



eBook

WhatsApp Business API

Todo lo que necesitas saber
sobre esta potente herramienta



Guía informativa sobre WhatsApp Business API

La nueva forma de mejorar la interacción con los clientes a través de la aplicación de mensajería más popular del mundo.

Traemos muy buenas noticias para las empresas que quieren potenciar la interacción con sus clientes: WhatsApp no deja de aumentar su potencial para uso empresarial.

Esto se traduce en que las funciones de mensajería entre amigos y familiares que han llevado a WhatsApp hasta lo más alto, ya están disponibles para uso empresarial. Podemos enviar fácilmente texto, imágenes, vídeos y audio directamente a los móviles de los clientes, además de disfrutar de las funciones sobre notoriedad de marca y chatbots para conseguir interacciones totalmente automatizadas.

Con más de 30,5 millones de usuarios en España (cifra que aumenta año tras año) WhatsApp es imprescindible para cualquier empresa que quiera interactuar con sus clientes por el medio donde más posibilidades hay de que respondan.

Hemos creado este práctico eBook para enseñarte todo lo que necesitas saber sobre la plataforma y cómo empezar a usarla en tu negocio.

Esperamos que encuentres información valiosa y, en cualquier caso, siempre puedes contar con nuestro equipo para ayudarte a diseñar la solución que necesitas.



Índice

¿Quieren los clientes usar WhatsApp para interactuar con las marcas?	04
¿Qué retos empresariales solventa WhatsApp?	05
¿Qué es WhatsApp Business API? y ¿Para qué sirve?	06
¿Qué funciones pueden usar las empresas al enviar mensajes vía WhatsApp?	07
¿Cómo puede tu empresa utilizar WhatsApp en su estrategia de comunicación?	08
Información sobre los dos tipos de conversaciones en WhatsApp	09
¿Cómo se suscriben los clientes a las comunicaciones por WhatsApp?	10
Casos de uso de WhatsApp por sector	11
¿Qué ocurre si ya uso el móvil como parte de mi estrategia de comunicación?	12
Cuestiones a tener en cuenta para implementar WhatsApp en tu estrategia de comunicación con clientes	13
WhatsApp y chatbots. ¿Cómo funcionan?	14
¿Por qué elegir a Esendex como proveedor de WhatsApp Business API?	15



¿Quieren los clientes usar WhatsApp para interactuar con las marcas?

Esta pregunta nos la hacen a menudo. Hemos recopilado algunas estadísticas que demuestran que los clientes están dejando de lado los canales tradicionales (como el email, el correo postal y las llamadas), y prefieren usar WhatsApp para chatear no solo con amigos y familia, sino también con las empresas.



Los usuarios españoles dedican una media de

3 horas 51 minutos

a mirar sus teléfonos móviles cada día
(BBVA)



Una de cada tres personas mira el móvil más de

100 veces al día

(ABC)



Las aplicaciones de mensajería tienen un índice de satisfacción del cliente mayor que cualquier otro canal:

un 98%

Esto las ubica por encima del teléfono, con un **94%**, y de las redes sociales, con un **80%**
(El País)



Los consumidores demandan contenido cada vez más enriquecido (en lugar de texto sin formato) para sus interacciones.



El desarrollo continuo de smartphones, teléfonos fijos y aplicaciones ha permitido implantar una función de bloqueo de llamadas de empresas.

¿Qué retos empresariales solventa WhatsApp?

Al ayudar a las empresas a implementar WhatsApp en su estrategia de comunicación, hemos visto algunos desafíos recurrentes que buscan ser resueltos. Estos son algunos de ellos:



Las conversaciones con los clientes requieren mucho tiempo

El tiempo medio de respuesta de un correo postal es de 2,5 días, mientras que en el caso de los canales digitales es de solo **90 seconds** (Esendex)

Escasa interacción a través de los canales tradicionales

La tasa de apertura del email es del 21%. El correo postal tiene una tasa del 75%. Los canales de mensajería como WhatsApp se elevan al **95%** (Esendex)

Las interacciones con los clientes suelen ser demasiado costosas

Según el caso de uso, las empresas que implementan WhatsApp para las comunicaciones con los clientes afrontan costes significativamente más bajos en comparación con los canales tradicionales.

