



# El poder de WhatsApp para generar engagement con clientes: **guía práctico**

Cómo aprovechar al máximo el potencial de los mensajes y notificaciones de cuenta







# Índice

1. WhatsApp ha llegado para quedarse
2. Por qué es crucial usar WhatsApp para comunicarse con tus clientes?
3. ¿Cómo logró Stone aumentar las ventas vía WhatsApp en un 56%?
4. ¿Cómo utilizar WhatsApp para marketing y ventas?
5. ¿Cómo Magalu aumentó sus conversiones con WhatsApp y Twilio?
6. ¿Cómo usar WhatsApp para enviar notificaciones de cuenta?
7. Buenas prácticas para usar WhatsApp en tu empresa
8. ¿Qué NO hacer en la atención por WhatsApp?
9. ¿Cómo implementar WhatsApp en ventas y marketing?
10. Conclusión



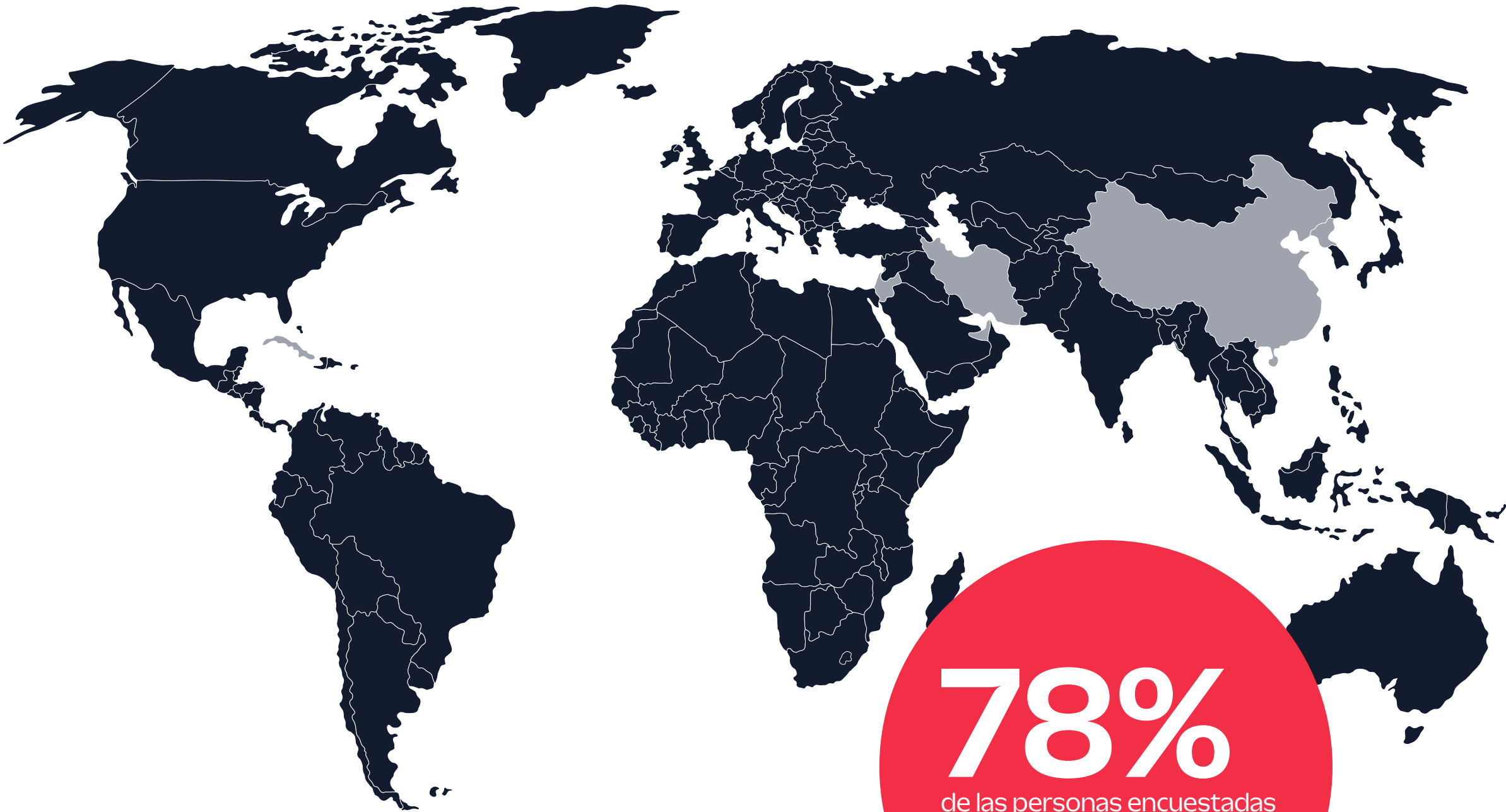
# WhatsApp ha llegado para quedarse

**Más de 2 mil millones de usuarios en más de 180 países utilizan WhatsApp.** Es la aplicación más utilizada en América Latina para intercambiar mensajes con amigos, familiares, colegas de trabajo y empresas.

**México** se destaca en el uso de WhatsApp. De acuerdo con un **reporte de Statista**, se proyecta un aumento continuo en el número de usuarios de la app en el país entre 2024 y 2029, con un **incremento total de 8.1 millones, lo que representa un crecimiento de casi 9%.** Y se espera que la cifra siga en alza, llegando a los 99.71 millones de usuarios en 2029.

En **Colombia**, un **estudio** señaló que WhatsApp es la aplicación de mensajería más popular, con un 78% de las personas encuestadas entre 16 y 45 años que la usan todos los días – un aumento del 3% respecto al año anterior.

Ante estos datos, es fácil entender el potencial de WhatsApp para los negocios. En este ebook, te ayudaremos a explorar todas las oportunidades estratégicas de la app. Descubrirás las mejores prácticas de marketing y ventas en WhatsApp, y conocerás casos de éxito para cautivar a tus clientes y vender más a través de las notificaciones de cuenta.



- Países con acceso a WhatsApp
- Países sin acceso a WhatsApp





Capítulo 02

¿Por qué es **crucial**  
usar WhatsApp para  
comunicarse con  
tus clientes?





**El Informe del Estado de la Interacción con el Cliente de 2024 de Twilio, basado en 5000 empresas y más de 6000 clientes, reveló que el 82% de las interacciones de clientes son digitales.**

Sabemos que el objetivo principal del engagement es la fidelización de los consumidores, y esta lealtad se potencia especialmente cuando se lleva a cabo a través de canales en línea que permiten una alta personalización de las conversaciones y del contenido compartido.

