



**Potenciar** la experiencia de tus clientes y fidelizarlos **es prioridad.**

# Dana Connect **impulsa** el valor dentro del **retail**

Los *retailers*, en la actualidad, se encuentran en plena revisión de sus prácticas tradicionales y modelos de negocio, para encontrar el **nuevo equilibrio digital**. Demandando soluciones acordes a estos procesos de transformación digital, en pro de actualizarse en nuevas tendencias y herramientas que sumen a sus modelos de negocio, y, en consecuencia, que generen mercados más transparentes que empoderan a los clientes, impulsados por las tendencias sociales.



Los clientes demandan novedad, conveniencia, exclusividad y creatividad en su experiencia de compra **uno a uno**. **El sector retail ha comprendido la importancia de analizar los datos de sus consumidores** y la automatización de la experiencia de sus clientes, siendo clave en este 2022. El sector *retail* ha comenzado a asumir que la tecnología no es solo un complemento, sino que se ha convertido en un habilitador de su cadena de valor, contribuyendo de forma exponencial en generar la lealtad y fidelización hacia las marcas.

Las grandes tendencias apuntan que la exigencia de los consumidores hará que la cadena de suministro sea más transparente, considerando la sostenibilidad y la problemática medioambiental.

Según *Nasdaq* se prevé que, en **2040**, el **95 %** de las compras se realizarán mediante el comercio electrónico.

# Reinventar tu *retail* con **estrategias comunicacionales**

Las nuevas tecnologías deberán desempeñar un papel clave. La adopción de la tecnología en el comercio minorista se puede aplicar de múltiples maneras para aportar una experiencia de compra fluida y sin obstáculos. Ahora, la clave es incorporar distintos medios digitales como el *e-mail*, *SMS*, y *WhatsApp*, para:

- Enviar promociones.
- Generar experiencias uno a uno.
- Realizar seguimiento a los pedidos.
- Informar la existencia de un producto en inventario.
- Sugerir nuevas compras basándose en un histórico de transacciones.

Estas son unas de las tantas estrategias de personalización y experiencia en el servicio que se pueden automatizar. La relación con el cliente no termina cuando este sale de la tienda o cuando efectúa una compra por el *e-commerce*, sino que empieza en ese preciso momento.

Este empoderamiento del cliente ha provocado un importante vuelco en los negocios de casi todos los sectores e industrias a nivel global, generando nuevos retos a las organizaciones, que van desde buscar formas de acercarse al cliente, anticiparse a sus preferencias y comportamientos; hasta esforzarse por brindar una experiencia satisfactoria en una lucha por la lealtad, cada vez más reñida en el mercado.



# DANA, una sola plataforma para todo el *customer journey*.

En un flujo inteligente, en el que los distintos canales trabajan de forma conjunta, para lograr el efecto necesario en cada objetivo planteado. Esto permite comunicarle al cliente, por distintos medios, información de valor sobre el retail, nutriendo y acompañando en todo el ciclo de vida.

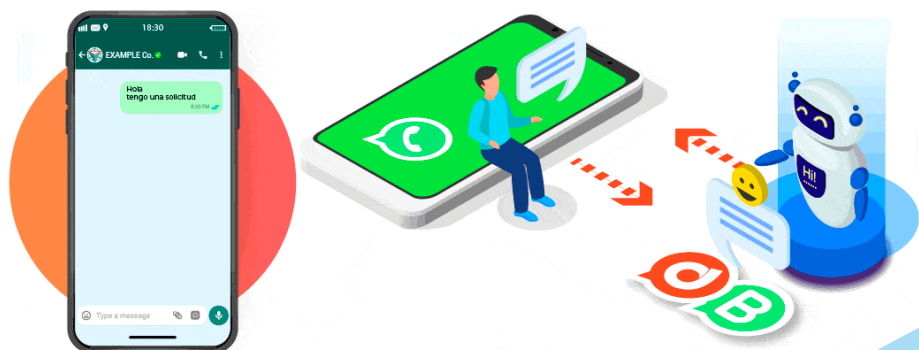
Permite combinar:

- 01 SMS.
- 02 WhatsApp.
- 03 E-mail marketing.
- 04 Notificaciones push.
- 05 Llamadas automatizadas.

