relacionados y asegúrate de tener suficiente inventario para satisfacer la demanda.

2 Define y segmenta tu público

Identifica el tipo de personas interesadas en tus productos, conoce sus hábitos de compra y preferencias, y verifica si ya usan WhatsApp. **Segmenta** los diferentes perfiles para **personalizar** tus mensajes.

3 Construye mensajes que aporten valor

Diseña mensajes promocionales efectivos, utilizando texto, videos, imágenes y enlaces. Decide si los enviarás a través de notificaciones activas o redes sociales con un enlace a WhatsApp.

Incluye estrategias como responder preguntas, ofrecer atención personalizada, usar imágenes de productos, y crear urgencia con promociones limitadas.

4 Decide cuándo publicitar

Crea un calendario de publicaciones para impulsar la campaña de rebajas. Comienza un mes antes con la comunicación de la campaña, genera expectativas una semana antes con una cuenta regresiva, lanza la campaña el primer día y ofrece productos restantes después de las rebajas iniciales.

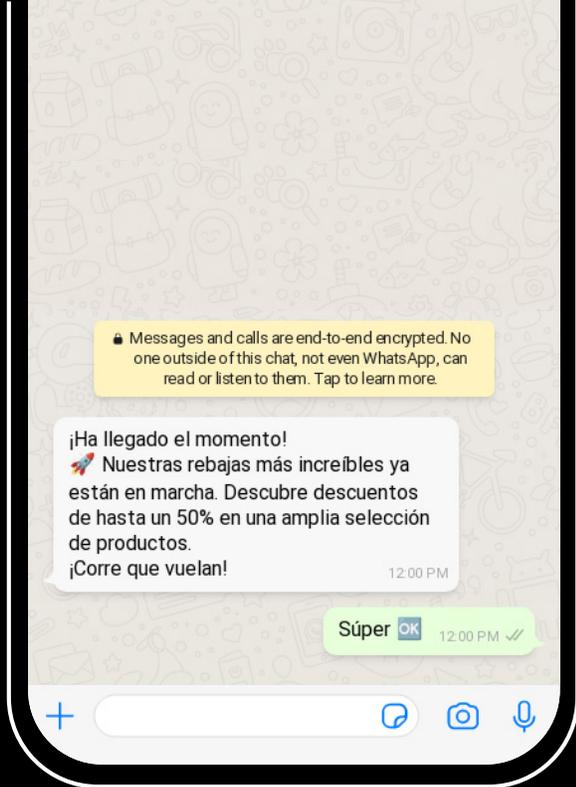
Un ejemplo de una campaña de rebajas puede contar con los siguientes hitos:

Un mes antes.



Una semana antes.





Primer día: lanza la campaña con un mensaje de este tipo.



Días después.

5 **Mide y supervisa**

Mide el **rendimiento de tus campañas** con métricas como ventas totales, tasa de conversión, compromiso de usuarios (mensajes intercambiados, clics, reacciones, comentarios, compartidos), leads mapeados, tasa de satisfacción, ticket medio, ahorro generado, costo de adquisición (CAC), reducción del tiempo de servicio y ganancia operativa.



Caso práctico de una **estrategia conversacional exitosa** a través del **funnel de ventas completo**

Los esfuerzos conversacionales son útiles en marketing, ventas y atención al cliente durante todo el viaje del cliente.

La estrategia conversacional automatizada en WhatsApp es clave desde la concienciación hasta la fidelización.

1ra etapa:

Descubrimiento + marketing conversacional

Traslada las conversaciones a WhatsApp desde cualquier punto (campañas en redes, newsletters, publicidad offline, web ecommerce), o usando códigos QR en entornos físicos.

Mide los resultados con herramientas como Click Tracker y califica los leads para avanzar en la comunicación.

2da etapa:

Compra + ventas conversacionales

- Registro: Recopila datos del cliente.
- Ventas automatizadas y personalizadas: Recomienda productos y facilita el proceso de compra.
- Ventas con Soporte Humano: Ofrece asistencia personalizada.
- Geolocalización: Recomienda productos específicos para la ubicación del cliente.
- Recuperación de carritos: Recuerda productos en el carrito y ofrece incentivos.
- Cotización y presupuesto
- Procesamiento de pagos: Permite pagos sin salir de WhatsApp.

3ra etapa:

Entrega + ventas conversacionales

Se proporciona información actualizada sobre el status de pedido / servicio.

Además, en caso necesario, también es útil para ofrecer asistencia logística o resolver problemas de entrega.

