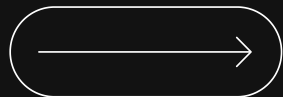


EL NUEVO VENDEDOR
NUNCA DUERME
UX + IA EN LA ATENCIÓN COMERCIAL

LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN
YA NO ALCANZAN

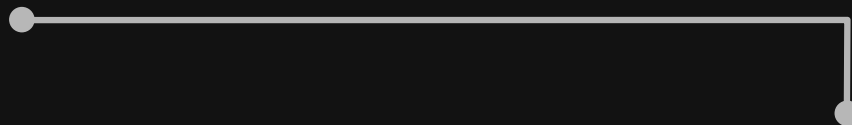
LAS ESTRATEGIAS TECNOLÓGICAS Y COMERCIALES
SON UN MUST



+ DE 20 AÑOS

IMPACTANDO EN LAS EMPRESAS

ESCALANDO SUS VENTAS



PUNTOS DE DOLOR
EN LA ATENCIÓN COMERCIAL

ANTES

LEADS GESTIONADOS POR TRIMESTRE

142

LEADS PERDIDOS POR TRIMESTRE

+25

VISITAS POR TRIMESTRE

3

VENTAS POR TRIMESTRE

0

AHORA

LEADS GESTIONADOS POR TRIMESTRE

1120

LEADS PERDIDOS POR TRIMESTRE

0

VISITAS POR TRIMESTRE

14

VENTAS POR TRIMESTRE

4

ANTES

DESGASTE Y FRUSTRACIÓN
DEL EQUIPO COMERCIAL

CARGA MANUAL
Y PÉRDIDA DE DATOS

FALTA DE SEGUIMIENTO
DE CLIENTES POTENCIALES

LIMITACIÓN OPERATIVA
EN CAMPAÑAS DE RETARGETING

FALTA DE HERRAMIENTAS ANALÍTICAS
PARA OPTIMIZAR CAMPAÑAS PUBLICITARIAS.