La plataforma facilita el envío de cientos y miles de correos masivos a tus clientes. Si uno de tus objetivos es llegar a más personas de manera efectiva, la herramienta podrá apoyarte en todo el proceso de personalización del mensaje, antes o después de una transacción con tu *retail*, a través de las integraciones disponibles de la misma, con tu core de negocios.



# DANA Connect impulsando el valor dentro del **retail**. Aplicabilidad a través de distintos canales, con el único fin: **generar tracción con los clientes**



*Chatbots de WhatsApp para compañías retail: una funcionalidad de la aplicación, dirigida al servicio de atención al cliente que permite la comunicación directa con tus clientes y el autoservicio de documentos; automatizando respuestas a mensajes e integrando la tecnología de los chatbots para ser utilizado a través de la aplicación de WhatsApp.*

- 01 Casos de servicio de atención al cliente. Respuestas rápidas, inmediatez y asistencia efectiva.
- 02 Árbol de decisión, autoservicio de documentos e información de cuenta del cliente.
- 03 Mejora la experiencia del cliente al ofrecer más conveniencia, alta disponibilidad, inmediatez e información actualizada en tiempo real.

## **Elementos diferenciadores de la implementación**

- Generación de pedidos.
- Seguimiento de pedidos.
- Promociones, ofertas, alertas y seguimiento desde el botón de pago.

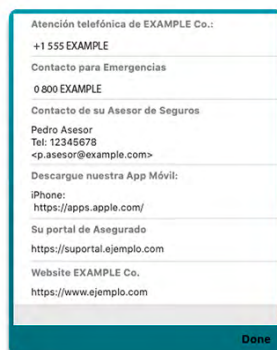
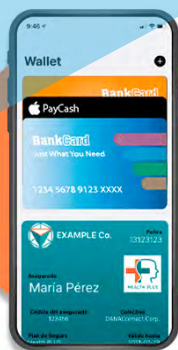
# Carnet digital e-Wallet - (Tarjeta virtual)

El carnet digital, es un descargable que se usa con las aplicaciones móviles de *e-Wallet* de *Google* y *Apple*, para que tus clientes visualicen la información de tus productos y servicios, incluyendo *links* y recursos *online*, luego de que realiza la compra. El carnet digital se distribuye vía *e-mail*, portales *web*, *SMS* o a través de cualquier otro canal digital que tu empresa tenga disponible.

- 01 Promueve la experiencia del cliente al ofrecer más conveniencia, alta disponibilidad, inmediatez e información actualizada en tiempo real.
- 02 Ofrece información completa y actualizada de los productos y servicios.
- 03 Relaciona la marca corporativa con innovación y vanguardia.

## Elementos diferenciadores de la implementación:

- Experiencia del cliente.
- Club de lealtad – Fidelización.
- Proceso de *Cashback*.



# Onboarding digital



Proceso de envío automatizado de una serie de comunicaciones que verifican, progresivamente, a través de un tiempo predeterminado, el estado de la habilitación o contrato de servicio, así como la carga de documentación para crear el expediente del cliente. La herramienta permite crear flujos de comunicaciones por distintos canales donde es posible validar el estatus de progreso de un proceso de *onboarding*, con recordatorios periódicos para que finalicen las tareas.

Ofrece una herramienta para que la data de los clientes entre a las bases de datos de tu organización de manera estructurada, permitiendo hacer seguimiento automatizado de la finalización de los requisitos durante un período de tiempo y facilitando la carga de documentos a través de *landing page* y de formularios dinámicos e intuitivos.

Elementos diferenciadores de la implementación:

- 01 Experiencia al cliente automatizado de principio a fin.
- 02 Proceso de generación del perfil del cliente.
- 03 Recursos *web* amigables para la autogestión.

