



GUÍA DE CONVERSACIONES POR WHATSAPP



Nuestro propósito de marca



Buscamos transformar las experiencias de nuestros clientes y para eso, debemos empezar por mejorar nuestra comunicación.

| **Conocer** a nuestros clientes | **Conversar asertivamente** con ellos |
| **Establecer relaciones** genuinas que perduren en el tiempo |

TODO COMUNICA:
Palabras, imágenes, ortografía, silencio, etc.

Queremos generar unidad en la forma en que Seguros Bolívar interactúa, siendo:

SENCILLOS

AMIGABLES

CONFIAZBLES

En Seguros Bolívar damos tranquilidad a las familias, porque pensamos en las personas y en sus necesidades.

Haciendo honor a nuestra promesa:

***¡TRANQUILO, NOSOTROS
RESPONDEMOS!***



DESCRIPCIÓN DE NUESTRA PERSONALIDAD DE MARCA



Alegre, optimista, empático, de buen humor.



Responsable y respetuoso.



Servicial y proactivo.



Claro, familiar y cercano.



¡Así queremos
 vernos!

SEGUROS
BOLÍVAR



¿QUÉ NOS HACE ESPECIALES?



Transformamos las preocupaciones en tranquilidad.



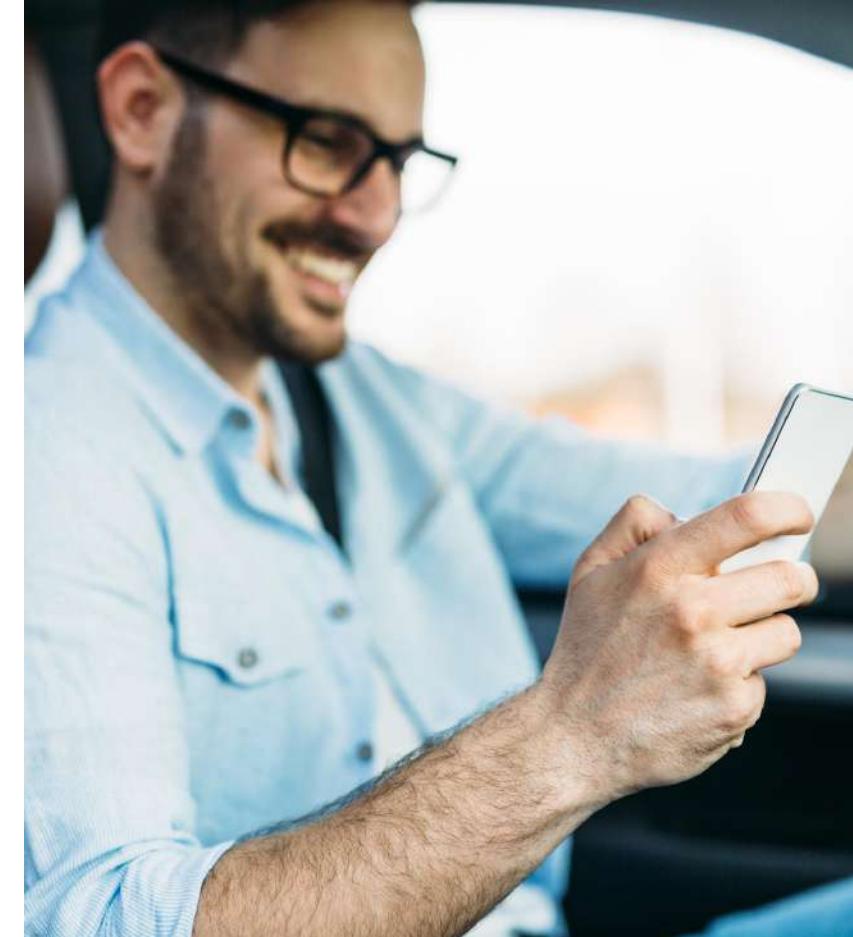
Buscamos soluciones.



Tenemos un círculo de amigos expertos que nos ayudan a
solucionar todo. (*Marcas del Grupo Bolívar*)

Para iniciar la conversación con nuestros clientes y prospectos, sigamos estos pasos:

- 1 **¿Con quién interactuamos?:** Validar si tenemos datos de los clientes o historial, además de **identificar la emoción** con la que nos contacta.
- 2 **Las posibles barreras** que se pueden presentar. (Ej.: Empezar a generar relaciones digitales más que presenciales.)
- 3 **El contexto general de la situación** en la que se encuentra el cliente o su entorno (Ej.: social, emocional, climático, etc...)