**Es decir:** es posible utilizar WhatsApp de manera estratégica para atraer, captar y retener clientes a lo largo de su recorrido de compra. Cuando se combina con inteligencia artificial, esta herramienta hace que el contacto con el público sea aún más eficiente. El informe de Twilio proporciona ideas sobre la importancia de integrar WhatsApp como canal de comunicación en las estrategias de marketing y ventas. **Más de la mitad de los clientes están dispuestos a pagar más por una experiencia personalizada, y el 36% afirma que gasta más con empresas que lo ofrecen.** WhatsApp se ha convertido en el secreto detrás de las empresas que logran más ventas y lealtad de clientes.



**36%**

dos clientes gastan  
mais com empresas  
que personalizam  
suas comunicações



## Adiós a las cookies, hola WhatsApp

Otra razón para implementar WhatsApp en los negocios es la eliminación gradual de las cookies de terceros por parte de Google Chrome. Safari de Apple ya las ha eliminado, al igual que otros navegadores web. Esto significa que los datos deberán recopilarse desde otras fuentes, como WhatsApp y otros canales digitales.

La recopilación de *first-party data* es el camino ideal para acceder a información sobre clientes y personalizar su experiencia con la marca. Estos datos son proporcionados directamente por los usuarios, clientes o prospectos, quienes consienten en compartirlos con empresas en las que confían.

 **¡Y qué más personal que el número de teléfono!**

Con acceso al WhatsApp de los clientes, las empresas interactúan en un entorno familiar, conversacional, seguro y amigable, lo que facilita la construcción de una relación más estrecha entre la marca y el consumidor.





## Las nuevas generaciones prefieren canales digitales

Otra ventaja directa de invertir en WhatsApp para aumentar el engagement de tus clientes es una tendencia destacada en la investigación de Twilio: **Las generaciones más jóvenes priorizan las empresas que están presentes en canales digitales.**

- **70%** de los encuestados de la Generación Z (nacidos entre 1990 y 2010) y Generación Y (entre 1980 y principios de 1990) desean que sus interacciones con las marcas sean online.
- **70%** dejaría de comprar si la empresa no ofrece un nivel deseado de personalización..