AHORA

EQUIPO MOTIVADO Y ENFOCADO
EN LEADS DE CALIDAD

AUTOMATIZACIÓN
DE LA CARGA DE DATOS

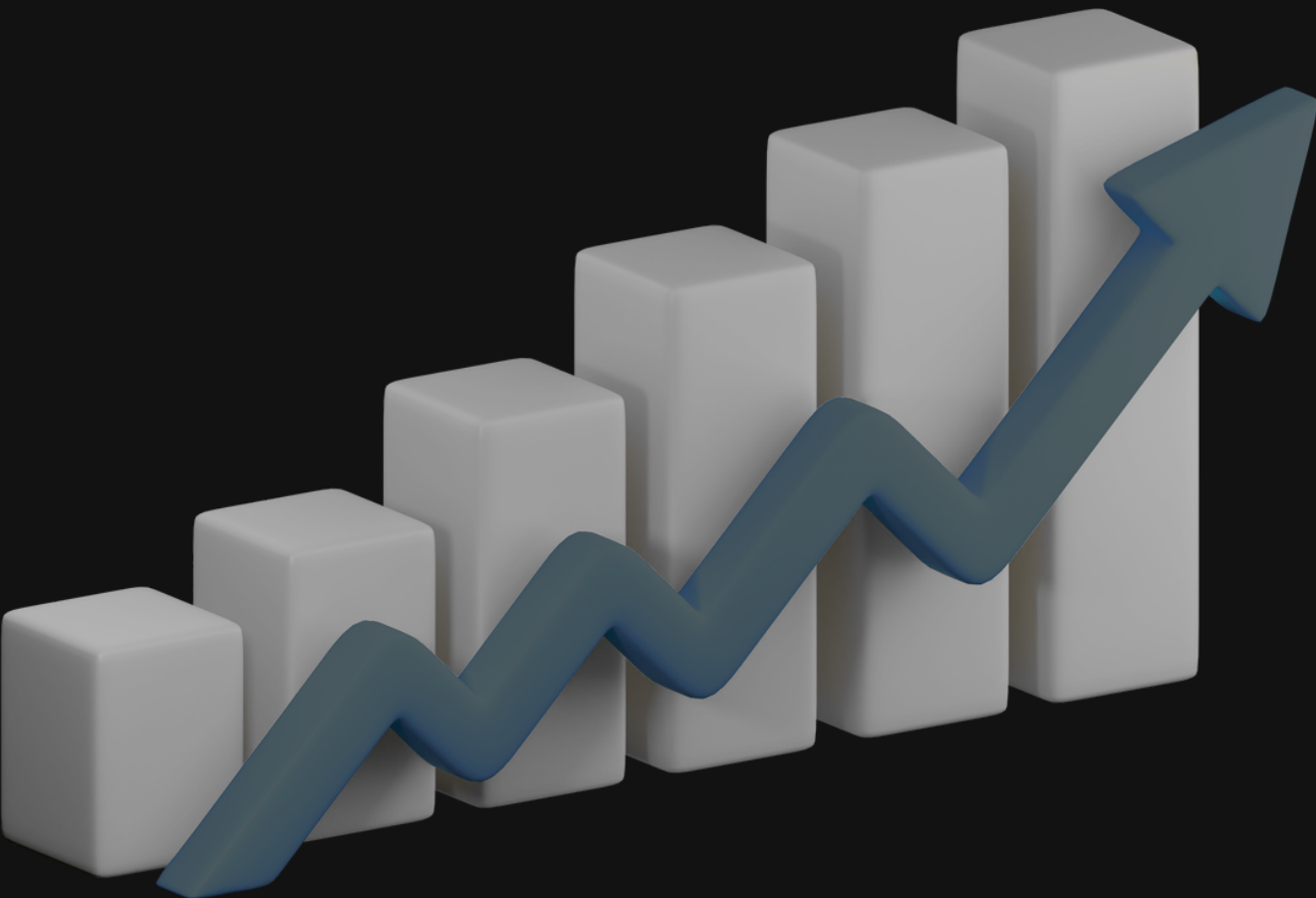
SEGUIMIENTO EN PROFUNDIDAD
DE CADA CLIENTE POTENCIAL

CAPITALIZACIÓN DE ESTRATEGIAS DE
RETARGETING

TRAZABILIDAD Y MAXIMIZACIÓN
DE RESULTADOS DE CAMPAÑAS.



¿CÓMO?



ASISTENTE VIRTUAL

| ALGORITMO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL

PARA MEJORAR LA ATENCIÓN COMERCIAL
Y AUMENTAR LA TASA DE CONVERSIÓN.

UNA REVOLUCIÓN EN LA ATENCIÓN COMERCIAL

UN ASISTENTE VIRTUAL QUE...





CONECTADO 24/7

RESPONDIENDO CONSULTAS EN SEGUNDOS,
TODO EL DÍA. TODOS LOS DÍAS

INTEGRADO A UN CRM

NO MÁS CARGA MANUAL
Y PÉRDIDA DE DATOS CLAVE



PERSONALIZADO CON EL ESTILO DE COMUNICACIÓN DE LA MARCA

UN VENDEDOR QUE VENDE POR VOS,
COMO SI FUERAS VOS.

HERRAMIENTAS ANALÍTICAS Y PRÁCTICAS

PARA MAXIMIZAR CAMPAÑAS
Y MEJORAR LOS PROCESOS COMERCIALES.



UN AGENTE

T Holaa
JUE 24 JUL 10:44

A Hola, ¿cómo estás? Soy Juliana Méndez. Decime, ¿estás buscando información para invertir, comprar o alquilar alguna propiedad? Contame en qué zona y qué tipo de desarrollo te interesa.
JUE 24 JUL 10:44

T Quiero comprar un dpto en Beccar Central
JUE 24 JUL 10:44

A Perfecto, Beccar Central es una excelente opción en San Isidro, con diseño moderno y amenities.
Contame, ¿cuántos ambientes buscás y cuál es tu presupuesto? Así te paso los valores exactos según la tipología que te interese. Podés elegir entre unidades de 2 ambientes (desde U\$S 250.000) y 3 ambientes con jardín (alrededor de U\$S 304.016). También podés sumar cochera y baulera aparte.
Te gustaría saber si hay posibilidad de financiación o preferís compra al contado?
JUE 24 JUL 10:44

T Mi presupuesto es 300.000 dolares
JUE 24 JUL 10:45

A Con un presupuesto de 300.000 dólares podés acceder a un departamento de 2 ambientes bien amplio o a un 3 ambientes con jardín en planta baja, que ronda los U\$S 304.016. Por muy poco más, te llevás mayor espacio y la ventaja del jardín propio.
¿Preferís que te pase más info de los 2 ambientes o te interesa avanzar con los 3 ambientes y ver si podemos ajustar el precio? Además, ¿te gustaría sumar cochera o baulera? Contame qué preferís así seguimos avanzando.

QUE **GENERA CONVERSACIONES**
CON POTENCIALES CLIENTES,
INFORMANDO
Y **OBTENIENDO** DATOS CLAVE.
A PARTIR DE **PREGUNTAS**
ESTRATEGICAS.

