

Recupera a los clientes que dejaron de comprar.

Cada día, cada sucursal sabe a quién escribir por WhatsApp, lo hace con evidencia y tú ves cuánto regresó en ventas.

Plataforma de reactivación de clientes para cadenas de tiendas.

El cliente que se enfría no avisa.



Sin lista

Se escribe a quien se recuerda, no a quien más puede volver.



Sin evidencia

Nadie comprueba que el contacto ocurrió.



Sin medición

Nadie sabe si se convirtió en venta.

5 a 25 veces

más caro adquirir un cliente que retenerlo.

Harvard Business Review / Bain, 2014

+3.1 %

ventas a tiendas iguales en 2025; +1.5 % en el primer semestre de 2026.

ANTAD, feb y jul 2026

Un proceso diario, de la lista a la venta.

1

Lista del día

Cada noche, desde tu punto de venta.



2

WhatsApp 1 a 1

Mensaje listo y cupón incluido.



3

Evidencia

Captura del chat, el mismo día.



4

Venta atribuida

La compra posterior se acredita al contacto.

Meta diaria por sucursal

Global o por tienda, en tiempo real.

Por defecto, 30 contactos válidos al día

Todo desde el celular

Se instala desde el navegador, sin tiendas de aplicaciones.

Más de 500 mil pesos recuperados en dos meses.

+\$500 mil

pesos recuperados en la operación
en 2 meses · cadena de tiendas cliente

CÓMO LO HIZO LA OPERACIÓN

Listas diarias priorizadas por sucursal

WhatsApp 1 a 1 con mensaje y cupón listos

Evidencia obligatoria en cada contacto

Ventas atribuidas desde el punto de venta

Resultado reportado por el cliente. "Recuperado" = compras de clientes contactados dentro de la ventana de atribución.

Quince minutos al día, desde el celular.



- 1 Abre la app: su lista, agrupada por tipo de contacto.
- 2 Toca al cliente: WhatsApp abre con el mensaje listo.
- 3 Envía y sube la captura en dos toques.
- 4 El contador avanza; lo pendiente vuelve mañana.

Cada noche decide a quién escribir.

1

Fechas especiales

Cumpleaños, aniversario, cupón por vencer.

2

Recién inactivos

Donde un contacto más rinde; van primero.

3

Seguimiento

Segundo toque con las novedades.

4

Inactivos profundos

Solo los lugares que sobran.

Descanso por nivel

Diamante descansa más que Bronce.

Orden por valor

Primero quien más compra.

Insistencia con tope

Vuelve, pero con límite.

Tú defines los grupos

Prioridad, cupo y cupones.

Lo que se reporta, ocurrió.



Evidencia el mismo día

Se sube el mismo día o no suma.



Captura única

Huella digital; una repetida se rechaza.



Un contacto al día por cliente

Con descanso obligatorio entre contactos.



Cupones con inventario

Uno por contacto, se agotan y se auditan.



Solo desde la lista

Sin búsqueda libre de clientes.



Cinco roles con alcance

Tienda, supervisor, divisional, marketing, administrador.

Bitácora de accesos y de cambios de configuración.

Tres tableros, una sola verdad.

Tienda

Meta del día, contactos hechos, recuperados e importe de su sucursal.

Supervisor y divisional

Cumplimiento por sucursal, atrasados y galería de evidencias.

Dirección y marketing

Importe y clientes recuperados, tasa de éxito, ranking y tendencia.

Importe recuperado

Ventas atribuidas, en pesos.

Tasa de éxito

Contactados que volvieron a comprar.

Cumplimiento

Contactos válidos contra la meta.

Sucursales activas

Tiendas que están contactando.

Cuánto vende el sistema, no solo cuánto se le acredita.

Atribución

Compra dentro de 30 días (configurable) tras el contacto: la venta se acredita a la sucursal que escribió.

Efecto real

Dos clientes por sucursal, elegidos de la misma lista, se apartan sin contacto. La diferencia en compras es el efecto real.



vs



Mismo ranking, misma antigüedad, mismo valor.
Solo cambia el mensaje.

Qué cambia en la operación, y por qué.