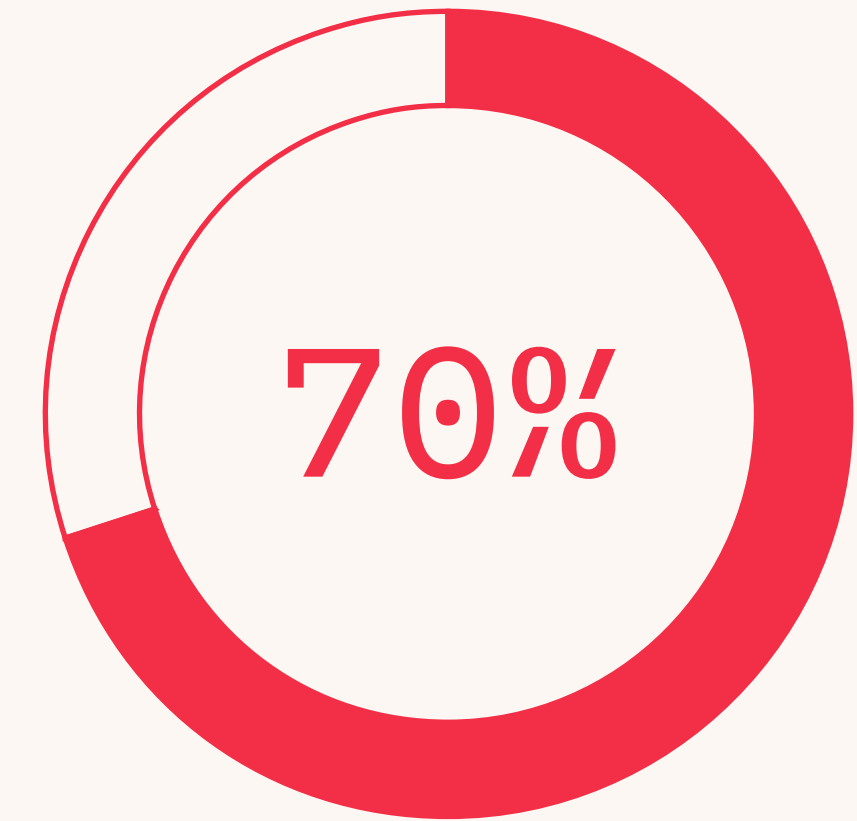
### ¿Y qué significa esto?

WhatsApp es una excelente plataforma para que las marcas personalicen el servicio y aprovechen el poder adquisitivo de estas generaciones.

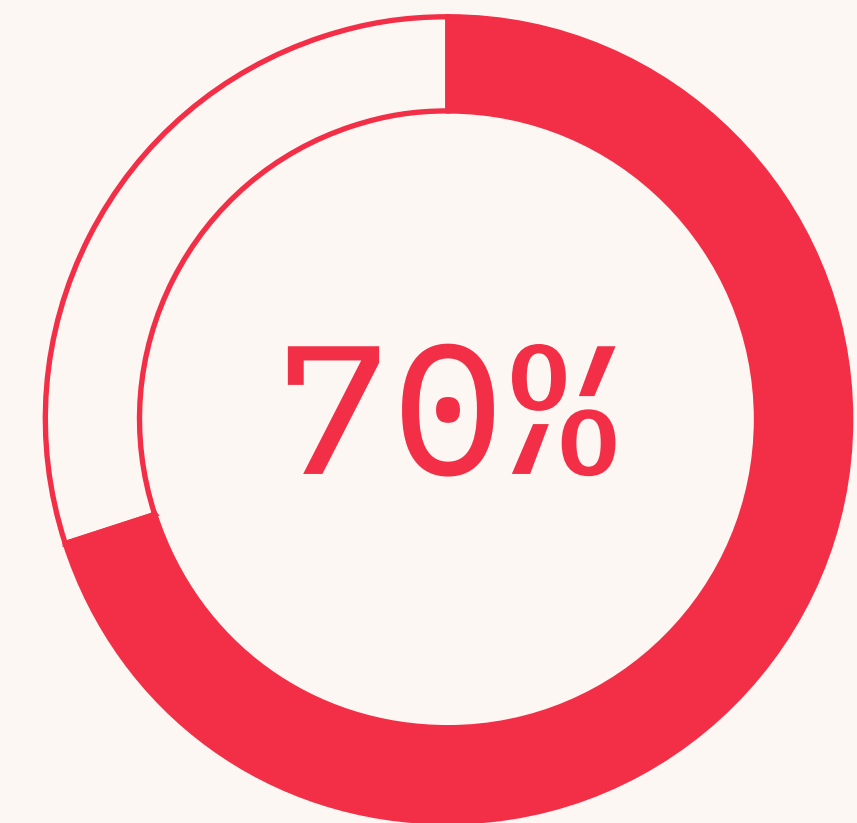
Sin embargo, para seguir estas tendencias y aprovechar su potencial en personalización y engagement, es fundamental utilizarlo estratégicamente. Esto implica saber **qué contenido enviar, en qué formato y en qué momento.**

