4LEADS
Marketing com vendas

RD STATION
PARTNERS

COMO USAR O WHATSAPP EM ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Veja como aproveitar todos os recursos do Whatsapp Business e quais as melhores maneiras de gerar Leads

Introdução

Imagine um cenário onde a comunicação com os clientes não apenas é eficiente, mas também personalizada e instantânea.

Um mundo onde cada mensagem enviada não apenas é lida, mas também convertida em oportunidades tangíveis de vendas. Assim é o universo do WhatsApp Business, uma ferramenta transformadora que está redefinindo como as empresas se conectam com seus clientes.

De acordo com a pesquisa Panorama de Vendas, conduzida pela RD Station com o apoio da TOTVS e da Tallos, o WhatsApp Business emergiu como a força vital das estratégias de vendas para 86% das empresas pesquisadas. Não é apenas uma ferramenta, mas uma extensão estratégica dos times de vendas, onde 58% das empresas estão ativamente engajadas, buscando contatos e interações diárias.

O dado mais surpreendente? Incríveis 79% delas utilizam este canal de comunicação diariamente para aprimorar suas negociações, tornando cada conversa uma oportunidade de fechar um negócio.

Neste eBook, mergulharemos fundo na riqueza das funcionalidades do WhatsApp Business. Descobriremos como esta ferramenta, quando habilmente integrada às estratégias de marketing, transforma cada interação em uma jornada de vendas envolvente e bem-sucedida.

Prepare-se para descobrir os segredos que transformarão sua abordagem de vendas e elevarão seu negócio a patamares mais elevados de sucesso. É hora de explorar o poder transformador do WhatsApp Business e reinventar como você fecha negócios.

Vamos começar!

1. O que é o Whatsapp Business

Para as empresas, o WhatsApp tem uma solução exclusiva: o **WhatsApp Business.** O aplicativo está disponível para Android e iOS, mas também pode ser acessado nos desktops por meio da sua plataforma online, o WhatsApp Web, que você pode abrir no navegador.

O WhatsApp Business foi desenvolvido especificamente para empresas que desejam marcar presença no WhatsApp para gerar novos negócios e manter o relacionamento com o seu público.

O aplicativo é bem semelhante à versão comum do WhatsApp. Mas a vantagem é que ele possui vários recursos que permitem que as empresas se comuniquem de forma mais efetiva com seus clientes.

No seu blog oficial, foi divulgada a informação de que **mais de 80% das pequenas empresas no Brasil afirmam que o WhatsApp ajuda na comunicação com seus clientes e com o crescimento de seus negócios**, de acordo com o estudo Morning Consult.

Então não dá para deixar de usar essa solução para o seu negócio!

A partir de agora, vamos dar uma olhada em como funciona, quais são os seus recursos e como utilizar o WhatsApp Business.

Dá para utilizar o mesmo número de telefone para o Whatsapp pessoal e para o Whatsapp Business?

É importante lembrar que com o WhatsApp Business você estará criando um perfil para a sua empresa. Por isso, o ideal é contar com um número de telefone com a finalidade comercial.

Contudo, muitas pessoas ainda tentam fazer o cadastro na versão Business realizando o download e inserindo os dados do seu telefone pessoal. Nesse caso, se incluir um número já utilizado no WhatsApp, você será desconectado da sua conta pessoal.

Isso significa que não dá para manter o mesmo número nos dois perfis, mesmo que sejam aplicativos separados.

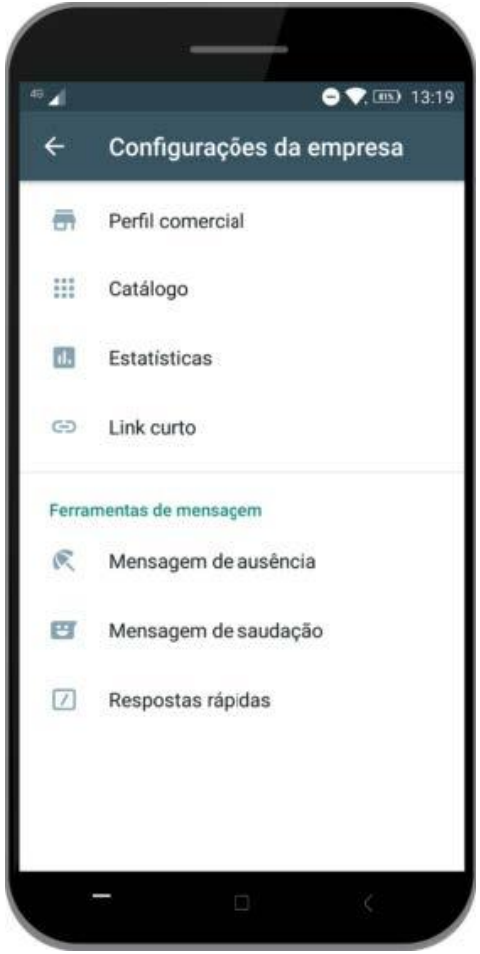
Para facilitar o trabalho utilizando a versão Business, é recomendado que também se utilize um aparelho de smartphone à parte, destinado apenas para realizar suas atividades no perfil empresarial.