ADAPTANDOSE
A LOS OBJETIVOS COMERCIALES,
Y MEJORANDO
LA EXPERIENCIA DEL USUARIO

SRM Me interesa el de 142 metros y el duplex de 195...
MIÉ 23 JUL 10:56

A Buenísimo, noté tu interés por el departamento tradicional de 3 ambientes de 142m² y por el dúplex de 3 ambientes de 195m².
Ambos ofrecen gran amplitud, diseño moderno y ubicación premium dentro del edificio. Te propongo derivarte con el equipo para que te pasen planos, disponibilidad actualizada y las mejores opciones de financiación según tus preferencias.
¿Te gustaría agendar una visita presencial para conocer el desarrollo y resolver dudas cara a cara?
MIÉ 23 JUL 10:56

SRM Sí, gracias
MIÉ 23 JUL 10:57

A Perfecto, aviso al equipo para que coordinen una visita y te envíen la info detallada de ambas unidades. Si querés sumar alguna preferencia específica (piso, vista, forma de pago), decime así lo paso.
MIÉ 23 JUL 10:57

SRM Hola
VIE 25 JUL 12:30

A ¡Volvíste!
¿Querés que te cuente sobre algún proyecto específico o seguís buscando opciones para comprar o invertir? Decime en qué zona y presupuesto te sentís cómodo así te paso departamentos o casas que puedan interesarte.
VIE 25 JUL 12:31

INTEGRACIÓN DIRECRA AL CRM

NUEVOS	CALIFICADOS	NEGOCIACIÓN	CLIENTES	PERDIDOS	BUSCAR	CALENDARIO
Buscar por usuario					Buscar por palabras claves	
USUARIOS	SUCURSAL	PRIORIDAD	ACTUALIZADO	ACCIÓN		
Mauricio 5493388670211	GRAND ATLÁNTIDA	ALTA	hace 1 mes	⋮		
jmg 5491141428009	SIN SUCURSAL	ALTA	hace 1 mes	⋮		



CADA CONSULTA SE TRANSFORMA
DE MANERA DIRECTA Y AUTOMÁTICA
EN UN DATO EN EL CRM.

FILTROS & CATEGORIZACIÓN

ORIGEN

Todos583

Instagram0

Facebook0

WhatsApp583

INTERESES

Todos583

Sin Lead548

Lead Sin ...9

Con Inter...26

ESTADO CRM

TODOS583

SIN ESTADO555

CALIFICADO19

INICIAL5

PERDIDO2

NEGOCIACIÓN2

PRIORIDAD

TODAS583

SIN PRIORIDAD567

ALTA11

BAJA1

CALIFICADO

Carlos Andelique5491133976320

DIÁLOGO

INFORMACIÓN

ANALÍTICA

Palabras Clave Destacadas

VISITA DE OBRATRANSFERENCIA BANCARIAMONOAMBIENTE AMPLIOCOCHERAPISO 2, 3 Y 4US\$ 180.000PAGO AL CONTADOINVERSIÓN

Resumen Conversacional

El cliente mostró interés en visitar la obra y obtener detalles sobre unidades en Grand Atlántida, enfocándose en monoambientes amplios y opción de inversión desde una SRL. La conversación fue informativa y sin signos claros de insatisfacción o preocupación significativa.

Sugerencia de Próxima Mejor Acción

Seguimiento con oferta de visita guiada y envío de perfiles de unidades específicas para cerrar la inversión.

CERRAR

ORGANIZACIÓN DEL PORTFOLIO DE CLIENTES POTENCIALES A PARTIR DE SEGMENTACIÓN POR PROYECTO, GRADO DE INTERÉS, ORIGEN O PERÍODO.

DESARROLLO DE UN AVATAR POR CLIENTE A PARTIR DEL ANALISIS COMUNICACIONAL Y DE PALABRAS CLAVE.

CAMPAÑAS DE RETARGETING

HERRAMIENTA COMERCIAL
DE MARKETING DIRECTO Y MASIVO
PARA REACTIVAR
EL CONTACTO CON CLIENTES POTENCIALES.

SEGMENTACIONES A PARTIR
DE FILTROS Y CATEGORIZACIÓN.

The screenshot displays a web application for managing retargeting campaigns. On the left, a sidebar contains a blue button labeled 'ENVIAR MENSAJE' and two menu items: 'Usuarios' with a '99+' badge and 'Plantillas' with a '5' badge. The main area features a search bar with the placeholder 'Buscar por nombre, teléfono...' and a toggle for 'Palabras clave'. Below the search bar, there are filters for 'CREAR USUARIO' (highlighted in green), 'DISPONIBLES', and 'NO DISPONIBLES', along with a 'FILTROS' button. A table lists four users, each with a checkbox, a circular profile icon, a name, a status, and a timestamp. The users are Uchi (with a lightning bolt icon), Rafa, Portu's, and Arturo Terrile, all with a status of 'Mode: AUTOMATIC' and a timestamp of 'hace 1 mes'. At the bottom, a pagination bar shows '7 FILAS' and a series of page numbers from 1 to 85, with page 1 being the active selection.