WhatsApp Business puede usarse para interactuar con los clientes en cualquier etapa de su recorrido de compra:

- Adquisición de nuevos clientes
- Venta de productos/servicios
- Durante el proceso de compra
- Posventa, con atención y soporte



**70%** de las personas de 44 a 14 años desean que sus interacciones con las marcas sean en línea.



**70%** de las personas dejarían de comprar si la empresa no ofreciera un nivel deseado de personalización.



Capítulo 03

# ¿Cómo logró Stone aumentar las ventas vía WhatsApp **en un 56%**?







# stone

<b>SOBRE</b>	Fintech brasileña que ofrece servicios financieros para comerciantes y minoristas.
<b>OBJETIVO</b>	Construir una solución de atención al cliente con un 100% de enfoque en la experiencia del cliente.
<b>DESAFÍOS</b>	Tener una visión unificada de todas las interacciones con los clientes en un solo lugar.

Para comprobar el poder de WhatsApp en la comunicación con los consumidores, presentamos una historia de éxito de Stone con Twilio. ¡Inspírate!

## Solución

La solución fue contratar **Twilio Flex** (una plataforma altamente personalizable para cada tipo de negocio) e implementar WhatsApp como canal de atención digital. Con la plataforma de Twilio, Stone logró:

- Proporcionar atención omnicanal a sus clientes
- Tener una visión unificada de los clientes
- Ofrecer una atención más personalizada y humana

Además, pudo recopilar datos para generar insights y mejorar los procesos operativos de preventa, venta y soporte al cliente.

## Resultad

Incremento del 15% al 56% en las ventas realizadas por WhatsApp;

- **7.7 millones de conversaciones de clientes en WhatsApp;**
- **Incremento del 25% en las respuestas CSAT, con una media de satisfacción del 93,9%.**

[Lee la historia completa de Stone](#)



## ¿Cómo utilizar WhatsApp para marketing y ventas?

Según **Data Reportal**, el **92.2% de los usuarios de Internet mexicanos utiliza WhatsApp** – una cifra que engloba a millones de personas entre 16 y 64 años. Esto significa que, sin importar cuál sea tu persona, este canal de comunicación es clave.

En marketing y ventas, esta herramienta se utiliza de diversas formas a lo largo del recorrido de compra del cliente, tanto en B2B como en B2C:

- Envío de mensajes promocionales dirigidos
- Programas de fidelidad
- Campañas de engagement y re-engagement
- Adquisición de clientes
- Calificación de leads
- Envío de contenido personalizado
- Posventa y fidelización
- Implementación de chatbots de ventas

Lo mejor es que al utilizar la plataforma de Twilio, por ejemplo, puedes construir funcionalidades para campañas automatizadas y utilizar inteligencia artificial predictiva para recolectar, integrar y analizar profundamente los datos de los clientes.





# Consejos prácticos para usar WhatsApp en marketing y ventas



## Conoce a tu público en detalle

El primer paso para planificar estrategias, acciones y campañas es comprender todo sobre tus clientes: preferencias, necesidades, problemas, deseos, lenguaje, canales de comunicación preferidos, productos/servicios más apreciados, entre otros detalles. Todos estos aspectos impactan en el tono y enfoque hacia tu audiencia.



