



## Guia Definitivo do WhatsApp Marketing

Whatsapp Marketing Empresarial e 10 dicas para montar uma boa estratégia!

O WhatsApp é um dos aplicativos mais populares, senão o **MAIS POPULAR** do Brasil atualmente. Com cerca de 1,3 bilhões de usuários ativos por mês — sendo que 120 milhões deles se encontram no país —, o app se tornou muito importante para a comunicação.

E, como sabemos, todo fenômeno virtual pode se tornar uma grande oportunidade para fazer e divulgar negócios. Tanto que logo surgiram estratégias para fazer marketing digital no WhatsApp.

É possível promover produtos e serviços e estabelecer um ponto de contato e estimular um relacionamento positivo com os clientes.

De olho nisso, foi lançada uma ferramenta exclusiva para empresas e que desembarcou recentemente no Brasil: o WhatsApp Business. Se usar o aplicativo já era vantajoso, agora é ainda mais!

Quer saber como usar o WhatsApp nas suas estratégias de marketing?  
Então, continue lendo...

O WhatsApp Business

Criado em 2009, o Whatsapp é o aplicativo de mensagens instantâneas mais utilizado no mundo, estando na frente até mesmo do Facebook Messenger.

Por meio dele, as pessoas podem trocar mensagens de texto, imagens, vídeos e áudios, além de fazer chamadas. Tudo isso requer apenas um número de celular e uma conexão com a internet.

Não é de espantar que ele rapidamente se popularizou no Brasil, onde substituiu o SMS e ganhou grande adesão, tamanha sua praticidade.

Hoje, o Whatsapp conta com recursos relacionados às tendências das redes sociais, como o compartilhamento de status que desaparecem após 24 horas (algo similar ao Snapchat e ao Instagram Stories).

Isso pode ser devido ao parentesco do aplicativo com o Facebook após a sua compra pela companhia em 2014, em uma venda estimada em impressionantes 22 bilhões de dólares.

Assim como a rede social de Mark Zuckerberg, tudo começou como um espaço para promover interações entre os usuários, mas que logo se manifestou como uma interessante oportunidade para as empresas.

E, com o embalo do WhatsApp, surgiu um ponto de contato para as empresas aproveitarem.

Desse modo, diversos negócios locais começaram a usá-lo para marcar e desmarcar compromissos, como academias, salões de beleza e clínicas médicas e odontológicas.

De quebra, surgiram novas ideias, como:

- estabelecer um novo canal de suporte ao cliente;
  - divulgar novos produtos e serviços para os clientes fiéis;
  - entrar em contato com os fornecedores;
- e até mesmo realizar transações comerciais.

Por isso, surgiu a necessidade de um aplicativo próprio para gerenciar todas essas interações de forma organizada. Então, em 2017, foi criado o WhatsApp Business!

O design ainda é bem similar à versão comum, mas logo deve haver novas funções exclusivas, como um sistema de compras e pagamentos...

E o melhor: toda empresa que já tinha um número próprio para o app pode fazer a transição para a versão empresarial e usufruir de suas funcionalidades.

Mas quais são essas funcionalidades?

As funcionalidades do WhatsApp Business:

Perfil empresarial

A 1ª e mais importante novidade é que, diferentemente dos perfis normais dos usuários, você pode inserir informações essenciais do seu negócio, como:

endereço;

Website;

email;

segmento;

e horário de funcionamento programado.

Esse perfil aparecerá como um perfil verificado, e a ideia é que no futuro haja uma forma de encontra-lo em um campo de busca, tal qual nas demais redes sociais.

Por isso, tenha cuidado na hora de preencher os seus dados. Afinal, o seu perfil é um cartão de visitas para os seus clientes e potenciais clientes.

## Mensagens rápidas

Assim como o WhatsApp “normal”, há como acessar o app via desktop pelo WhatsApp Web.

No modo business, é permitido utilizar as ferramentas pelo computador para o controle das mensagens enviadas e recebidas.

Assim, é possível gerenciar a comunicação de forma prática e profissional.

Outra vantagem oferecida é o envio de mensagens automáticas enquanto ausente. Lembra do horário de funcionamento do perfil? Há como configurar uma mensagem pronta para o período em que estiver fora do trabalho.

## Tags

Para facilitar ainda mais a organização, o WhatsApp Business inclui a possibilidade de utilizar tags para identificar as suas conversas.

Com elas, você pode marcar as conversas em categorias — como “novo cliente”, “pago” e “pagamento pendente” — e criar etiquetas — tais quais “promoção” e “agendado”.