Cada interacción es un espacio valioso para conocer más a los usuarios, mejorar experiencias y reforzar nuestra marca.



CONFIGURACIÓN BÁSICA DEL CANAL

SEGUROS
BOLÍVAR





Conozca buenas prácticas en el uso del canal para la construcción de una **conversación comercial**:

1) LA FOTO:

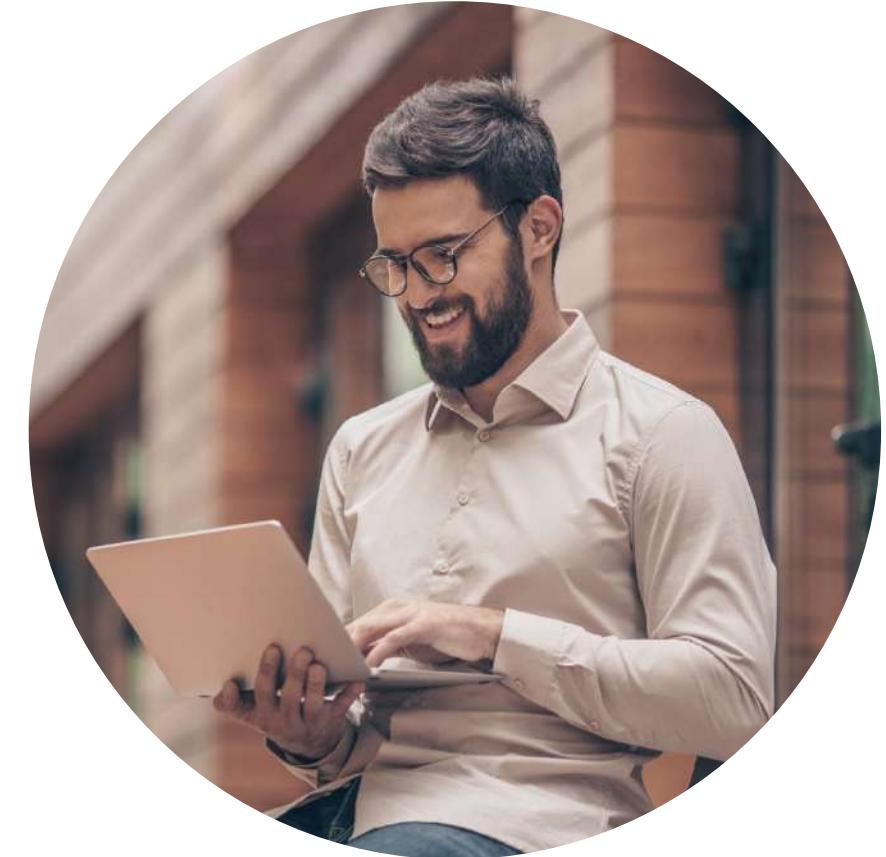
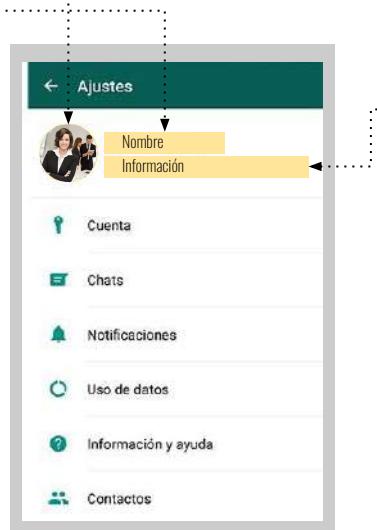
Seleccione una buena foto de perfil:

- Corporativa
- Que genere confianza
- Que se vea cercana
- Debe evidenciar que hay una persona (real) al otro lado del chat.



2) EL NOMBRE:

- Utilice su nombre real y no el de la compañía.
- Evitar el uso de apodos.



3) LA INFORMACIÓN:

- Evitar poner frases personales en la información
- Tratar de poner a qué compañía pertenece.
- Si no quiere poner ninguna descripción, trate siempre de mostrarse como: "Disponible".