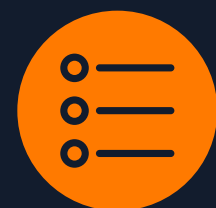
## Utiliza una plataforma con WhatsApp Business API

Para ofrecer una experiencia omnicanal de alta calidad y escalable, utiliza una plataforma de engagement como Twilio, que proporciona APIs para integración con WhatsApp y otros canales. Esto te permite enviar promociones, campañas, alertas, notificaciones y brindar atención al cliente a través de comercio conversacional.



## Segmenta tu base de contactos

Para mejorar la personalización de los mensajes enviados, es fundamental segmentar tu base de contactos según características y comportamientos comunes entre los clientes. Utiliza inteligencia artificial (IA) para analizar grandes volúmenes de datos y mantenerte al día con los cambios.



## Realiza un planificación

Es crucial planificar cada campaña, mensaje y acción dirigida al consumidor. Además de la frecuencia, comprende las expectativas del cliente en cada etapa de su recorrido y proporciona contenido útil y relevante para alimentar su interés según sus preferencias y momento de compra. Diseña un flujo de trabajo para marketing y ventas en WhatsApp.



# Consejos prácticos para usar WhatsApp en marketing y ventas



## Explora diversos formatos de mensajes

Innova con creatividad. Envía mensajes conversacionales con texto, imágenes, vídeos y enlaces a tu sitio web, publicaciones en blogs o noticias relevantes del sector. Para facilitar la interacción, implementa un chatbot inteligente que atienda al público mediante opciones preseleccionadas o palabras clave con un lenguaje natural.



## Utiliza gatillos mentales

Dado que los mensajes son instantáneos, es crucial captar rápidamente la atención del cliente. ¿Cómo? mediante gatillos mentales, técnicas que estimulan a las personas a realizar acciones. Existen varios tipos, como urgencia, prueba social y autoridad. Por ejemplo: “Últimas unidades disponibles”; “Oferta válida solo hasta mañana”; “Producto más comprado por 9 de cada 10 clientes”.



## Mide los resultados

Una de las grandes ventajas del marketing digital es la capacidad de recopilar y medir los resultados de campañas e interacciones. Por lo tanto, establece métricas según tus objetivos y supervisa de cerca la evolución de los KPIs, como el tiempo promedio de respuesta, las conversiones a través de WhatsApp y la duración del ciclo de ventas y de cada etapa del recorrido del cliente..