Quais os principais recursos disponíveis no WhatsApp Business?

O aplicativo do WhatsApp Business pode facilitar diversas ações de Marketing Digital para as marcas. Só de contar com as informações comerciais disponíveis para os Leads e clientes você já facilita o contato com o público.

Mas, além disso, o aplicativo possui alguns recursos de resposta automática e modelos de mensagens para lidar com a sua base de clientes. Eles podem ser acessados na área de **Configurações da empresa.** O caminho para chegar até lá é Menu → Configurações → Configurações da empresa.

Vamos conhecer agora os detalhes dos principais recursos:



4LEADS
Marketing com vendas

Perfil comercial

Para empresas que desejam ser facilmente visualizadas e descobertas pelos clientes, o aplicativo Whatsapp Business permite que os usuários criem um perfil comercial com informações úteis para seus clientes.

Você pode criar um perfil publicamente visível com informações como endereço, contato de email, descrição, site oficial, horário de atendimento e o que mais precisar divulgar. Lembre de incluir também a logo da sua empresa.

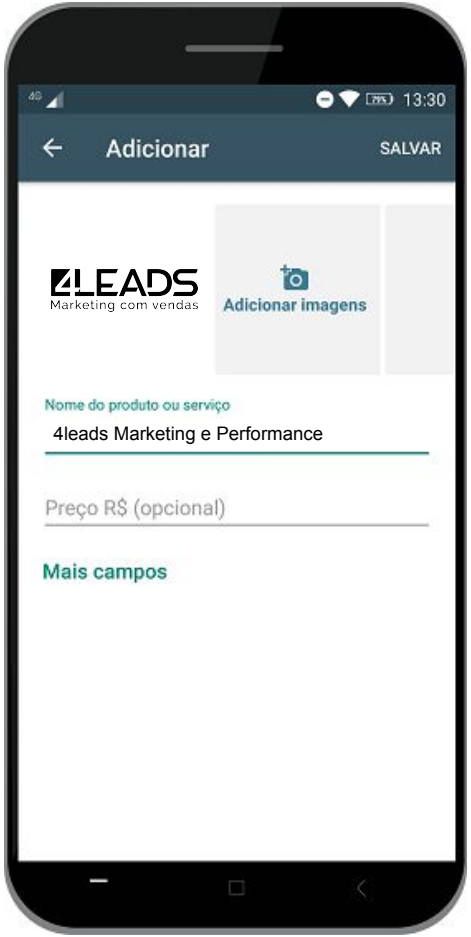
Para acessar esse recurso, vá até Menu → Configurações → Configurações da empresa Perfil Comercial.

Catálogo de produtos

É comum que as empresas que trabalham com a venda de produtos queiram divulgar uma série de imagens dos itens para facilitar a visualização do que é comercializado para os seus clientes. E quem nunca recebeu uma sequência de várias fotos em algum grupo de WhatsApp quando alguém quer fazer esse tipo de divulgação?

Usando o WhatsApp Business não será mais necessário recorrer a esse tipo de publicação. No próprio perfil comercial, as empresas podem criar também o seu catálogo de produtos. Para acessar esse recurso, vá até Menu → Configurações → Configurações da empresa → Catálogo

Através dele, você já pode deixar salva toda a lista de produtos, evitando ficar com várias fotos salvas na memória do seu smartphone. Caso trabalhe com a entrega de algum tipo de serviço, essa funcionalidade também vai facilitar sua comunicação, já que para cada item você pode cadastrar, além de uma foto ou imagem, qual o nome, o preço e até mesmo um campo personalizado de descrição.



Estatísticas do WhatsApp

O recurso de estatísticas de mensagens do aplicativo permite que as empresas possam revisar métricas simples por trás das mensagens enviadas. Você pode ver de forma rápida quais os principais indicadores sobre a atividade da sua conta, como o volume de mensagens lidas, recebidas, enviadas e entregues.

