

¿En qué consiste la fase de descubrimiento en una estrategia de WhatsApp Commerce?

WhatsApp hoy es una herramienta esencial para conectar con los clientes de manera más personalizada y efectiva. Luego de analizar [las instancias de una estrategia de WhatsApp Commerce](#), nos enfocamos en los detalles de la fase de descubrimiento que establece las bases para el éxito de toda iniciativa comercial. En este artículo te contamos en qué consiste esta fase y qué acciones estratégicas puede implementar tu empresa para maximizar sus beneficios.

¿Qué es la fase de descubrimiento en WhatsApp Commerce?

La fase de descubrimiento es una instancia de la estrategia de WhatsApp Commerce, el primer paso en el que las empresas identifican y comprenden las necesidades, comportamientos y preferencias de sus potenciales clientes.

Durante esta fase, se recopila y analiza información valiosa que permite diseñar una estrategia personalizada y efectiva.

¿Cuáles son los objetivos de la fase de descubrimiento?

1. Identificar al público objetivo: Conocer quiénes son tus clientes potenciales y cuáles son sus características demográficas, intereses y comportamientos.
2. Comprender el mercado: Analizar el entorno competitivo y las tendencias del mercado para identificar oportunidades y amenazas.
3. Definir objetivos: Establecer metas claras y medibles que guiarán las acciones durante el resto de la estrategia.
4. Segmentar a los clientes: Dividir a los clientes en grupos homogéneos para ofrecer mensajes y ofertas más relevantes y personalizadas.

¿Cuáles son las herramientas y técnicas que tienes que implementar en la fase de descubrimiento?

Durante esta fase, tu empresa puede utilizar diversas herramientas y técnicas para recopilar la información necesaria, por ejemplo:

- Encuestas y cuestionarios: Recopilar datos directamente de los clientes a través de preguntas específicas.
- Análisis de datos: Utilizar herramientas analíticas para extraer información de bases de datos existentes.
- Monitorización de redes sociales: Observar y analizar las interacciones y comentarios en plataformas sociales para entender mejor a los clientes.

- Estudios de mercado: Realizar investigaciones formales para obtener una visión más amplia del mercado y la competencia.

¿Cuáles son las acciones estratégicas que debo realizar durante la fase de descubrimiento?

Las herramientas y técnicas no lo son todo, hay que aplicar acciones estratégicas en esta fase antes de avanzar a la siguiente instancia. Estas acciones pueden ser:

1. Sobre la implementación de encuestas y cuestionarios

Como lo mencionamos, las encuestas y cuestionarios son una forma directa y efectiva de obtener información relevante de los clientes. Pero, ¿cómo sacarles provecho?

Puedes distribuirlas a través de WhatsApp utilizando chatbots que guíen a los usuarios a través de las preguntas. Las encuestas pueden cubrir temas como preferencias de productos, niveles de satisfacción y expectativas futuras.

Por ejemplo: Una tienda de ropa puede enviar una encuesta a sus clientes preguntándoles sobre sus estilos preferidos, colores favoritos y frecuencia de compra. Esta información ayuda a personalizar las ofertas y recomendaciones futuras.

2. Sobre el uso de los datos

El análisis de datos permite a las empresas extraer patrones y tendencias de grandes volúmenes de información. En la fase de descubrimiento, es fundamental utilizar herramientas de análisis para interpretar los datos recopilados y obtener insights accionables.

Por ejemplo: Utilizar Google Analytics para analizar el tráfico del sitio web y determinar qué productos generan más interés. Esta información puede integrarse en la estrategia de WhatsApp Commerce para enviar mensajes personalizados a los usuarios interesados en esos productos.

Recomendamos aquí que leas [cómo hizo PagoEfectivo para mejorar la atención al cliente con una estrategia de WhatsApp Commerce teniendo por delante el desafío de gestionar un volumen alto de consultas](#).

3. Sobre la monitorización de las redes sociales

Si los datos son el nuevo petróleo, las redes sociales son las minas de oro con información sobre los clientes. Monitorizar las conversaciones y menciones en plataformas como Facebook, Instagram y Twitter ofrece insights valiosos sobre las opiniones y comportamientos de los consumidores que posibilitan llevar adelante acciones puntuales en la fase de descubrimiento, y también en las siguientes fases.

Por ejemplo: Si una empresa de cosméticos nota que muchos usuarios en Instagram mencionan un producto específico en sus historias, puede aprovechar esta información para

promocionar ese producto a través de WhatsApp con mensajes personalizados y ofertas especiales.

4. Sobre el valor de los estudios de mercado

Los estudios de mercado son investigaciones más profundas y formales que ayudan a entender el entorno competitivo y a las tendencias del mercado. Estos estudios se realizan por medio de entrevistas, grupos focales y análisis de la competencia.

Por ejemplo: Una empresa de tecnología puede realizar un estudio de mercado para identificar las últimas tendencias en dispositivos móviles y ajustar su estrategia de WhatsApp Commerce para promocionar los productos más demandados.

Los beneficios de una fase de descubrimiento bien ejecutada

Implementar una fase de descubrimiento robusta y bien planificada ofrece múltiples beneficios para las empresas; algunos de ellos son:

- **Personalización:** Permite ofrecer experiencias y mensajes más personalizados, lo que aumenta la satisfacción y fidelidad del cliente.
- **Eficiencia:** Ayuda a identificar y enfocarse en los clientes con mayor potencial de conversión, optimizando los recursos y esfuerzos de marketing.
- **Competitividad:** Proporciona una comprensión más profunda del mercado y la competencia, lo que permite tomar decisiones más informadas y estratégicas.
- **Innovación:** Facilita la identificación de nuevas oportunidades y tendencias que pueden ser aprovechadas para mantenerse a la vanguardia del mercado.

La fase de descubrimiento en una estrategia de WhatsApp Commerce es esencial para construir una base sólida que permita desarrollar campañas efectivas y personalizadas. A través de la recopilación y el análisis de datos, la monitorización de redes sociales y la realización de estudios de mercado, las empresas obtienen una información muy valiosa sobre sus clientes, como también sobre la competencia.

Al implementar estas acciones estratégicas, tu empresa mejora la experiencia del cliente e incrementa su eficiencia y competitividad en el mercado, razones más que suficientes para invertir tiempo y recursos en esta fase.

Si consideras que tu empresa no está aprovechando todo el potencial de WhatsApp, no lo dudes y contáctanos para que empecemos a trabajar en ello.