

RICARDO PALMIERI
RED HUSTLE ACADEMY

**18 TRUCOS
PARA RESPONDER
CON EFECTIVIDAD
LOS MENSAJES DE WHATSAPP
DE POTENCIALES CLIENTES**



SOBRE EL AUTOR

RICARDO PALMIERI



Capacitador in company y online en vivo para Red Hustle Academy. Speaker internacional. Autor del longseller “En pocas palabras. Manual de redacción publicitaria para avisos gráficos y folletos”. Y del próximo “Manual de redacción de contenidos orgánicos para las redes sociales”.

Docente de grado y posgrado en las universidades Argentina de la Empresa, Austral, Católica Argentina, de Ciencias Empresariales y Sociales, y de Palermo -Argentina-; y de La Sabana y Corporación Universitaria Taller Cinco -Colombia-. Integrante del Comité Consultivo de la Red Mundial de Comunicación Organizacional.

Magíster en Comunicación de la Universidad Austral y licenciado en Publicidad de la Universidad del Salvador.

Fanático de las obras del arquitecto Amancio William y del músico electrónico Hernán Cattaneo, de Argentina; de la pintora Tarsila do Amaral, de Brasil; y del escritor Felisberto Hernández, de Uruguay.

Publicado por Red Hustle
Buenos Aires
Argentina

Copyright Red Hustle Academy y Ricardo Palmieri.

INTRODUCCIÓN

Cuando se utiliza WhatsApp para las organizaciones, hay que ser muy cuidadoso con las palabras que se emplean al responder las consultas de un potencial cliente o lead.

También es preciso que quien esté a cargo de esa tarea se encuentre integrado con las personas responsables de los otros canales de comunicación de esa organización -empresa, entidad del Estado, organización no gubernamental, fundación-. Así lo aconsejan Alessandra Gallucci y Maria Rosaria Gallucci, autoras de “WhatsApp Marketing. Strategie ed esempi per utilizzare la chat come strumento di business”.

Los que siguen son algunos trucos para hacer que las palabras logren sentimientos positivos en quien consulta por ese medio, y se unan a la reputación que la organización busca demostrar.

1. TENER EN CUENTA LA VELOCIDAD

WhatsApp es más parecido a una ambulancia que a un taxi. Quien “sube” a un WhatsApp quiere celeridad.

Por eso, además de responder las consultas con todo lo que es preciso, hay que respetar ese sentido de urgencia que tiene quien pregunta.

En el libro “Marketing con WhatsApp”, su autor Jorge Ramos recomienda utilizar las respuestas automatizadas para los horarios o momentos en que no se puede brindar una respuesta instantánea.

2. PRIMERO, PERSONALIZAR Y AGRADECER

Si el potencial cliente da su nombre, lo primero a responder es, por ejemplo: “Sofía: ¡gracias por tu consulta!”.

Y si no brinda su nombre, se puede escribir: “¡Hola! Gracias por su consulta” u “Hola. ¡Gracias por comunicarte!”.

Los signos de exclamación ponen en evidencia el interés y las ganas del respondente.

3. EVITAR RESPONDER CON PREGUNTAS

Cuando alguien consulta algo por WhatsApp, espera una respuesta y no otra pregunta.

Por ejemplo, si un potencial cliente expresa: “¿Cuál es el valor de las habitaciones dobles?”, y existen dos clases de habitaciones de esa clase, no se puede responder con: “¿Cuál? ¿La Premium o la Plus?”. Es mucho más operativo contestar: “La doble Premium tiene un valor de USD 480 y la Plus, de USD 670”.

4. CUIDAR LA ORTOGRAFÍA

“Si me gusta tu ortografía es porque me sugiere que sabes poner las cosas en su lugar, y que puedo confiar en ti ya que quien respeta hasta la forma correcta de escribir una palabra, seguro sabrá respetar cosas más importantes en la vida.”

Esa frase, de autor anónimo, explica que el buen uso del lenguaje ayuda a crear confiabilidad.

Un meme, también anónimo, remarca: “La ortografía no enamora, pero tampoco me veo con alguien que quiera ‘asermé mui felis’”.

5. APELAR A LA CLARIDAD

Cuanto más claro un mensaje, mejor.

Por ejemplo, ante la consulta: “¿A qué hora abren?”, una respuesta correcta sería: “De lunes a viernes de 9 am a 7 pm, y los sábados de 9 am a 2 pm”.

Una respuesta incorrecta es: “Hoy nuestras puertas abren a las 9 de la mañana y concluimos a las 7 de la tarde, en punto”.

6. NO USAR PALABRAS POCO HABITUALES

Un render es una ilustración digital del proyecto de un edificio, un local o una casa. Pero no es un término que conozcan todas las personas.

Quien responde los mensajes de WhatsApp de un estudio de arquitectura, no debería utilizar esa palabra a menos que esté seguro de que el potencial cliente sabe de qué se trata.

7. ANTICIPARSE A LAS DUDAS

Cuando un futuro o actual cliente consulta un precio, habitualmente quiere saber así mismo cuáles son los medios de pago y si existe financiación aunque no lo pregunte.

Para adelantarse a esa necesidad –y ahorrar trabajo– una respuesta a una pregunta sobre un precio podría expresarse así: “El valor del sillón BKF es de USD 322. Y puedes abonarlo por transferencia bancaria o con las tarjetas de crédito Visa y MasterCard. Además, con esas tarjetas tienes planes de pago en 3 y 6 cuotas con un 2% de interés anual”.

