

NOTICIAS DEL SECTOR

NÚMERO 101



MENSAJES ORIENTADOS AL CLIENTE FINAL

En nuestras aplicaciones estamos incorporando las nuevas maneras de relacionarnos con nuestros clientes.

Según diversas opiniones, los nuevos modelos de negocio pasan por tener una comunicación más cercana y directa con nuestros clientes, nuestras aplicaciones ofrecen diversas opciones para ello. Desde una comunicación de “estado”, en la que se informa al cliente de un hecho concreto, podemos fijarnos en nuestro día a día, donde ya es habitual este tipo de comunicaciones, como recordatorio de nuestro visita al médico o cualquier otro evento diario, ni que decir tiene las diversas webs de compras, por ejem.: si deseamos enviarle un

mensaje de que su ropa está lista para recoger, o que ha habido una incidencia que debe ponerse en contacto con nosotros, etc. O bien, con mensajes personales para ese cliente. Desde luego también, mensajes publicitarios, asociados a eventos

Código	Auton	Nombre
1	No	SIN MENSAJE PREDEFINIDO
2	No	NOTIFICACION TARJETA FIDELIDAD
3	No	AVISO RECOGER PRENDAS

como puede ser la fecha de la última visita, ofertas o campañas, etc. En este primer paso basta con contratar mensajes con una operadora que se pueda

acceder en modo usuario remoto, hemos conseguido tarifas para mil mensajes con un coste de 0,09 € el mensaje + IVA. En un futuro, nuestro desarrollo va a ir encaminado a una App vinculada con la aplicación del terminal de tienda. Se configuran tipos de mensajes que van a estar asociados a un proceso para que se envíen automáticamente, en este caso dos procesos, al activar la tarjeta de fidelidad y en la carga del convoy de ropa, para el caso de las tintorerías con carrusel automático de

de prendas. El texto de los mensajes, lo

define el usuario, en la imagen de la izquierda, podemos apreciar un modelo tipo, en donde se define el texto del mensaje, con el contador de caracteres, así como una serie de parámetros que permiten personalizar el mensaje, por ejemplo la tienda que lo envía, la fecha, el nombre de nuestro cliente, o bien el numero de tarjeta de fidelización, todo ello se define una vez y después se activa de manera automática en el proceso correspondiente. De manera que el mensaje, según lo hayamos configurado, llega al móvil del cliente con una estructura similar al de la imagen de la derecha. Con la operadora que hemos

contactado, nos permite el envío a móviles y fijos, de manera que a los teléfonos fijos podemos enviar el mensaje, con una conversión automática a palabras del texto enviado, de manera que el cliente final recibe un texto de voz en su teléfono fijo, si tiene activa esta utilidad en su teléfono fijo. Se pueden generar listas de envío de mensajes únicos, por ejemplo, si queremos realizar una lista de clientes, cuya última visita haya sido anterior al 01/06/2019 y creamos un texto publicitario, bien como promociones, mensajes con descuentos, etc. También podemos comunicar el inicio de una campaña, de comuniones, cambios de armario, edredones, etc. Por último, en la ficha del cliente, hemos puesto una opción de envío de mensaje, para acceder directamente al cliente, con un mensaje directo al mismo. En el equipo queda un histórico de los mensajes enviados, pudiendo comprobarlo en todo momento.



NUEVOS CLIENTES EN 2019



GRACIAS POR CONFIAR EN NOSOTROS

Soluciones para el sector de tintorerías y lavanderías industriales de alto valor añadido.

Es muy caro, lo que no vale lo que cuesta.