Los canales tradicionales presentan tasas de conversión bajas

La tasa de conversión del email es del 3,2% y la del correo postal del 5,1%, mientras que la tasa de conversión de cualquier canal digital se sitúa en un **32%** (Esendex)

¿Qué es WhatsApp Business API? y ¿Para qué sirve?

WhatsApp Business API es un canal que proporciona conversaciones enriquecidas, personalizadas, interactivas y atractivas a través de WhatsApp de una forma sencilla, segura y fiable.

Algunas de las funciones que incluye la API son:

- ▶ Capacidad de comunicarse con clientes a gran escala
- ▶ Respuestas automáticas
- ▶ Control y análisis en tiempo real de las conversaciones
- ▶ Plantillas de mensajes personalizables
- ▶ Un nivel de seguridad sin precedentes con privacidad de datos y cifrado de extremo a extremo.

¿Cómo funciona? En primer lugar, los clientes tienen que aceptar recibir comunicaciones de la empresa a través de WhatsApp (véase página 10) y, a continuación, la empresa o el cliente podrán iniciar una conversación en la aplicación. Esta podrá gestionarla un agente o podrá automatizarse a través de un chatbot.

¿Cómo se implementa la solución? Las empresas pueden elegir entre dos opciones. A través de portales en línea de acceso remoto, o bien optando por implementar una API, que añadirá una funcionalidad de WhatsApp directamente en el sistema CRM existente en la empresa.



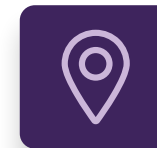


Envío de imágenes,
vídeo y audio



Soporte del
sistema operativo

Envío de
ubicaciones en
Google Maps

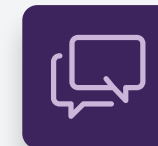


Confirmación
de lectura de
mensajes

¿Qué funciones pueden usar las empresas al enviar mensajes vía WhatsApp?

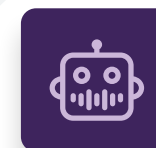
Todas las funciones que los clientes suelen usar al chatear con amigos y familiares a través de WhatsApp están disponibles también en WhatsApp Business. A continuación te indicamos cuáles son:

Interacciones
de chat
bidireccionales



Perfil corporativo
de empresa

Integración de chatbots
para automatizaciones
de procesos



¿Cómo puede tu empresa utilizar WhatsApp en su estrategia de comunicación?

Hay 4 tipos de mensajes que las empresas pueden enviar a través de WhatsApp:



Marketing

Por ejemplo :

- ▶ Anuncios
- ▶ Recomendaciones de productos personalizados
- ▶ Oportunidades de venta cruzada y complementaria
- ▶ Códigos de descuento de suministros a través de códigos QR o códigos de barras



Notificaciones enriquecidas

Por ejemplo :

- ▶ Confirmaciones de pedidos
- ▶ Actualizaciones de entrega
- ▶ Recordatorios de citas (con enlaces a herramientas de reprogramación)
- ▶ Invitaciones a eventos
- ▶ Recordatorios de pago
- ▶ Interrupciones de servicios (como suministros)



Chats bidireccionales con clientes

Por ejemplo :

- ▶ Procesamiento de pagos
- ▶ Consulta sobre pedidos
- ▶ Actualizaciones de políticas o contratos
- ▶ Preguntas frecuentes



Alertas

Por ejemplo :

- ▶ Actualizaciones de viajes con enlaces a herramientas de reprogramación
- ▶ Cierre de instalaciones (como colegios o centros sanitarios)
- ▶ Alertas de interrupciones de los servicios de TI
- ▶ Brechas de seguridad
- ▶ Actualizaciones de cuenta (como extractos bancarios o fiscales)

Información sobre los dos tipos de conversaciones en WhatsApp

Al implementar una estrategia de comunicación con clientes a través de WhatsApp, es importante que las empresas conozcan las principales diferencias entre los dos tipos de conversaciones existentes:



Conversaciones iniciadas por el usuario

Se trata de conversaciones que se inician en respuesta a un mensaje enviado por el usuario. La empresa tiene el plazo máximo de 24h para responder.