4ta etapa:

Atención conversacional

- Call deflection: Respuestas automáticas a preguntas frecuentes.
- Autoservicio: Guía a los usuarios en procesos para resolver problemas.
- Servicio con soporte humano: Transferencia a un agente humano si es necesario.
- Servicios críticos: Gestión de cambios en horario de atención o interrupciones.
- Alertas y comunicados: Delegación de información relevante a chatbots.
- Escenarios de sobreventa: Escalabilidad inmediata y respuestas rápidas.
- Gestión proactiva de clientes insatisfechos: Respuesta eficiente a múltiples consultas simultáneamente.

5ta etapa:

Fidelización

conversacional

- Reversión: Ofrece soluciones rápidas y personalizadas para revertir la insatisfacción.
- Retención: Fomenta la interacción proactiva para mantener el compromiso del cliente.
- Upsell, cross-sell y renovación: Ofrece productos complementarios y renovaciones de suscripción.
- Programas de fidelización: Informa sobre puntos acumulados y facilita el canje.
- Encuestas de satisfacción: Recopila comentarios de los clientes.



Resultados de la estrategia conversacional: cifras destacadas



En las etapas de descubrimiento y ventas, la estrategia conversacional es capaz de generar mayor conversión, incremento en el ticket medio del cliente mediante recomendaciones personalizadas y menor CAC gracias a la automatización.

Entrega:

- Menor no-show con recordatorios automáticos o tracking.
- Menor costo en la gestión logística al minimizar los equipos humanos.
- Mayor satisfacción del cliente con visibilidad del proceso y atención instantánea.

Atención al cliente:

- Mayor capacidad de resolución de problemas, incluyendo autoservicio.
- Menor costo vinculado a la automatización y reducción de equipos humanos.



Fidelización:

- Mayor LTV (Lifetime Value).
- Mayor ARPU (Average Revenue Per User).
- Mejoras en fidelización y menor churn o tasa de abandono de carrito.

Casos de éxito de promociones con WhatsApp | Blip

Coca-Cola



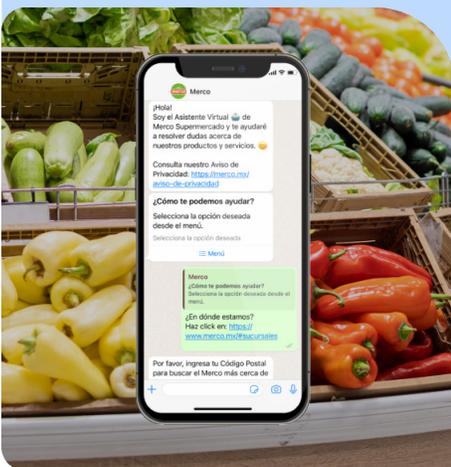
- + Uso de soluciones inteligentes de mensajería para la campaña Audios Mágicos
- + Captación de **94.000** usuarios únicos
- + **397.000** mensajes de audio
- + **4M** de mensajes gestionados con el apoyo de Blip

NESPRESSO



- + Apuesta por un proceso de venta **100%** automatizado
- + **58%** conversión de compra
- + **64%** conversión durante el Gifting Friday
- + **73%** conversión durante la Navidad

merco



- + Apuesta por WhatsApp para generar ventas durante la pandemia
- + **67%** de las consultas del servicio de atención al cliente se resuelven a través de WhatsApp
- + **40%** de mejora en la productividad de los empleados
- + **70%** de aumento de la base de datos de marketing

De la
conversación a
la oportunidad
de venta:

transforma tus

resultados

con Blip



- Los chatbots en WhatsApp han alcanzado una gran sofisticación y eficacia, permitiendo **abarcar todo el funnel de ventas** en momentos críticos como las rebajas, pero también ayudan a generar una base sólida.
- **Las conversaciones en WhatsApp crean conexiones profundas con los clientes**, lo que se traduce en resultados positivos para las empresas. Plataformas conversacionales como Blip son esenciales para **llevar las comunicaciones al siguiente nivel y transformar las interacciones**.
- **En Blip, hemos creado más de 365,000 chatbots y contamos con 42 millones de usuarios mensuales en 2023**, ayudando a las empresas a activar sus **estrategias conversacionales y mejorar sus resultados**. Contáctanos para descubrir el potencial de nuestra plataforma.

Sobre Blip

Blip es una plataforma AI-first que ofrece lo último en soluciones de inteligencia conversacional para ayudar a los negocios a conectar con sus clientes a través de canales digitales y las principales apps de mensajería, como WhatsApp, Messenger, Instagram, RCS y Apple.

Contamos con el conocimiento, el talento y la tecnología para resolver las necesidades de tus usuarios, antes de que ellos mismos te lo pidan, logramos una comunicación automatizada, personalizada y predictiva para tu marca.



Premios WhatsApp:



Certificaciones:



Miembro de :