4) LOS ESTADOS:

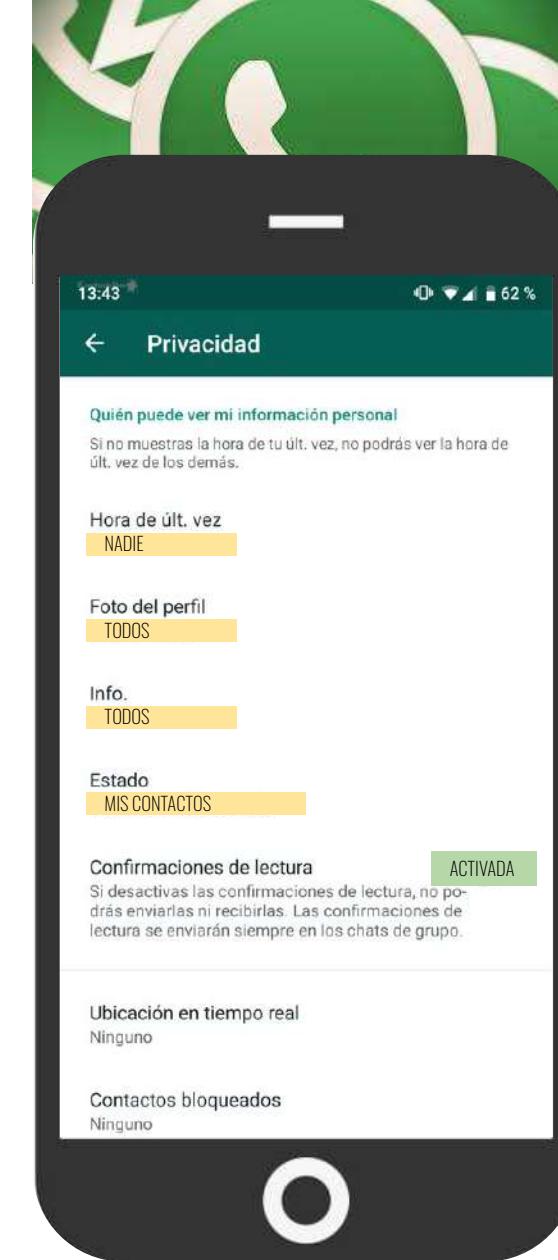
[!]: Recuerde que los estados duran 24 horas y pueden ser vistos por todas las personas que tengan guardado su número en el celular:

- No compartir fotos personales.
- Es un canal donde puede hacer publicidad de los productos que está comercializando. (Si va a hablar de nosotros. Por favor utilice la comunicación oficial autorizada por Seguros Bolívar.)

5) CONFIGURACIÓN DE PRIVACIDAD*:

Recomendamos la siguiente configuración:

- Hora de última vez de conexión: NADIE
- Foto de perfil: TODOS
- Info: TODOS
- Estado: MIS CONTACTOS
- Confirmación de lectura: ACTIVADA



*Dependiendo del celular, ingrese a Ajustes o Configuración > Cuenta > Privacidad.



ENTENDER
AL CLIENTE

PREMISAS DE RELACIONAMIENTO

SEGUROS
BOLÍVAR



¿Qué debemos tener en cuenta?



EL LENGUAJE:

- El lenguaje en los chats al igual que en las redes sociales, **es más informal que en otros canales de comunicación**, sin embargo, **no se puede perder el tono corporativo y enfocado al servicio al cliente.**

*Recomendamos generar conversaciones usando **palabras sencillas y fáciles de entender.***



LAS RESPUESTAS:

- Sea amable** y busque siempre la **solución** a la duda o al caso.
- Aunque utilice respuestas preestablecidas, **hay que redactarlas de manera natural.**
- Las respuestas deben ser **concretas, claras y cordiales.**
- Responda siempre lo que le preguntan.



ORTOGRAFÍA:

Hay que cuidar la **ortografía**, en caso de tener dudas, busque rápidamente y corrija antes de enviar el mensaje.



CONEXIÓN:

- Una relación genuina con el cliente no se logra sin conexión, por esto, hay que incluir palabras o frases **que impacten de manera positiva.**





¿Qué no debemos hacer?

- Si el cliente dio sus datos personales al inicio, **no vuelva a solicitarlos**
- **No use abreviaturas:** Sr, Sra, Srta. apto, xfa, noc, bn, **sugerimos llamar al cliente por su nombre, sin apellido.**
- **No emplee palabras en inglés**, a menos que sea el nombre de algún producto o servicio.
- **No escriba en MAYÚSCULAS SOSTENIDAS** en un Chat.
- En las conversaciones con el cliente, **evite los chistes o bromas.**