Então, dependendo do seu negócio, você pode categorizar todos os contatos e conversas para deixar claro quais são os tipos de interação e criar um manual de como lidar com cada uma delas.

## Métricas

No marketing digital, estamos sempre falando o quão importante é avaliar as suas métricas, uma vez que elas indicam a performance do seu negócio e como melhora-la.

E, com o app para business, você mensurar alguns dados de envio e leitura

de mensagens, como as que foram enviadas, entregues e lidas.

Monitore essas estatísticas e use-as sempre como referências para otimizar as suas ações.

## As vantagens do WhatsApp

Se as empresas já começaram a adotar o WhatsApp entre as suas ações de marketing e foi criada, inclusive, uma versão empresarial, é porque há vantagens em seu uso.

Você sabe quais são elas?

### Rapidez

Essa é uma vantagem tanto para você quanto para o usuário.

Enquanto muitas informações passam batidas no email e nas redes sociais, no WhatsApp você tem certeza de que a sua mensagem chegou.

Com ele, você tem uma entregabilidade garantida.

E, como os usuários usam constantemente para conversar com amigos e familiares, é certo que eles, no mínimo, devem ver que a sua mensagem está lá.

## Familiaridade

O aplicativo atinge todas as idades!

Talvez você ainda não saiba, mas é uma tendência que os aplicativos de mensagens instantâneas fiquem cada vez maiores, ultrapassando até mesmo as redes sociais.

Ou seja, entre os jovens algo já está garantido...

Todo o movimento social media e o tradicional email ainda podem parecer meio nebulosos para os mais velhos.

Contudo, para a nossa alegria, eles já estão no WhatsApp e constituem uma parcela importantíssima no mercado.

## Comodidade

Enquanto no email, nas redes sociais e, principalmente, nas ligações, a comunicação pode soar interruptiva, no WhatsApp o usuário escolhe a hora que quer se comunicar.

Nele, há como visualizar e responder somente quando e se quiser, o que já evita todo o receio de receber telefonemas.

Além disso, eles já se sentem confortáveis com o aplicativo — o que gera

uma predisposição maior para que se sintam igualmente tranquilas em chamar a sua empresa por meio do app, caso precisem.

O sucesso com marketing no  
WhatsApp

Assim como toda estratégia de marketing, é imprescindível planejar muito bem como serão as suas ações para promover a sua marca e ajudar os seus clientes.

Primeiro, tenha em mente:

qual é o seu objetivo;

o que exatamente será feito; e

qual será o retorno.

Logo você vai colher os frutos.

Para isso, o WhatsApp se prova como um dos canais mais versáteis de promoção, assim como o email marketing.

Entretanto, aqui temos uma vantagem:

As pessoas usam o aplicativo com maior frequência do que o email.



A maior parte dos adultos dá uma olhada no email diariamente, mas confere as suas mensagens no celular ao longo de todo o dia.

Sendo assim, as chances são bem maiores de a sua mensagem ser lida.

A seguir, listamos as melhores formas para você utilizar o aplicativo na sua empresa. É só escolher as que funcionam melhor:

Melhore o relacionamento com os seus clientes

Uma das dificuldades que vários empreendimentos possuem é manter um bom relacionamento com os clientes e fideliza-los após a aquisição do produto ou do serviço.

E acredite: é bem melhor mante-los por perto, uma vez que a fidelização é mais rentável do que adquirir novos clientes devido ao alto valor do CAC.

Se eles realizaram a compra, foi para atender uma necessidade.

Muitas vezes, eles podem precisar de ajuda na utilização do produto ou do contato mais próximo para aproveitar frequentemente o serviço.

Porém, eles podem não falar — e isso é pior ainda.

Algumas medidas já ajudam, como um time e uma cultura de sucesso do

cliente ou emails estruturados e recorrentes.

O WhatsApp é mais um canal no qual investir para atingir as suas metas.

Uma inspiração é o case WhatsCook, da Hellmann's, que identificou um problemão na hora de cozinhar e que todo mundo acaba passando: você tem ingredientes, só não faz ideia do que preparar com eles.

Por isso, eles criaram uma espécie consultoria para dar aquela ajuda.

Basta ver o que você tem na sua cozinha, mandar para eles, e um chef vai te ajudar com uma receita pelo aplicativo.

Legal, não é mesmo?

Dê suporte ao seu cliente

Você pode disponibilizar o WhatsApp como mais um espaço para as pessoas pedirem ajuda — e, assim, aumentar a sua retenção de clientes.

Toda empresa enfrenta dificuldades com produtos e serviços que dão errado uma vez ou outra.