Parece una respuesta extensa pero es, en realidad, completa.

8. NORMA ISO 4217 PARA LA EXPRESIÓN DE LAS MONEDAS

Según esa norma, los dólares se expresan con USD; los euros, con EUR; los pesos argentinos, con ARS; los pesos colombianos, con COP; los pesos chilenos, con CLP; y demás.

Algo importante: en Estados Unidos, existe la costumbre de nombrar a los dólares solo con el símbolo \$.

Por eso, en todos los casos y para evitar errores en un tema tan sensible como lo es el del dinero, se recomienda apelar a ese estándar internacional.

9. SER SIEMPRE AMABLE

La cordialidad –incluso la expresada con palabras– es un recurso poderoso: produce empatía, ahorra tiempo, facilita el relacionamiento. Y algo más: genera bienestar físico en el destinatario.

Por eso, hay que usarla en todo momento.

También, cuando quien atiende el WhatsApp está teniendo un mal día. No se trata de cambiar mágicamente de humor o de actuar, sino simplemente de emplear palabras cálidas en ese contexto.

10. NO SER SIEMPRE AMABLE

En las consultas por WhatsApp, hay un límite más allá del cual no se puede continuar el diálogo.

Ese límite es el uso de expresiones vulgares e insultos por parte del potencial cliente. Ninguna persona que atiende el servicio de WhatsApp de una organización tiene derecho a ser maltratada por otra.

11. INCLUIR EMOJIS CUANDO CORRESPONDA

No todos los servicios y productos permiten el uso de emojis.

Por ejemplo, la persona responsable de atender el WhatsApp de una asociación de notarios o de un banco para inversores institucionales, no tiene la opción de usarlos en sus respuestas porque no se corresponden con el tipo de servicio que prestan esas entidades. En cambio, en otros rubros sí sirven y mucho.

12. NO RESPONDER CON AUDIOS

Los audios son muy cómodos de hacer y enviar para el emisor, pero muy a menudo difíciles de escuchar para el receptor, que debe encontrar un lugar suficientemente silencioso para interpretarlos.

Sin mencionar lo difícil que será para ese potencial cliente, encontrar alguna información que necesite unos días luego de dicha conversación.

13. SI ALGO NO SE PUEDE RESPONDER, ACLARAR POR QUÉ

Ciertos temas confidenciales o cuestiones de salud donde es imperioso que el profesional vea al paciente, no se pueden resolver con una consulta de WhatsApp. En esos casos, lo correcto es indicar algo así como: “Gracias por su consulta, Nuria. El suyo es un tema delicado que, por razones profesionales, no podemos responder por este medio. Si lo desea, la invitamos a pedir un cita y le dedicaremos en ese momento todo el tiempo que exige una situación como la suya.”

14. AMPLIAR LA INFORMACIÓN CON FOTOS

Las palabras transmiten precisión, pero en ciertas ocasiones una imagen aporta muchos más datos.

A veces, es aplicable el dicho popular “Una imagen vale más que mil palabras”.

15. USAR UN NOMBRE Y UN CARGO

No es lo mismo “hablar” con el WhatsApp del centro comercial Larcomar que con “Conrado Pérez, encargado de la Experiencia del Cliente” de ese lugar.

Por eso, cuando sea factible, quien responde debe incluir su nombre y cargo.

16. USAR EL “VOS”, “TÚ” O “USTED” SEGÚN LOS CASOS

Quien está a cargo de las respuestas del número de WhatsApp de una organización que vende productos a personas de Uruguay, Argentina y otros países donde se usa el tratamiento de “vos” o voseo, es natural que responda con ese estilo.

En cambio, si el público se encuentra en otros países de Hispanoamérica, en España o en el mercado latino de Estados Unidos, lo más aconsejable es emplear el “tú” o tuteo.

En cuanto al tratamiento de “usted”, es algo que está en retroceso, pero se mantiene cuando se realizan interacciones con abogadas, médicos, juezas, ingenieros, arquitectas, contadores públicos, economistas.

17. BRINDAR UN SALUDO FINAL CERCANO

Es mejor brindar una despedida como “¡Saludos!” o “¡Muchos saludos!”, que un simple “Saludos”. O “Adiós” o “Chao”.

Hasta en la última línea del mensaje, el cliente se debe sentir como un VIP.

18. POSEER UN PERFIL COMPLETO

Cuando se utiliza WhatsApp como negocio, es mejor usar la aplicación de WhatsApp Business ya que allí se pueden cargar datos que podrán ser de utilidad para el potencial cliente: como horarios, descripción de la organización e incluso productos y respuestas -simples- automáticas.

PARA TERMINAR

En el libro “El poder secreto de WhatsApp”, José Corona García afirma: “Si tú dominas el uso de WhatsApp para negocios tendrás algo que tu competencia nunca tendrá: la siguiente compra de tu cliente”.

Y dominar el uso implica, sobre todo, dominar las palabras.

RICARDO PALMIERI



**18 TRUCOS
PARA RESPONDER
CON EFECTIVIDAD
LOS MENSAJES DE WHATSAPP
DE POTENCIALES CLIENTES**

Copyright Red Hustle Academy y Ricardo Palmieri. Todos los derechos reservados.
hey@redhustle.com // (54) 011 5031.3076

RED HUSTLE ACADEMY - BUENOS AIRES, ARGENTINA