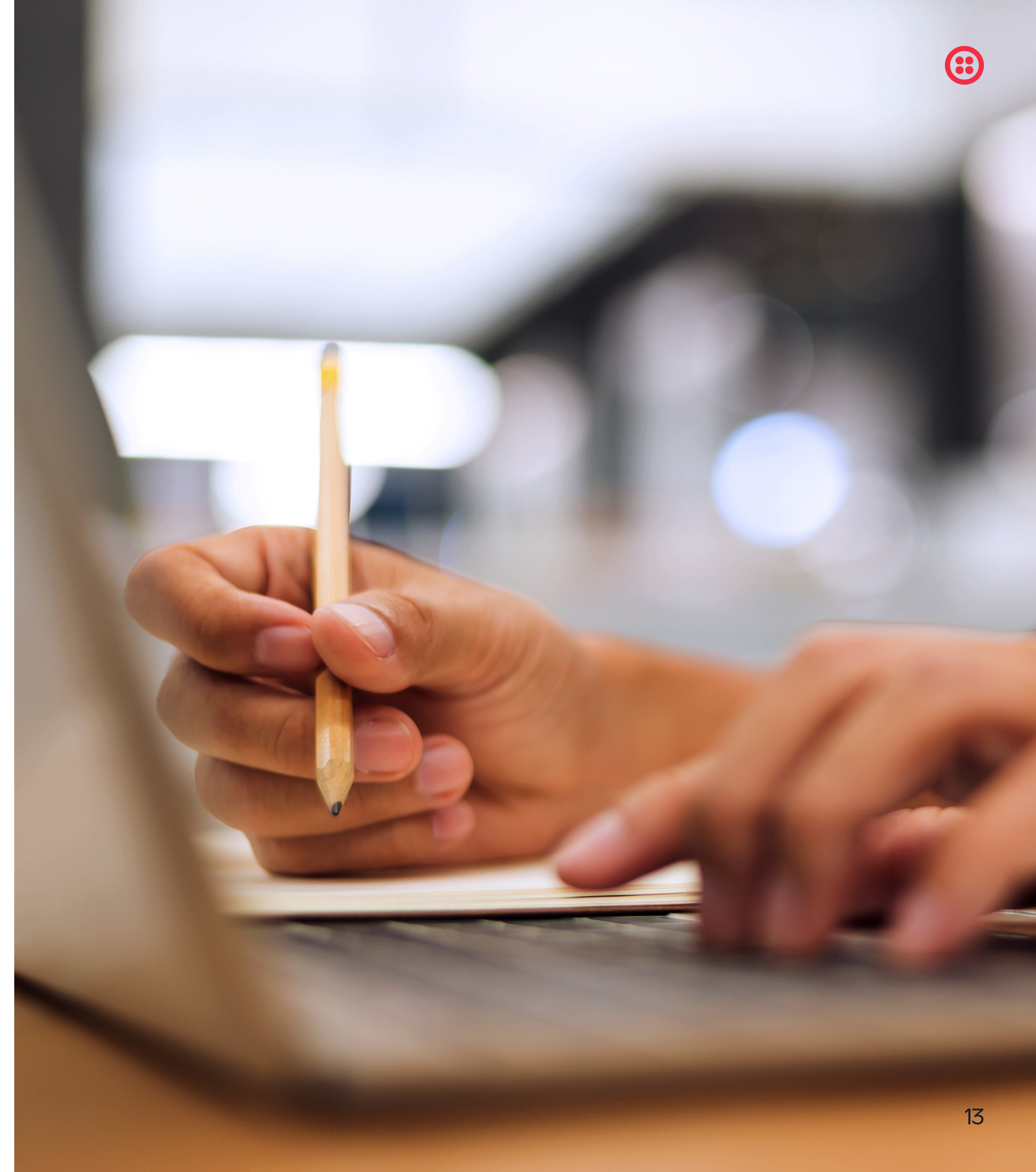
**Consejo adicional:** Utiliza Anuncios de Clic para WhatsApp (CTWA o Click to WhatsApp en inglés), los cuales también se pueden medir con precisión. Esta técnica incluye un enlace que dirige al cliente directamente al WhatsApp de tu marca, lo que le permite iniciar una conversación sin necesidad de tener el número guardado en la agenda.

**Para monitorear el rendimiento de los anuncios, evalúa indicadores como la tasa de clics, la cantidad de personas que realmente inician una conversación y el tiempo promedio de respuesta de los agentes.**



## Beneficios de usar Twilio integrado con WhatsApp

-  Alta escalabilidad y personalización de campañas y mensajes
-  Gran capacidad de entrega
-  Integración de chatbots y asistentes virtuales inteligentes con la aplicación.
-  Mayor engagement del cliente: soporte multicanal en una única API.
-  Recopilación segura de datos de terceros conforme a la legislación
-  Envío de datos a más de 400 aplicaciones con integraciones predefinidas
-  Automatización de procesos y envío de campañas, contenido y notificaciones





Capítulo 05

# ¿Cómo Magalu aumentó sus conversiones con WhatsApp y Twilio?







SOBRE	Una de las mayores redes de comercio y marketplaces en Brasil.
OBJETIVO	Tener la misma cercanía del servicio presencial con sus vendedores a través de medios digitales.

Consulta otro caso de éxito y ve cómo es posible aplicar estrategias de marketing y ventas con WhatsApp y aumentar las conversiones según tus objetivos.

Solución

Utilizó WhatsApp para implementar cuatro puntos de contacto: atracción, onboarding, relación y retención.

- Invertir en la comunicación a través de WhatsApp.
- Reestructurar el proceso de registro y onboarding de vendedores del Marketplace.

Resultado

Con el uso de Twilio Flex y WhatsApp, Magalu logró:

- **Un 46% de nuevos comerciantes que se registraron y estaban listos para vender (anteriormente, por correo electrónico, eran 21%);**
- **Una tasa de conversión 2 veces mayor en el onboarding de vendedores, que recibieron atención a través de chatbot**
- **+19.8% en el volumen de ventas con el envío de mensajes promocionales dirigidos**

¡Lee el caso completo de Magalu!





Capítulo 06

# ¿Cómo usar WhatsApp para **enviar notificaciones** de cuenta?

Además de usar WhatsApp para marketing y ventas, puedes enviar notificaciones de cuenta para ofrecer una experiencia completa al cliente, lo que transmite cuidado, confianza y transparencia.