Para acessar esse recurso, vá até Menu → Configurações → Configurações da empresa → Estatísticas

Com isso você tem um resumo completo das estatísticas que ajudam a entender a efetividade das suas mensagens e estratégias nesse canal.

4LEADS
Marketing com vendas

Link curto e mensagem padrão dos clientes

Ainda na parte de configurações da empresa, o WhatsApp Business oferece o recurso de Link curto. Na prática, esse é um link que você pode copiar ou compartilhar para que outras pessoas tenham acesso fácil ao seu perfil de empresa.

Essa funcionalidade torna mais fácil a divulgação do perfil. E tem mais: nessa mesma área, você consegue criar uma **mensagem padrão que será preenchida automaticamente para todos que acessarem o link.**

Isso vai ajudar no momento de identificar mensagens de novos contatos. Você pode utilizar algo como “Olá! Estou fazendo o primeiro contato e quero saber mais sobre a empresa”, para saber rapidamente quais são os novos contatos na lista de conversas. Para acessar esse recurso, vá até Menu → Configurações → Configurações da empresa → Link curto

Mensagem de ausência

O aplicativo também conta com outros três recursos relacionados diretamente com as mensagens trocadas com os contatos da sua empresa. Eles ficam na área de Configurações da empresa, com a descrição **Ferramentas de mensagem.**

Nessa parte, o primeiro recurso é o de Mensagem de ausência. Você pode definir mensagens automáticas para enviar aos clientes quando não estiver online, evitando que eles fiquem em dúvida sobre quando vão receber alguma resposta da sua empresa.

Acessando Menu → Configurações → Configurações da empresa → Mensagem de ausência você consegue indicar:

• Se quer deixar esse envio ativado ou desativado;

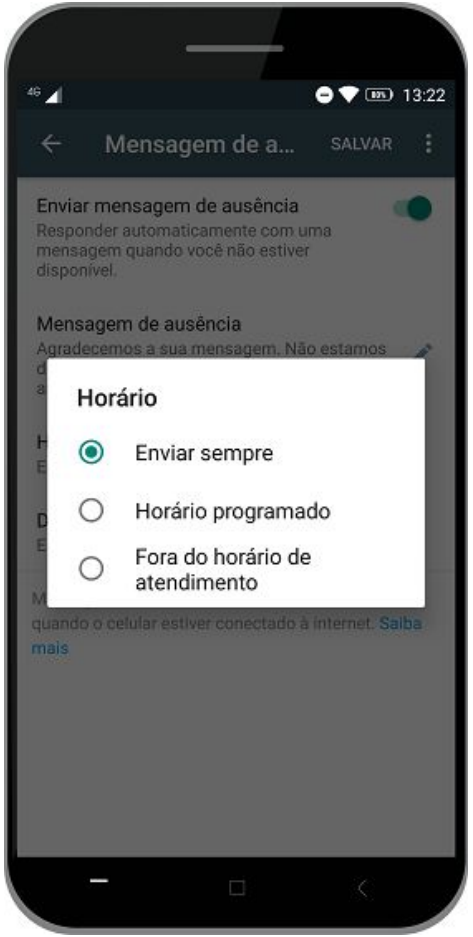
• Escrever e editar sua mensagem;

• Definir quem pode receber essa mensagem;

• Definir o horário que a função ficará habilitada.

Mensagem de ausência

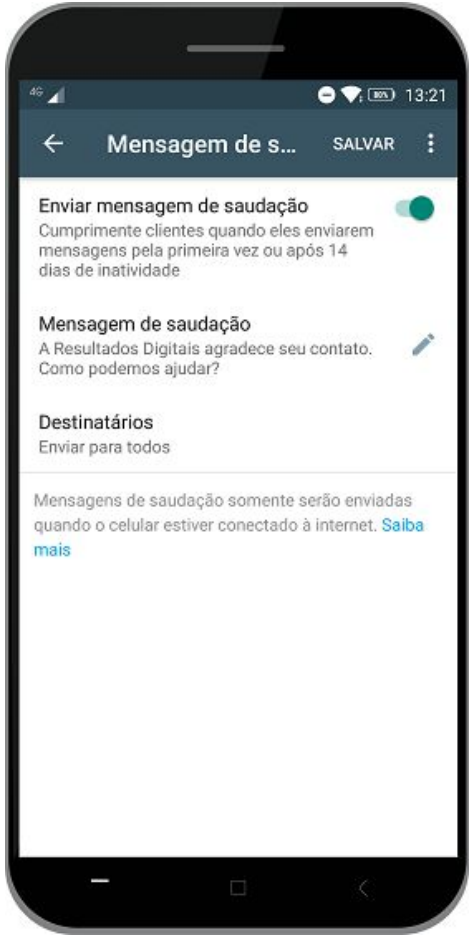
Nesse caso, você pode definir se quer enviar sempre, só em algum horário programado ou apenas quando estiver fora do horário de atendimento definido antes na área de perfil comercial.