Isso não significa que sua empresa não tem qualidade. Não mesmo!

Entretanto, você precisa estar preparado para resolver isso direito.

E é aí que entra o suporte ao cliente!

Mapeie todos os tipos de problema que o seu consumidor pode ter e o ajude o quanto antes. Melhor ainda se isso for feito por uma equipe especializada.

Não precisa pensar somente em problemas sérios. Ajudar vai desde uma dúvida sobre o horário de uma reunião até algo realmente mais complexo.

O WhatsApp pode ser incrível para essa função. Trata-se de mais um lugar para se colocar à disposição, tirar dúvidas, dar orientações, receber feedbacks — tudo de forma prática e acessível.

Lembre-se somente de que os consumidores esperam um modo de comunicação rápido e direto, com respostas preferencialmente imediatas.  
OK?

Divulgue novos produtos e serviços

Além de ajudar e de melhorar o seu relacionamento com o cliente, você pode estabelecer algumas formas de divulgar e vender os seus produtos e serviços.

Tem clientes fiéis? Então, por que não apresentar suas novidades para ele?

Especialmente, para negócios com ofertas sazonais, é uma oportunidade incrível de estimular uma recorrência nas compras.

Por exemplo:

Se você tem uma loja de roupas, aproveite para chamar os seus clientes para um evento de lançamento das novas peças. É um convite simples, informal e bastante agradável.

Outra forma de alavancar as vendas é oferecer cupons de desconto por lá. Um benefício bem claro para manter contato com a empresa, certo?

E, além disso, há como combinar as vendas com outros canais em estratégias multicanais.

A Shopgram teve uma ideia incrível de criar tags no Instagram e, se o cliente curtir uma foto com alguma delas e já estiver cadastrado na base, o produto já vai direto para o carrinho de compras.

Em seguida, ele recebe uma mensagem no WhatsApp falando sobre o frete e a forma de pagamento. Fantástico!

Entretanto, o cuidado aqui vem dobrado!

Não mande mensagens promocionais em excesso para não ser bloqueado nem marcado como spam;

encare a filosofia do sucesso do cliente e não tente vender apenas por vender. Venda para que o consumidor alcance os resultados esperados e confie ainda mais na sua empresa. Ou seja, faça ofertas que realmente vão valer a pena.

## 10 dicas de ouro do marketing no WhatsApp

### 1. Seja pessoal

Envie mensagens personalizadas. O app é usado principalmente para pessoas conversarem com outras pessoas. Portanto, jamais mande correntes.

Use o 1º nome do contato no início da mensagem e mande algo que realmente possa interessá-lo.

Ainda assim, mantenha uma postura profissional e respeite o espaço do usuário. Isso não significa ser sério o tempo todo.

Você pode (e deve!) ter uma relação amistosa. Pode até mandar alguns memes, dependendo do tom da conversa...

### 2. Não inunde seus contatos com propaganda

Assim como no email marketing, o seu pior pesadelo deve ser uma

marcação como spam.

Comunique e não seja invasivo. Justamente por ser um espaço mais íntimo, mantenha o seu fluxo de publicações baixo.

Melhor ainda: tente ser objetivo e deixe que o consumidor lidere a conversa.

E, para continuar crescendo, fique de olho nos seus resultados, veja o que dá certo ou não e vá sempre otimizando as suas interações para manter a sua base de contatos por mais tempo.

### 3. Tenha uma estratégia multicanal

O WhatsApp é uma ferramenta ótima para manter um bom relacionamento, dar suporte e promover seus produtos e serviços, mas em hipótese alguma deve ser a única presente em seu marketing.

Ele funciona somente como um auxílio.

Por exemplo:

Você pode conciliar com divulgação nas redes sociais e produção de conteúdo para ser encontrado mais facilmente, além de alguns anúncios no Google AdWords.

Escolha os canais certos e os conecte de forma poderosa para sua comunicação dar certo em todas as instâncias.

#### 4. Faça um planejamento estratégico

O planejamento das ações é essencial em qualquer estratégia de marketing digital — e com o WhatsApp não poderia ser diferente.

Especialmente por se tratar de um canal tão pessoal, em que as mensagens chegam diretamente no celular do cliente.

Nesse plano, é necessário estabelecer os seguintes pontos:

tipos de conteúdos a enviar (fotos de novos produtos, vídeos de divulgação, apenas texto com códigos promocionais etc.);

horários ou faixa de horário em que eles devem ser enviados;

situações que motivam o envio de uma mensagem (novo produto disponível, período de descontos, inauguração de uma filial etc.).

