



CASO DE ÉXITO

Marca Líder Mundial de Bebidas, amplía su Comercio Conversacional a consumidores en 5 mercados críticos**46%**

tasa de conversión.
Mayor que cualquier otro canal de la compañía en América Latina.

80%

automatización promedio.
Los clientes resolvieron sus solicitudes de forma personalizada sin tener que hablar nunca con una persona.



Conoce cómo una Marca Líder Mundial de Bebidas hizo crecer rápidamente un nuevo canal de Comercio Conversacional por WhatsApp para clientes en cinco mercados cruciales de América Latina gracias a Yalo.

- Escalabilidad global
- Personalización
- Automatización

Escalando una exitosa operación en persona a través de la automatización

El exitoso programa directo-al-consumidor (D2C) de esta compañía presentaba un cuello de botella por su dependencia en la venta individual en persona. La personalización jugaba un papel crítico a lo largo de todo el ciclo de vida de su consumidor, así que decidieron buscar una solución que les ayudara mientras mantenía en orden sus prioridades. Esto hacía extremadamente difícil la expansión y venta a gran escala a nuevos clientes y regiones.

Generando una solución de crecimiento, escalabilidad y personalización

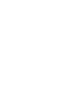
La Compañía de Bebidas se asoció con Yalo para lanzar un canal de WhatsApp automatizado, enfocado en vender directo a consumidores y mantener la participación de los mismos en el programa a través de promociones de marketing.

**Mejora de venta con datos**

generando comunicación al consumidor, personalizada, significativa y relevante activando toda la información disponible sobre el consumidor.

**Utilización de las mejores prácticas de Yalo,**

llegando a sus consumidores con las mejores prácticas en un canal que ya usan y aman.

**Conversaciones de clientes localizadas**

permitiendo a equipos de cada país mantener campañas personalizadas involucrando a los clientes a través de temas culturalmente relevantes.

Su canal de ventas con mejor desempeño

- Lograron mayor escalabilidad y experimentaron tasas de conversión más altas.
- Mantuvieron a los clientes en América Latina conectados a la marca con conversaciones localizadas y usando automatización bien pensada.