No use la palabra problema, es mejor usar: **Eventualidad, evento**

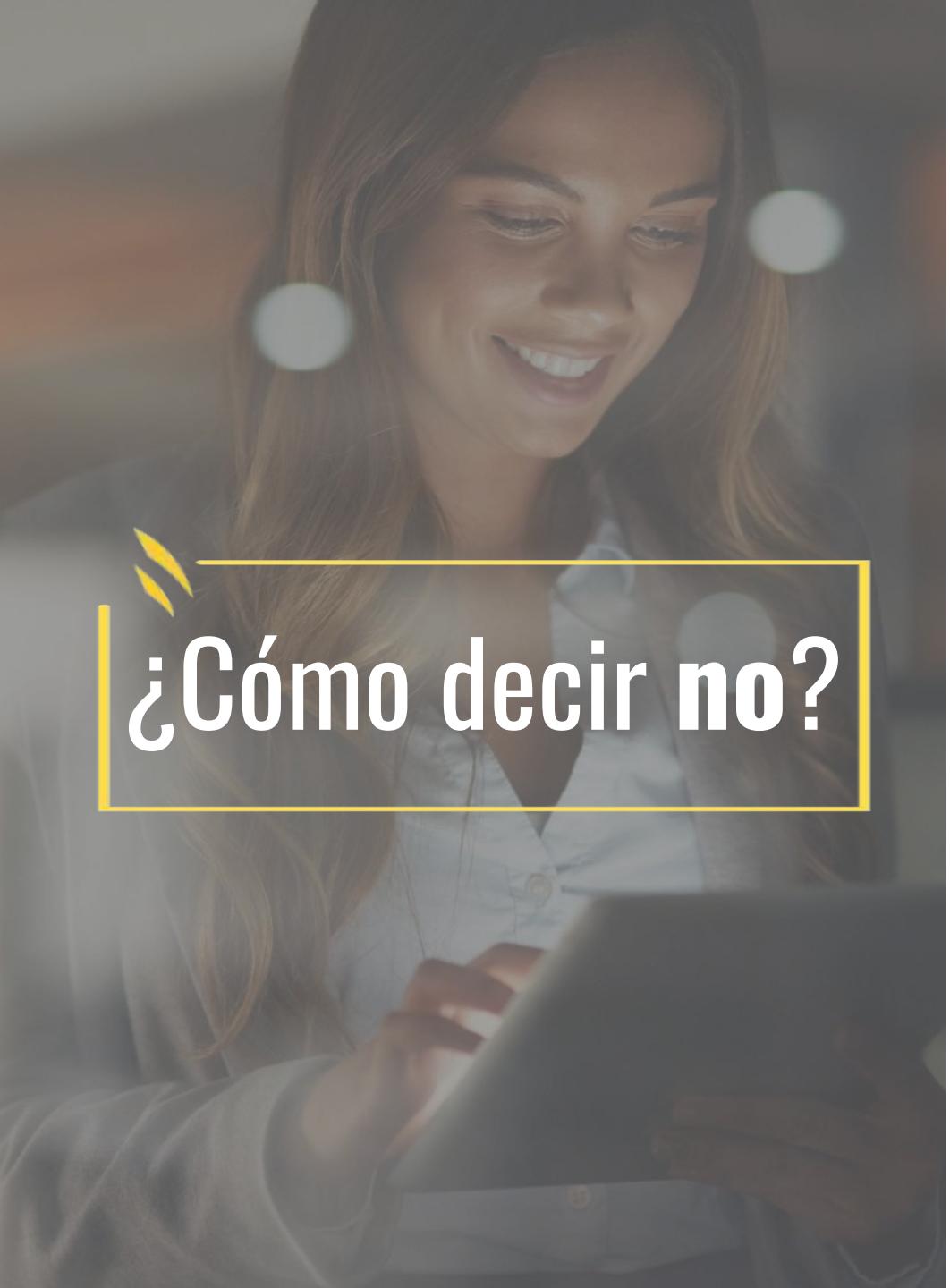
o situación. EJEMPLOS:

- *Cuéntenos su situación*
- *¡Vamos a solucionarlo! Estoy validando el tema para darle respuesta lo más pronto posible.*

Los monosílabos son respuestas que muestran poca conexión, trate de **complementar con oraciones amables**, así:

- *Claro que sí Carlos, en Davivienda también puede pagar.*
- *Si Ana, a las 3:00 de la tarde hablamos.*





¿Cómo decir no?

El “no” es una palabra que cuenta con poca popularidad y en servicio al cliente está relacionada con falta de conocimiento, con *incapacidad, negación* y escasez. Sin embargo, en ocasiones es necesario dar esa respuesta. **Estas serían algunas formas diferentes de contestar:**

- **Cliente:** ¿Puedo pagar la cuota en Colpatria?
Chat SB: Patricia, con Colpatria no es posible, pero tenemos otros bancos autorizados como Bancolombia y Banco de Bogotá. También hay otros establecimientos como Éxito y Surtimax.