	CREAR USUARIO	DISPONIBLES	NO DISPONIBLES	FILTROS
☐	U	Uchi ⚡⚡	Uchi ⚡⚡ Mode: AUTOMATIC	hace 1 mes
☐	R	Rafa	Rafa Mode: AUTOMATIC	hace 1 mes
☐	P	Portu's	Portu's Mode: AUTOMATIC	hace 1 mes
☐	AT	Arturo Terrile	Arturo Terrile Mode: AUTOMATIC	hace 1 mes

7 FILAS ▾

< 1 2 3 4 5 ... 85 >

DASHBOARD

DE HERRAMIENTAS ANALÍTICAS

INDICADORES Y ESTADÍSTICAS DE LOS PROCESOS Y RESULTADOS COMERCIALES.

/ COMPARATIVAS ENTRE UNIDADES DE NEGOCIO, O PERÍODOS, COMPORTAMIENTO DE LOS USUARIOS, TIEMPOS DE RESPUESTA, ETC.



UN ALGORITMO. UN CÓDIGO.

FUNCIONALIDADES DIVERSAS E INFINITAS

LA IMPLEMENTACIÓN

GRADUAL

PERSONALIZADA

PARTICIPATIVA

ESTRATEGIA MULTIPLATAFORMA

ANALISIS DETALLADO E INTEGRAL
DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL Y
COMUNICACIONAL PARA EVALUAR
COMO CADA PLATAFORMA ACOMPAÑA
AL ASISTENTE EN LAS DISTINTAS
ETAPAS DEL FUNNEL DE CONVERSIÓN.

WEB

SOCIAL MEDIA

PAID MEDIA

EMAIL MARKETING

IDENTIDAD

DESARROLLO DE LA IDENTIDAD
DEL ASISTENTE EN BASE A
AL ESTILO Y CULTURA DE MARCA

TONO

PROFESIÓN

CARACTERÍSTICAS

Configuración de Identidad del Asistente



Nombre del Agente

Mateo Fernandez

GUARDAR

Personalidad del Asistente



Divertido

¡Un toque de diversión en cada respuesta!



Formal

¡Un enfoque serio y profesional!



Persuasivo

¡Convince a tus clientes con una sonrisa!



Informal

¡Relájate y habla como si estuvieras con amigos!



Asígnale una profesión o agrega una

Profesión

Arquitecto



AGREGAR

DATA ENTRY

CARGA, ESTRUCTURACIÓN
Y SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN
DE MARCA, CON DIFERENCIACIÓN ESTRATÉGICA
POR PROYECTO Y UNIDAD DE NEGOCIO.

TEXTOS

IMÁGENES Y VÍDEOS

DOCUMENTOS

23

GRAND ATLÁNTIDA

Sin botón de interés

Buscar Faq

1) ¿Qué es Grand Atlántida y cuáles son sus características?

2) ¿Cuándo estará listo Grand Atlántida?

3) ¿Qué amenities tendrá Grand Atlántida?

4) ¿Qué son los 'Workplaces' en Grand Atlántida?

5) ¿Qué disponibilidad y precios de unidades tienen?

6) Monoambientes

7) Dúplex

8) Departamentos

9) ¿Cuál es la ubicación de Grand Atlántida?

10) TIPOLOGÍAS DE UNIDADES

SUSURRO

HERRAMIENTA DE MODELADO
DEL PERFIL COMUNICACIONAL
ENFOCADO EN LA OPTIMIZACIÓN
DE LA EXPERIENCIA DE USUARIO.

Susurro

Texto del susurro

Saludá cordialmente con el nombre del usuario solo en el primer mensaje. Si retoma la charla, usá frases como “¡Volviste!” o “Gracias por retomar el contacto”. Además de preguntarle sobre el proyecto de interés, preguntale, al iniciar la charla, cuál es el nombre y apellido de la persona (No agregues "Nombre y apellido"). Usá “vos”. Escribí mensajes MUY cortos, separados por párrafos y sin muchos emojis.

1759/3000

LIMPIAR

GUARDAR CAMBIOS

¿LA POTENCIA DE ESTA HERRAMIENTA?

EL LÍMITE NO EXISTE.

LA INTEGRACIÓN DE UN **ALGORITMO** CON **INTELIGENCIA ARTIFICIAL**
PERMITEN LA ESCALABILIDAD DE LA HERRAMIENTA, Y EL DESARROLLO DE DIFERENTES
FUNCIONES PARA **OPTIMIZAR LA ESTRATEGIA** COMERCIAL,
LA COMUNICACIÓN Y LOS PROCESOS INTERNOS.



MANDAMOS UN DM,
Y EMPEZÁ A ESCALAR
TUS VENTAS

DIGITALES. TECNOLÓGICOS. COMERCIALES.

¡MUCHAS GRACIAS!



digitalwinds
BLEND MARKETING