Isso vai permitir que sua marca só entre em contato quando for oportuno e evitar que a comunicação desrespeite o espaço do consumidor.

#### 5. Comunicação pelo WhatsApp

Quando seus clientes entrarem em contato ou responderem uma mensagem que você enviar, é importante não deixá-los esperando e retornar o quanto antes.

Por esse motivo, o mais interessante é contar com um aparelho e um número exclusivo para a comunicação via WhatsApp.

Já que o aplicativo só precisa de uma conexão à internet para funcionar, é possível desabilitar a rede de telefonia móvel do celular para evitar que uma ligação indesejada atrapalhe a interação com os consumidores.

Além disso, outra boa prática é instruir o colaborador responsável a utilizar o WhatsApp Web ou o aplicativo para desktop, já que o uso de um teclado de computador e de uma tela maior pode facilitar o trabalho e dar mais rapidez aos diálogos.

## 6. Conecte-se com quem já é cliente

Receber mensagens de um número desconhecido é bastante desagradável e até considerado como uma espécie de spam.

Por isso, o WhatsApp não é a ferramenta ideal para se comunicar com potenciais clientes ou gerar leads — afinal, isso pode prejudicar a reputação da sua marca.

O mais recomendado é utilizar o aplicativo para se conectar com usuários



que já são seus clientes e que deram algum tipo de permissão para você lhes enviar mensagens — como preencher um cadastro na loja, submeter informações em um formulário online ou adicionar o seu WhatsApp por iniciativa própria.

## 7. Forneça o serviço de atendimento ao cliente por WhatsApp

Uma forma de estreitar o relacionamento com o seu público é tirar dúvidas e promover outros tipos de atendimento por meio do WhatsApp.

Em vez de exigir que o cliente ligue para um SAC e enfrente um tempo de espera, você pode prestar um serviço mais ágil, simples e agradável.

Certifique-se de que o responsável por responder as requisições atenda o cliente o mais rápido possível, sem que isso atrapalhe a qualidade do atendimento.

Essa prontidão é fundamental porque as comunicações por celular já têm um caráter imediatista — e respeitar essa característica será o diferencial para encantar seus clientes.

Vale lembrar que o WhatsApp não tem um sistema de busca como as redes sociais, então apenas os usuários que tiverem o contato da empresa poderão chegar até ela por meio do app.

Sendo assim, garanta que o seu site, cartão de visita, perfis nas redes e

outras mídias tenham o número específico para WhatsApp.

## 8. Faça vendas diretamente pelo app

Para permitir que os seus clientes fechem compras diretamente pelo WhatsApp, providencie um catálogo com seus produtos (pode ser PDF, landing pages ou até mesmo ecommerce) para que eles possam escolher o que desejam.

Em seguida, por meio das mensagens, dê a eles a oportunidade de conferir a disponibilidade dos artigos e a opção de reservar um produto e efetuar o pagamento na loja.

Se a sua empresa trabalhar com encomendas, deixe claro qual é o prazo de entrega e envie o código de rastreamento para o cliente acompanhar.

## 9. Invista no pós-venda

Depois que o consumidor efetuar a compra, faça um trabalho de pós-venda perguntando se ele foi bem atendido, se teve uma boa experiência para adquirir o produto e se o artigo estava em boas condições.

Depois disso, deixe passar alguns dias e agende um follow up para avaliar a satisfação do cliente com o produto em si. Verifique se atendeu às expectativas e se ele enfrentou algum problema de uso que você possa ajudar a resolver.

Atitudes como essa contribuem para estreitar o relacionamento entre o público e a empresa e aumentar as suas chances de fidelizar mais clientes.

## 10. Envie mensagens personalizadas

O recurso “Listas de Transmissão” pode parecer ideal para enviar uma novidade ou promoção para os clientes sem precisar escrever a mensagem para cada um dos contatos.

Com essa funcionalidade, é possível enviar o mesmo texto para até 256 usuários, desde que eles tenham o seu número salvo em seus respectivos smartphones.

Porém, para obter resultados mais eficazes, o melhor é atingir as pessoas com textos personalizados e recomendações de acordo com suas preferências.

Por isso, avalie o uso de um sistema CRM na sua empresa e utilize-o para entender melhor os seus consumidores e favorecer um maior engajamento via WhatsApp.

Podemos concluir que o marketing no WhatsApp é uma estratégia viável e com benefícios bastante interessantes.

A maior proximidade com o público, a intensificação das vendas e o

aumento da satisfação dos clientes certamente são os mais impactantes.