- **Cliente:** ¿Tienen seguro para Motos?
Chat SB: Juan, aseguramos solo automóviles, es nuestra especialidad.

- **Cliente:** ¿Mi póliza tiene conductor elegido?
Chat SB: Gina, la póliza no cubre este servicio, pero lo puede adquirir en este momento, ¿le gustaría?

- **Cliente:** ¿Puede hablarme del seguro de arrendamiento?
Chat SB: Claro que sí, el proceso lo lleva nuestro aliado El Libertador. Así que le comarto todos los datos para que se comunique directamente con ellos.



ETAPAS DE INTERACCIÓN Y CONVERSIÓN

Alisto todo el material del producto y las comunicaciones para entablar una conversación amigable y efectiva.



Inicio una conversación personalizada con el futuro cliente. Entiendo su situación específica ofrezco lo mejor para él.

Conozco al prospecto y entiendo bien con quién voy a empezar la conversación.

1.

Prospectar



2.

Preparar



3.

Conversar



4.

Vincular





MOMENTOS
DE LA CONVERSACIÓN

SEGUROS
BOLÍVAR





El saludo o la bienvenida es el primer momento de la conversación

Saludo

1 Iniciar una conversación

El momento en el que puede **atraer** a sus futuros clientes donde debe:

- + Entender en qué situación están.
- + Descubrir cuáles son sus necesidades particulares.

Empatía

2 Presentación de Oferta

Si la conversación continúa quiere decir que el cliente entró en una etapa de **consideración**. Acá ya puede comenzar a mostrar soluciones y productos adecuados para ellos. Evite intentar vender antes de que el usuario esté 100 % listo para realizar una compra.



Es la **capacidad de ponerse en el lugar de la otra persona, tratando. Entender sus emociones o su situación.**

En nuestra comunicación, **demostramos interés por el cliente**.

Es importante **leer bien** lo que nos cuentan para determinar cuál es la mejor forma de ayudarlos. Igualmente, es fundamental **identificar el sentimiento con el que llega el cliente**: molestia, dolor, confusión, etc, **y así crear una conversación adecuada**.



El encuadre es el momento de la conversación donde **le explicamos al cliente el proceso que se adelantará para la adquisición del producto o resolver sus dudas.**

Es **informar los pasos a seguir**, y donde se solicitan ciertos datos.

En resumen, es **poner en evidencia el acompañamiento.**

Encuadre

3

Detalle

El cliente está listo para tomar una **decisión** y posiblemente comprar el producto. Acá es importante explicarle y garantizar el entendimiento de los siguientes pasos para adquirir el producto.

Valor Agregado

El valor agregado se entiende como esos **elementos adicionales que le podemos dar al cliente**, ya sea en términos de información, de descuentos, o de incentivos.

Pueden ir al principio de la conversación o al final, dependiendo del tono del cliente o del tipo de requerimiento.





Despedida



El final de un chat es tan importante como el inicio,
por esto, despídase con **amabilidad**.
**En seguros Bolívar siempre dejamos las puertas
abiertas.**



ALGUNOS
TIPS ADICIONALES

SEGUROS
BOLÍVAR



Cómo dar Formato a los Mensajes

Cursiva

Para escribir texto en **cursiva**, utilice un guión bajo antes y después del texto:

texto

Tachado

Para escribir texto **tachado**, utilice una tilde (virgullilla) antes y después del texto:

~texto~

Negrita

Para escribir texto en **negrita**, utilice un asterisco antes y después del texto:

texto

Monoespaciado

Para escribir texto en **monoespaciado**, utilice tres comillas invertidas antes y después del texto:

```texto```



*Evitar hacer listas de distribución con comunicaciones masivas por Whatsapp. A las personas les gusta recibir mensajes personalizados, claros, oportunos y adaptados a sus situaciones particulares.*



# Uso de emojis y gifs

Puede acompañar las respuestas de algunos comentarios, según el caso, con emojis asociados a la empresa:

MARCA



PRODUCTO



ASISTENCIAS



SAC



SITUACIONES



MOMENTOS





# Uso de Stickers

Diseñamos diferentes paquetes de stickers para que pueda utilizarlos en sus conversaciones.





# Uso de Stickers

## CONTEXTUALES

Ejemplo: COVID



## TRABAJO EN CASA



A close-up photograph of two men in business attire shaking hands. The man on the left is wearing a light-colored shirt and a dark tie. The man on the right is wearing a light-colored shirt. They are both wearing dark jackets. The background is blurred, showing what appears to be a building or office environment.

# GRACIAS