Un buen ejemplo son los chats bidireccionales con clientes, propios del servicio de atención al cliente.

Conversaciones iniciadas por las empresas

Son conversaciones que se desencadenan cuando una empresa envía un mensaje preconfigurado, pero personalizado, a sus clientes con la intención de iniciar una conversación. Un buen ejemplo sería una oferta promocional que luego da lugar a una conversación bidireccional.

Este tipo de conversaciones, requieren una plantilla de mensajes para poder ser enviados. Para poder recibir estos mensajes, los destinatarios potenciales deben haberse suscrito explícitamente a las comunicaciones por WhatsApp (véase página 10).

¿Cómo se suscriben los clientes a las comunicaciones por WhatsApp?

Una empresa no puede enviar mensajes de WhatsApp a clientes sin que estos hayan dado su permiso para ello.

Para obtener el permiso:

El cliente **tiene que suscribirse expresamente a las comunicaciones por WhatsApp.**

La suscripción **puede producirse fuera de WhatsApp** (es decir, a través de otro canal como email, SMS, una app, la página web de la empresa) **o a través de una conversación iniciada por el usuario en WhatsApp.**

No se admiten anuncios donde al hacer clic se abra WhatsApp para obtener suscriptores.

Las suscripciones deben **activarse mediante una acción del cliente**, p. ej., marcando una casilla.

Para obtener suscriptores, **se debe utilizar un lenguaje claro y explícito** por ejemplo: “Acepto recibir comunicaciones vía WhatsApp de <nombre de la empresa> en el <número del cliente>”

Casos de uso de WhatsApp por sector

WhatsApp puede mejorar prácticamente todas las interacciones con los clientes, pero aquí te mostramos algunos ejemplos de cómo hemos ayudado a nuestros clientes a implementar la plataforma en varios sectores.



Servicios financieros

Interacciones bidireccionales del servicio de atención al cliente, procesamiento de pagos, aplicaciones financieras, tramitación de reclamaciones, recordatorios de pago, evaluaciones de gastos e ingresos, enlaces a plataformas de pago (cobros móviles).



Retail

Interacciones bidireccionales del servicio de atención al cliente, confirmaciones de pedidos, actualizaciones de entrega enriquecidas, invitaciones a eventos comerciales, recordatorios de pago, recordatorios de citas.



Administración local

Chats bidireccionales del servicio de atención al cliente, enlaces a plataformas de pago, encuestas de satisfacción de residentes, notificaciones de incidencias importantes.



Logística

Consulta de pedidos, notificaciones de entrega, recibos de entregas.



Proveedores de suministros

Chats bidireccionales del servicio de atención al cliente, lecturas de contadores de solicitud o suministro, interacciones de atención al cliente automáticas, enlaces a entornos de pago seguros, recaudación de deudas, suministro seguro de información contractual, gestión de citas o reparaciones de técnicos.



Proveedores de atención sanitaria

Chats bidireccionales del personal administrativo y los profesionales sanitarios, diagnóstico remoto, recordatorios de citas enriquecidos, envío de ubicaciones en Google Maps para citas, enlaces a consejos de salud, entrega segura de resultados de pruebas.



