

Tendencias de mensajería en la industria minorista

Basado en 530 mil millones de interacciones sucedidas vía canales móviles a través de nuestra plataforma en 2024.

PANORAMA

Auge del retail conversacional

“En 2024, LATAM se destacó como la segunda región con un mayor número de interacciones en Black Friday, Cyber Monday y Cyber Week en la plataforma de comunicaciones omnicanales de Infobip. Las finanzas y el comercio minorista continúan liderando como nuestras industrias más sólidas.”

Janeth Rodriguez
VP de Revenue para LATAM
Infobip



38%

de incremento global en materia de mensajería

19%

de adopción de estrategias omnicanales

Principales canales:

38%

SMS

35%

Correo

15%

Apps de mensajería móvil

11%

WhatsApp

Principal combinación:

33%

SMS + WHATSAPP

Principales herramientas:

78%

Chatbots

78%

Email Marketing

73%

IA

61%

Plataforma de datos del cliente (CDP)

Casos de uso

Pedidos

55%

automatiza la mensajería de sus pedidos

Soporte:

84%

automatiza sus interacciones de atención al cliente

49%

brinda soporte vía chatbot, pero dependen altamente de agentes humanos

47%

envía encuestas de retroalimentación automatizadas periódicamente

Marketing:

69%

cuenta con herramientas de marketing parcialmente integradas

Grado de madurez de la CX conversacional:



automatizan interacciones con clientes



afirma que sus actividades de marketing son lentas debido a desafíos tecnológicos



automatizan las transferencias a agentes humanos



tiene desafíos frente al engagement de sus clientes

Puntuación de Madurez de la CX Conversacional (global):

RECORRIDO DEL CLIENTE:

60/100

SOFISTICACIÓN:

57/100