## ¿Qué son las notificaciones de cuenta?

Las notificaciones de cuenta, también llamadas mensajes de utilidades por Meta, son mensajes personalizados que proporcionan información altamente relevante, crítica y/o urgente.

Los alertas y las notificaciones por WhatsApp pueden usarse para:

-  **Recordatorio de citas:** como consultas, atenciones presenciales y eventos.
-  **Alertas de seguridad:** que notifican a los clientes en tiempo real sobre grandes retiros o actividades sospechosas en su cuenta bancaria.
-  **Confirmación de compra:** ideal para enviar recibos, facturas, fallos de pago y actualizaciones automáticas con el estado de la entrega.
-  **Alertas de lead:** es posible configurar alertas de texto para enviar una notificación tan pronto como un nuevo lead se registre.
-  **Notificaciones de producto:** avisan a los clientes sobre tu producto, con mensajes automáticos.
-  **Notificaciones en masa:** como aviso de vuelo, cambios en los términos de servicio o cualquier otro mensaje que sea necesario comunicar a escala.





## ¿Cómo funcionan las notificaciones de cuenta por WhatsApp?

Con Twilio, las alertas y las notificaciones son omnicanal, es decir, enviadas por diversos canales según sus características y preferencias de los clientes, como WhatsApp, SMS y correo electrónico.

**Para crear una notificación de cuenta en la plataforma, es simple:**

1. Define los eventos que activarán la notificación
2. Elige los mejores canales de comunicación
3. Crea el contenido y la notificación
4. Prueba la notificación y confirma el estado de la entrega



La plataforma de Twilio permite gestionar los números de teléfono, la capacidad de entrega, la conformidad y las respuestas.





# Buenas prácticas para usar WhatsApp en tu empresa

¿Sabías que los clientes desean comunicarse con tu empresa a través de WhatsApp? Según un estudio:

- El **57%** de los clientes se comunica de manera regular con marcas en WhatsApp
- El **70%** afirma que los mensajes “repercutieron de forma positiva en su percepción” de una marca
- El **66%** realizó compras después de comunicarse con una marca en WhatsApp

Sin embargo, además de utilizar una plataforma de engagement de alta calidad, es fundamental crear estrategias precisas y seguir buenas prácticas para atraer y fidelizar a tus clientes.

¡Conoce algunas a continuación!



**78%**

do clientes preferem  
fazer negócios com  
marcas que interajam  
por mensagens  
instantâneas





### **Mantén la calidad del número empresarial**

WhatsApp clasifica la calidad de cada número (remitente) según la reacción de los clientes a los mensajes recibidos por la organización. Así, si el número es marcado como spam o incluso bloqueado, la clasificación disminuye. Para mantener la calidad del número de tu empresa, pide consentimiento antes de enviar mensajes por la aplicación, ofrece la opción de cancelación (opt-out) y envía solo contenidos y notificaciones relevantes, de forma altamente personalizada.

### **Sigue las directrices de la LOPD de tu país**

La Ley de Protección de Datos Personales (LOPD) en México establece reglas y directrices para orientar a personas, empresas y órganos gubernamentales sobre el almacenamiento, procesamiento y manipulación de los datos personales de los usuarios. WhatsApp Business también tiene sus propias directrices que deben ser seguidas.

**¡Mira cuáles son!**





## Ofrece la opción de cancelación de alertas y notificaciones

Tiene la funcionalidad de opt-out y ofrece al usuario la opción de cancelar su suscripción y el recibo de mensajes en WhatsApp.

## Usa números locales y marca de verificación

Es importante transmitir confianza a los clientes para construir una relación sólida y duradera. Para ello, usa números locales – incluso siendo una empresa global –, y ten en la foto el logo de tu empresa. Meta ofrece la opción de cuenta de empresa oficial, cuenta con Twilio para ayudar en la solicitud de verificación.

**Twilio ofrece la opción de comprar un número compatible con WhatsApp dentro del Console. Es rápido y muy fácil de adquirir.**



Capítulo 08

# ¿Qué **NO** hacer en la atención por WhatsApp?





Las empresas que usan WhatsApp como canal de atención y engagement a menudo cometen errores comunes, como el envío de mensajes sin el permiso del usuario, spam o contenidos irrelevantes.