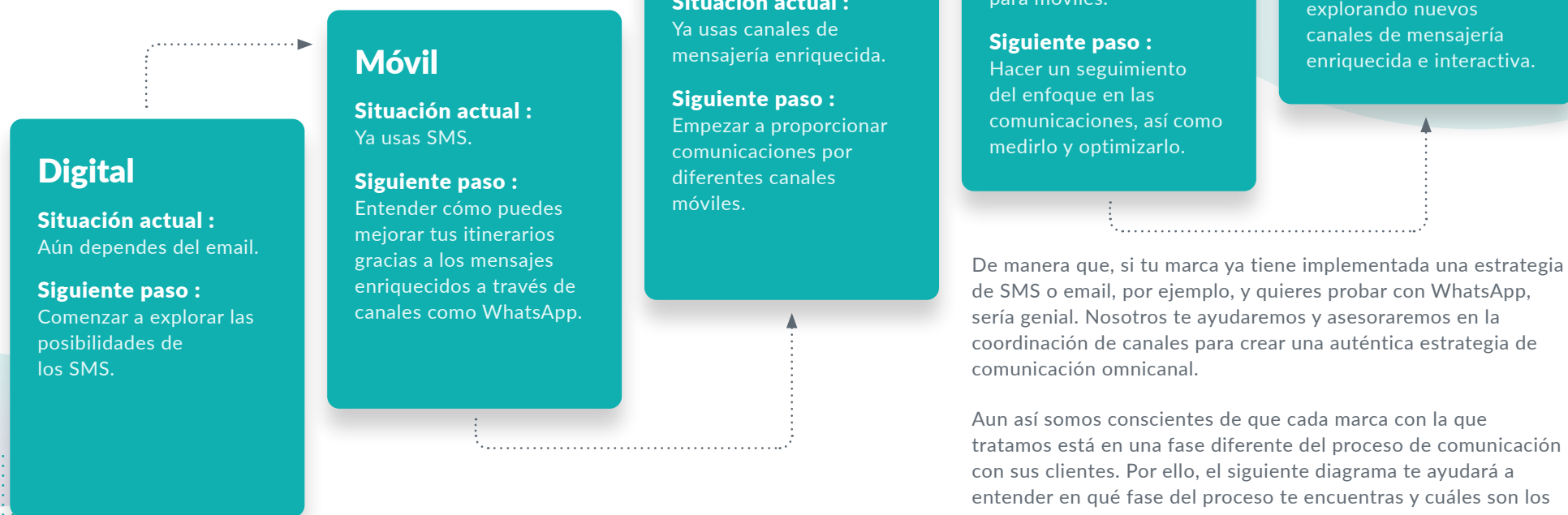
Viajes

Emisión de billetes (a través de códigos QR o códigos de barras), marketing y promociones de viajes, enlaces a plataformas de pago, actualizaciones de viajes.



¿Qué ocurre si ya uso el móvil como parte de mi estrategia de comunicación?

Para nosotros el éxito de una estrategia de comunicación de éxito reside en dar a los clientes la oportunidad de comunicarse con las marcas de la forma en que se sientan más cómodos. De este modo, se crea una situación en la que todas las partes ganan. El cliente se comunica por los medios que prefiere y las marcas mantienen una alta posibilidad de que su público complete los procesos.



De manera que, si tu marca ya tiene implementada una estrategia de SMS o email, por ejemplo, y quieres probar con WhatsApp, sería genial. Nosotros te ayudaremos y asesoraremos en la coordinación de canales para crear una auténtica estrategia de comunicación omnicanal.

Aun así somos conscientes de que cada marca con la que tratamos está en una fase diferente del proceso de comunicación con sus clientes. Por ello, el siguiente diagrama te ayudará a entender en qué fase del proceso te encuentras y cuáles son los pasos siguientes.

Tres cuestiones clave a tener en cuenta para implementar WhatsApp en tu estrategia de comunicación con clientes

Es fácil entusiasmarse con WhatsApp y todas las funcionalidades y alcance que ofrece, pero para sacar el máximo partido de la plataforma, te recomendamos que te hagas estas 3 preguntas:



Pregunta 1

En mi actual relación con el cliente, ¿cuáles son los puntos débiles o los aspectos que debería mejorar?

Coge papel y lápiz y traza todo el recorrido de la relación con el cliente, de principio a fin, resaltando los puntos clave de esta. Ten en cuenta tu punto de vista y el del consumidor. Pregúntate qué puedes hacer para que cada mensaje que envías sea más atractivo para ellos, y ofrece un acceso más rápido a una mayor cantidad de servicios. Al mismo tiempo, piensa cómo podría funcionar mejor el proceso para tu empresa. Por ejemplo, ¿tu equipo de servicio técnico pasa demasiado tiempo al teléfono?