MECANISMO	EFEECTO EN LA OPERACIÓN
Lista diaria priorizada	El tiempo de tienda va a quien más puede volver.
Evidencia obligatoria	El cumplimiento reportado es cumplimiento real.
Descanso y mensajes rotados	Menos saturación y menos riesgo de bloqueo del número.
Ventas atribuidas	El retorno se lee en pesos, por sucursal y periodo.
Efecto real medido	Cada ajuste se evalúa con datos, no con opiniones.

Lo que ya opera hoy y lo que puede venir después.

DISPONIBLE HOY

Sincronización nocturna con el punto de venta

Listas diarias por sucursal y grupo

WhatsApp con plantillas, variables y rotación

Cupones por grupo con inventario finito

Evidencia obligatoria y galería de revisión

Segundo contacto con novedades en PDF

Tableros por tienda, zona y dirección

Atribución de ventas y medidor de efecto real

App instalable y alta automática de usuarios

POSIBLE EVOLUCIÓN

Reporte diario por correo

Constructor visual de grupos

Conexión a cualquier punto de venta

Envío automático vía WhatsApp Business API

De tus datos a la primera lista, por fases.



FASE 1

Diagnóstico

Teléfonos, clientes contactables, catálogo de sucursales.



FASE 2

Conexión y configuración

Sincronización, tipos de contacto, metas, plantillas, cupones.



FASE 3

Piloto

Un grupo de sucursales; ajuste con datos.



FASE 4

Despliegue

Usuarios, app en cada tienda, soporte.

Sin tiendas de aplicaciones

Desde el navegador.

Un acceso por sucursal

Se reconoce la tienda.

Respaldo manual

Carga de archivos si el punto de venta falla.

Empecemos con un diagnóstico de tu base de clientes.

1

Acceso de lectura

Cientes y ventas de tu punto de venta, o una extracción de muestra.

2

Sucursales y responsables

Catálogo de tiendas, supervisores y metas actuales.

3

Tus mensajes de hoy

Lo que las tiendas ya escriben, para convertirlo en plantillas.

Resultado del diagnóstico

Cuántos clientes son contactables, de qué tipo, y una demo con tus grupos configurados.

Referencias.

Costo de retener vs. adquirir	Harvard Business Review, "The Value of Keeping the Right Customers", A. Gallo, 29-oct-2014, citando a F. Reichheld (Bain). hbr.org/2014/10/the-value-of-keeping-the-right-customers · consultado 2026-09-04
Ventas del retail asociado en México	ANTAD, resultados 2025 y pronóstico 2026: tiendas iguales +3.1 %, totales +5.6 %, ropa y calzado 17.7 % de las ventas. Vía El Financiero y corresponsales.mx , 3-feb-2026 · consultado 2026-09-04. Enero–junio 2026 tiendas iguales +1.5 %: La Jornada, 14-jul-2026 · consultado 2026-09-04
Mensajería y compra	Meta / Kantar, "State of Business Messaging" (22 mercados incl. México, n=11,056, abr–sep 2025): 73.3 % prefiere mensajería para hablar con un negocio; 72.4 % más propenso a comprar a marcas que la ofrecen. whatsappbusiness.com · consultado 2026-09-04
Uso de internet y WhatsApp en México	DataReportal, "Digital 2025: Mexico", 3-mar-2025: 110 M de usuarios de internet (83.3 %). Statista Consumer Insights vía marketing4ecommerce.mx , 30-may-2025: WhatsApp con 93 % de uso · consultados 2026-09-04
Producto — documentación	Brief de descubrimiento y propuesta (project/planning/00, 01), mapa de funciones (02), personas y permisos (03), reglas de negocio e invariantes (05), motor de listas (18), experimentos y medidor de efecto real (project/experiments/README.md), bitácora de versiones (CHANGELOG.md, v1.4.3, 31-jul-2026)
Producto — código	Motor: <code>src/lib/lists</code> · Contacto y evidencia: <code>src/lib/actions/contact</code> · Atribución y sincronización: <code>src/lib/erp</code> · Roles y navegación: <code>src/config</code> · Tableros: <code>src/components/dashboard</code> · Modelo de datos: <code>src/lib/db/schema</code> · Pruebas: <code>tests/unit</code> , <code>tests/e2e</code> , <code>tests/lists</code>

ReKast

BY TIMEKAST

Gracias.

Siguiente paso: diagnóstico de tu base de clientes y demo con tus grupos configurados.



TimeKast

ReKast · Un producto de TimeKast