Mensagem de saudação

Para garantir que todos os seus novos contatos terão pelo menos um primeiro retorno rápido a partir da mensagem que enviarem, você pode configurar uma mensagem automática de saudação. Esse é um um modelo padrão para clientes que iniciam conversas com o seu perfil de empresa.

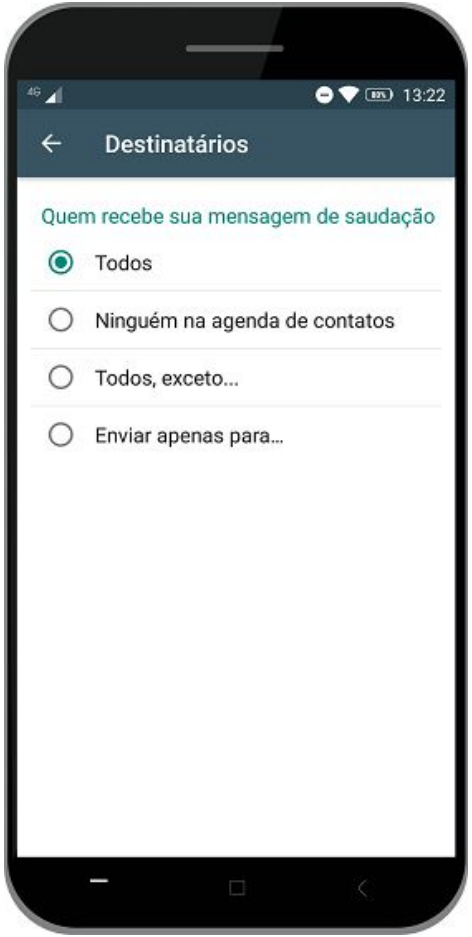
O próprio WhatsApp Business cria uma primeira mensagem modelo que você pode ajustar e editar da forma que preferir.



4LEADS
Marketing com vendas

Mensagem de saudação

Você também pode definir quem pode receber esse tipo de contato, criando uma lista segmentada de contatos ou até mesmo excluindo alguns. Para acessar, vá até Menu → Configurações → Configurações da empresa → Mensagem de saudação.



4LEADS
Marketing com vendas

Respostas rápidas

Uma das funcionalidades mais amadas pelo público que utiliza o WhatsApp Business com o perfil de empresa é a Respostas Favoritas. De forma rápida, você pode salvar respostas usadas com frequência como favoritas, para enviar digitando apenas alguns comandos mais curtos.

Para definir cada resposta, você cria um código iniciado por / (barra) e complementa ele com uma palavra. O próprio aplicativo já traz um primeiro modelo com o atalho /obrigado e uma mensagem de agradecimento pronta, mas que você pode editar.

Logo abaixo, existe o botão de + para acessar a área de criação de novas mensagens de resposta rápida.

Respostas rápidas

Basta escrever qual a mensagem, qual o atalho que deseja chamar quando utilizar o código e palavras-chave para criar grupos de mensagens (essa última parte é opcional). Depois de salvar, é só começar a usar!

Na área de mensagens, basta você digitar a / que vai aparecer a lista de respostas favoritas que criou ou já digitar a palavra que forma o código da resposta que precisa aparecer na caixa de texto.

4LEADS
Marketing com vendas

Rotular as mensagens com etiquetas

Além desses recursos na área de Configurações da empresa, você também tem acesso a uma funcionalidade muito importante que pode ser acessada diretamente no menu principal. Estamos falando das Etiquetas, que possuem a função de rotular e marcar suas mensagens com uma cor e descrição específica.

Você pode filtrar e adicionar rótulos com etiquetas de cores diferentes e personalizadas para conversas ativas com seus contatos. O principal objetivo de aproveitar essa funcionalidade é manter sua caixa de mensagens organizada.

Ao fazer isso, você pode até rotular bate-papos com base em etiquetas como "Novo cliente" ou "Novo pedido" e configurar respostas rápidas de acordo com cada uma delas. Por definição, o WhatsApp Business já vem configurado com 5 etiquetas diferentes.