Pregunta 2

¿En qué casos principales quieres utilizar WhatsApp?

Con esta información puedes empezar a pensar en qué casos concretos te gustaría usar WhatsApp. Ahí es donde podrás ver las ventajas comerciales y podrás descubrir cómo reducir costes y aumentar las conversiones.

Un buen ejemplo serían las interacciones con el servicio de atención al cliente, que son costosas y un verdadero problema para los clientes que no quieren permanecer a la espera. ¿Qué te parecería tener una alternativa de WhatsApp basada en chatbot que proporcionase un servicio inmediato y permitiese a los agentes de atención al cliente centrarse en tareas más complejas?

Pregunta 3

¿Cuál sería el punto de partida con WhatsApp?

Con tu lista de casos de uso en la mano, puedes empezar a pensar en la implementación. Te recomendamos empezar con los casos de uso donde veas que habrá mayor impacto para que puedas ganar confianza con la plataforma. También piensa en las funciones específicas que WhatsApp te proporciona en esta fase. Y ¿qué te parece poder enviar un mensaje de texto directo? Además, puedes enriquecerlo con una imagen o un vídeo para conseguir un mayor impacto.

WhatsApp y chatbots. ¿Cómo funcionan?

Casi todas las empresas con las que hablamos, tienen ciertas tareas que realizan de manera repetida durante el mismo día. Desde responder una pregunta frecuente o concertar una cita, a consultar pedidos o tramitar pagos. Lamentablemente, al realizar estas tareas con agentes de atención al cliente, el proceso se alarga demasiado y resulta costoso.

WhatsApp ofrece una solución a este reto con un chatbot compatible. Los clientes pueden llevar a cabo la tarea solos en cualquier momento del día sin tener que esperar a poder hablar con un agente.

Todas estas funciones pueden escalarse al sistema existente de gestión de relaciones con los clientes para que el flujo de información sea totalmente correcto y automatizado.

Esta funcionalidad puede conectarse al programa CRM que utilice tu empresa para que el flujo de información sea completamente fluido y automatizado.



Can you check if you have a dress in stock for me? May 20, 18:35

Hi Stephanie! Yes, sure I can. Do you have the product code? May 20, 18:35

It's 10766 May 20, 18:36

Is that the 'Floral Print Ruffle Maxi Dress' currently priced at £70? May 20, 18:36

Yes May 20, 18:37

Great! What size did you want me to check for you? May 20, 18:37

SMALL MEDIUM LARGE

Yes, we have plenty of that size in stock. If you'd like to order that today please [click here](#). May 20, 18:38

¿Por qué elegir a Esendex como proveedor de WhatsApp Business API?



Llevamos más de 20 años implementando estrategias de comunicación móvil para empresas, así que estás en buenas manos.



Aprendemos e investigamos los futuros avances en el campo de la mensajería comercial para que tú no tengas que hacerlo. En definitiva, serás el primero en conocer cualquier futuro avance de la plataforma para que puedas ir por delante de la competencia.



Nuestras soluciones son estables y resilientes.



Nuestro generador de plantillas para WhatsApp permite crear mensajes de plantilla con contenido enriquecido para atraer a los clientes.



Nuestra aplicación Messaging Studio permite comunicaciones bidireccionales, creando una auténtica experiencia omnicanal a través de múltiples canales de comunicación desde una única plataforma.



Dedicamos el tiempo necesario a conocer tu empresa, tus retos y objetivos para poder implementar WhatsApp de la manera más eficaz para ti.



Nuestras soluciones de WhatsApp se implementan de una forma rápida y sencilla.



Si quieres usar WhatsApp combinado con otros canales de comunicación, no hay problema. Te enseñamos cómo combinar canales de comunicación para obtener resultados y ventajas comerciales.




Te ofrecemos soluciones e integraciones a la medida de tus necesidades concretas.



 www.esendex.es

 ventas@esendex.es

 900 800 470