

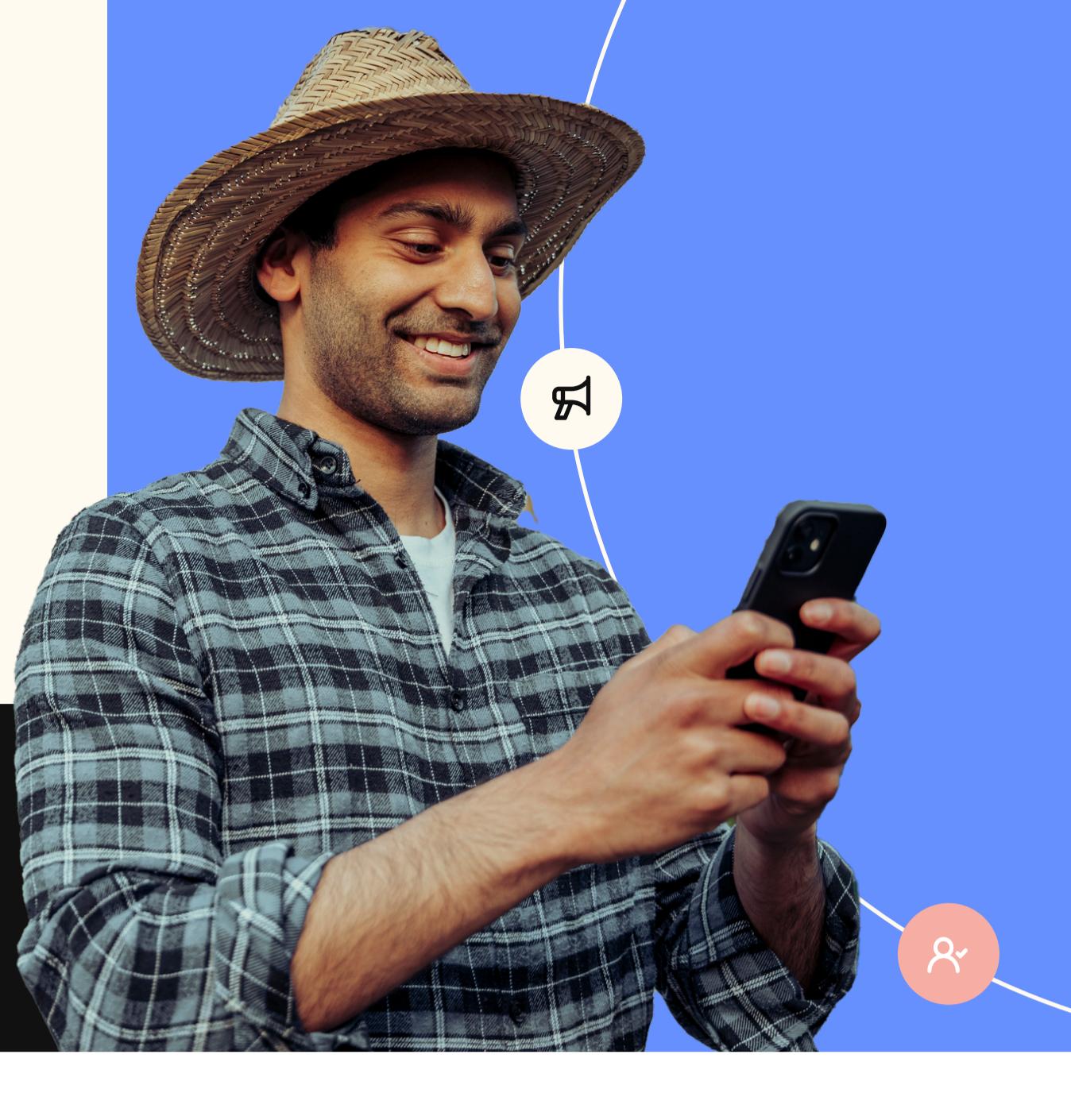
CASO DE ÉXITO

Bayer construye primer base de datos de clientes en México con Comercio Conversacional

2K
agricultores registrados en sólo 2 meses

10K
agricultores activos en un año

60%
completó el ciclo de entrenamiento



Conoce cómo Bayer abordó a clientes de alto valor en un mercado de mensajería-primer, dio consultoría de producto a gran escala a través de conversación y ganó la confianza del cliente con consejos y capacitación personalizada.

- Participación de Cliente
- Mejores Prácticas Conversacionales

Los agricultores mexicanos no son típicamente vistos como una audiencia digitalmente activa, pero los móviles han colaborado a cerrar la brecha. Ávidos de encontrar una solución para alcanzar a este grupo de clientes de alto valor para sus productos agrícolas, Bayer usó a Yalo para capitalizar el uso de aplicaciones de mensajería por parte de los agricultores. Para construir relaciones más estrechas y eventualmente promover sus productos, la compañía quería poner a disposición consultoría agrícola y ayuda sobre productos, haciendo que esta información estuviera disponible y accesible universalmente. Esto requirió conocimiento detallado sobre las necesidades de los agricultores así como la Plataforma de Comercio Conversacional y mejores prácticas de Yalo.

La estrategia para encontrar y atraer al consumidor de nicho con conversación

El ecosistema digital de Elektra se volvió más fuerte con Yalo, orquestando las ventas en línea y en tienda a través de WhatsApp:



Diseño centrado en el cliente

un asistente virtual fue diseñado para cumplir con las necesidades de los agricultores mexicanos y mejorar la productividad de su cosecha.



Promoción del canal

el nuevo canal fue promovido en eventos y apalancó el boca a boca a través de sus distribuidores y vendedores.



Programa de referidos

un programa ejecutado en WhatsApp distribuyó créditos celulares a los agricultores que refirieran a algún amigo al canal.



Personalización

una base de datos con ubicación, tipos de cosechas y otras informaciones fue construida para proveer consejo personalizado a agricultores.

Profunda participación de cliente resultando en datos accionables

Bayer fue capaz de usar las soluciones Conversacionales de Yalo para llegar a sus clientes, construir relaciones duraderas y generar una base de datos constantemente mejorada con datos conversacionales y que ha ayudado a múltiples estrategias de salida a mercado de productos.