Otro fallo bastante visto es no respetar la etapa en el trayecto de compra del cliente, es decir, ofrecer un producto/servicio o enviar una promoción antes de tiempo.

#### Y más:

- Enviar solo mensajes masivos, sin personalización
- No segmentar la base de clientes
- No integrar todos los canales de atención
- No monitorear las métricas de desempeño de la herramienta
- No crear estrategias únicas para WhatsApp
- Usar un lenguaje inapropiado y con errores de ortografía
- Enviar mensajes en horas inapropiadas

A continuación, otras **orientaciones de la propia app de WhatsApp** sobre lo que no se debe hacer en la atención por medio de la herramienta:

- ⊗ Confundir, engañar, defraudar o ilusionar al usuario
- ⊗ Divulgar o pedir a los usuarios datos de cuentas bancarias y documentos
- ⊗ Vender medicamentos y sustancias u objetos ilícitos, como armas y drogas
- ⊗ Comercializar moneda real, virtual o falsa, entre otros
- ⊗ Propagar noticias falsas (fake news)





# ¿Cómo implementar WhatsApp en ventas y marketing

Cuenta con la tecnología como tu mejor aliada para poner en práctica las estrategias de ventas y marketing mediante WhatsApp. Al fin y al cabo, la tecnología realiza funciones humanamente imposibles, como recopilar, almacenar, integrar y analizar un gran volumen de datos en tiempo real desde diversas fuentes de origen.

Además, permite enviar mensajes a gran escala y estar disponible 24/7 para atender a clientes de forma rápida, precisa y eficiente. **La integración de las APIs y los softwares de Twilio con WhatsApp**, por ejemplo, ofrece múltiples recursos altamente estratégicos para la interacción y las ventas.







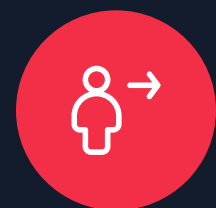
## Mensajes transaccionales

Te permite enviar mensajes unidireccionales con una API de alertas, notificaciones de cuenta, promociones y campañas de marketing.



## Mensajes de conversación

Con una única API, Twilio permite conversaciones para tu atención al cliente y el comercio conversacional.



## Centro de contacto: Twilio Flex

Ofrece experiencias omnicanal conectando WhatsApp y otros canales. Una buena experiencia en WhatsApp incluye la opción de transferir la conversación a un agente humano cuando sea necesario.



## Comunicaciones personalizadas

Segmenta y personaliza las comunicaciones por WhatsApp con base en el análisis de datos.



## Verificación de la cuenta

Twilio te permite enviar notificaciones para combatir fraudes y estafas, como la verificación de usuarios mediante WhatsApp y otros canales, como SMS, correo electrónico, voz, push, etc.



# Conclusión



En resumen, podemos decir que WhatsApp es un excelente canal para explorar diversas formas de comunicación con clientes, como la relación, notificaciones de cuenta, alertas, promociones e incluso la reactivación de consumidores inactivos.

Sin embargo, para aprovechar todo su potencial de interacción, es necesario prestar atención a tres factores principales:

1. **Contar con una plataforma de engagement omnicanal**
2. **Analizar constantemente las métricas de rendimiento para aplicar mejoras internas**
3. **Invertir en la alta personalización de la comunicación con el cliente**

En Twilio, encuentras todo lo que necesitas para ofrecer una atención de alto nivel mediante WhatsApp y los canales de contacto más importantes para tu empresa.

¿Quieres transformar la relación con tu cliente e invertir en el crecimiento a escala de tu negocio?

Habla con un especialista de Twilio y ve en la práctica cómo facilitar la ejecución y análisis de estrategias de marketing y ventas digitales.

**¡Haz clic aquí y transforma tu atención!**





Las empresas líderes de hoy en día confían en la Plataforma de Compromiso del Cliente (CEP) de Twilio para construir relaciones directas y personalizadas con sus clientes en todo el mundo. Twilio permite que las empresas utilicen comunicaciones y datos para añadir inteligencia en cada etapa del recorrido del cliente, desde ventas hasta marketing, crecimiento, atención al cliente y muchos otros casos de uso de compromiso, de manera flexible y programática. En 180 países, millones de desarrolladores y cientos de miles de empresas utilizan Twilio para crear experiencias mágicas para sus clientes.

Para saber más, visite: [\*\*twilio.com/es/\*\*](https://www.twilio.com/es/).