

# WHATSAPP O LA INTERACCIÓN TOTAL

Por **Redacción**

La aplicación que comenzó revolucionando los contactos entre particulares, permitiendo mantener conversaciones grupales, comunicar por vídeo y audio o compartir material audiovisual de manera rápida y sencilla, ha entrado como un huracán en el mundo de las comunicaciones aplicadas al turismo.



**H**ace diez años WhatsApp ni siquiera existía: nacida en 2009, la aplicación de mensajería instantánea para *smartphone* contaba en 2017 con 1.200 millones de usuarios. Y poco tiene que ver con la *app* que al principio permitía mandar mensajes sin limitación de caracteres, desbancando al SMS (Short Message Service) de por vida. Hoy hasta permite transferir dinero entre usuarios.

En la última actualización, de momento sólo operativa en India, los internautas pueden enviar, solicitar y recibir dinero a través de *chats* tal y como desde el pasado mes de noviembre ya permite hacer Facebook Messenger, también propiedad de Facebook.

## Medio de comunicación

Más allá de lo que se anuncia, que parece incluirá el pago en establecimientos, lo que ya es una realidad es que WhatsApp está contribuyendo a revolucionar las comunicaciones y procesos en el sector turístico. En un principio fueron varios los hoteles que apostaron por un sistema de mensajería adaptado en un intento de crear un canal de comunicación propio. Sin embargo, la extensión de WhatsApp ha terminado imponiendo esta *app* como medio de comunicación entre proveedor y cliente.

Transavia fue en marzo de 2016 una de las primeras compañías aéreas en proponer a sus pasajeros contactar por esta vía. Recientemente Renfe anunció la puesta en marcha de grupos que permitirán a los pasajeros conectarse entre sí y

acordar vía WhatsApp servicios como el que les lleve a compartir medio de transporte en destino u organizar encuentros con otros viajeros durante el trayecto.

### Plataforma de reservas

La *start up* española CorreYvuela lanzó hace un año un programa que propone al viajero “conversar” a través de WhatsApp con un programa que le presenta la mejor ruta, y al precio más económico, para el trayecto que desea reservar.

A través de este programa de conversación simultánea, o *chatbot*, la tecnología se convierte en una suerte de agente de viajes virtual que, una vez decidida la compra, envía al cliente un enlace seguro para que éste realice el pago.

El pasado mes de septiembre KLM anunció la emisión de tarjetas de embarque a través de la versión WhatsApp Business. En enero, Becheckin presentó una herramienta de seguridad que se instala en el marco de las puertas de tal modo que el huésped de un hotel pueda entrar en la habitación ordenando “Abrir” desde su WhatsApp.

Cabe destacar que no sólo los grandes grupos turísticos, ya sea en materia de transporte, alojamiento o reserva de viajes, apuestan por comunicar con el cliente a través de WhatsApp:

Hotels Quality lanzó un procedimiento simplificado que permite a cualquier hotelero activar la opción de recibir reservas a través de este canal. Es la prueba de que, como muchas otras tecnologías en un principio pensadas para *millennials* o viajeros adeptos a la tecnología, esta nueva manera de entrar en contacto con los proveedores de servicios terminará siendo adoptada por el público en general.

El pasado mes de septiembre KLM empezó a emitir tarjetas de embarque a través de WhatsApp

### Versión Business

Las prestaciones de WhatsApp aplicadas al sector del consumo están llamadas a dividirse en dos de la mano de la versión Business, de momento sólo disponible para dispositivos Android: la primera opción, gratuita, está enfocada a las pymes de tal modo que tanto proveedor como cliente pueden disfrutar de una serie limitada de funciones.

No obstante, son varias las novedades que podrán ser utilizadas sin coste alguno: el proveedor puede ganar mucho tiempo generando respuestas rápidas que puede archivar y volver a utilizar para con ello responder a las preguntas del cliente de forma más rápida. También establece mensajes de ausencia y crea un mensaje de bienvenida que presente a la empresa.



Las grandes empresas, principales destinatarias de una función *premium* cuyo coste aún no ha sido anunciado y todavía en versión beta, dispondrán de prestaciones que permiten confirmar reservas, hacer seguimiento de pedidos, programar *up-selling* y *cross-selling* y realizar cobros.

### WhatsApp Alertas

Es una plataforma de *call center* que cuenta con un menú interactivo y personalizable. Las empresas pueden realizar campañas promocionales gracias al envío de mensajes vía WhatsApp. Incluye la programación de respuestas automáticas y desvío de conversaciones a otros operadores que puedan gestionar la cuenta. De la mano de WhatsApp Alertas nació WhatsApp Marketing, que ofrece la posibilidad de enviar todo tipo de mensajes que incluyan textos, audios, vídeos y hasta documentos de forma masiva.

### Inteligencia artificial

El futuro de las aplicaciones de mensajería instantánea pasa por la ampliación de la integración de la inteligencia

artificial como ya hacen los *chatbots* en materia de atención al cliente.

## Google está desarrollando Allo, una suerte de WhatsApp propio que incluye inteligencia artificial

Los usuarios no sólo podrán hacer consultas relacionadas con una temática en concreto en función del proveedor, sino que sus consultas podrán extenderse a la climatología, la divisa local... antes de activar un sistema de recopilación de datos que le evite tener que recordar lo "conversado" ya que habrá quedado registrado.

Google lleva dos años trabajando en el desarrollo de Allo, una suerte de WhatsApp propio que incluye esta nueva manera de abordar la comunicación y registrar los resultados.

Ante esto se plantea una duda: ¿qué ocurre si el *smartphone* se queda sin batería? Pues algo tan sencillo como lo que ya proponen algunas aplicaciones y que consiste en habilitar otro teléfono para que éste pueda acceder a todas las funciones del móvil apagado. Todo está pensado para que nada escape a la interacción constante entre el usuario y lo que le rodea.