Rotular as mensagens com etiquetas

Para começar a usar é simples:

• Selecione as mensagens que você quer incluir etiquetas;

• Clique no símbolo de etiqueta que aparece no topo assim que você seleciona alguma mensagem;

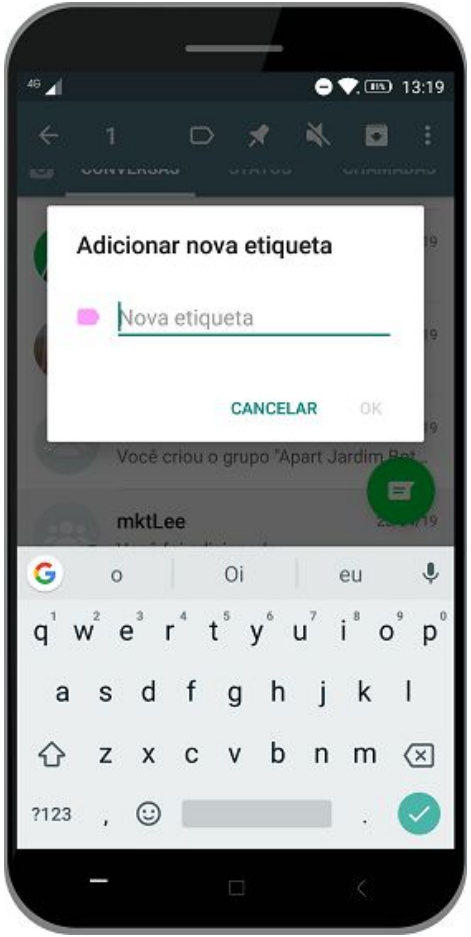
• Escolha na lista qual ou quais etiquetas vocês quer incluir para as mensagens (é possível selecionar quantas quiser para cada mensagem caso ela se encaixe em tipos diferentes);

4LEADS
Marketing com vendas

Rotular as mensagens com etiquetas

• Percebeu que falta alguma etiqueta? Nessa parte, é só clicar em “+ Nova Etiqueta” e criar uma nova escolhendo o título e a cor.

Esses rótulos fornecem opções ampliadas de segmentação para enviar campanhas de marketing mais diversas, personalizadas e adaptadas para cada cliente.



4LEADS
Marketing com vendas

Configurações gerais

Todos os recursos que vimos até aqui são exclusivos do WhatsApp Business. Mas isso não significa que o aplicativo perdeu algumas funções disponíveis na versão pessoal.

Acessando a área de Configurações, você pode fazer todos os ajustes que precisar relacionados a sua conta, a conversas, notificações e armazenamento de dados.

Outros recursos importantes:

Guia de Negócios: na aba de Guia de Negócios (que você encontra ao clicar em Configurações - Ferramentas Comerciais) você pode adicionar a localização da sua empresa e o mapa para ser mais fácil das pessoas encontrarem.

Facebook e Instagram: nesta aba (que você encontra ao clicar em Configurações - Ferramentas Comerciais), você pode conectar o WhatsApp Business as suas contas do Facebook e Instagram, também é um recurso para facilitar a comunicação rápida dos consumidores com a sua equipe.

Anunciar: nesta aba, é possível criar anúncios que levam as pessoas até o seu WhatsApp. Isso é feito por meio do Facebook.

Cobranças: nesta aba, é possível enviar cobranças a clientes e receber pagamentos diretamente no WhatsApp.

Por que devo usar o WhatsApp Business para o meu negócio?

O principal motivo para usar essa ferramenta nas suas ações de marketing é o tamanho da audiência do WhatsApp, que torna este o canal mais atraente para qualquer ação de comunicação.

Mas, além disso, podemos listar mais 3 razões principais para deixar claro por que a sua empresa deve considerar o uso do WhatsApp nas estratégias de Marketing Digital:

1. **O WhatsApp é um canal rápido de atendimento ao cliente**. Ele permite que as empresas se envolvam com os clientes da mesma maneira que costumam fazer em uma conversa pessoal, garantindo um retorno rápido em uma plataforma onde o público fica confortável. Também é gratuito e não requer nenhuma instalação nova para os clientes.

2. **Ainda é subestimado como um canal de Marketing Digital**. As comunicações através desse canal podem criar relacionamentos com os usuários que fortalecem a confiança na marca, mas poucas empresas buscam maneiras de utilizá-lo para melhorar os seus resultados.

3. **Pequenas e médias empresas podem criar ações de marketing com o WhatsApp**.

Diferentemente de estratégias mais caras, que apenas grandes marcas podem utilizar, o uso do WhatsApp pode ser feito por qualquer empresa, até mesmo por microempreendedores.

Além de tudo isso, podemos dizer que a comunidade que utiliza o WhatsApp é tão diversificada que é quase impossível não atingir seu público através deste canal.

Preciso definir uma estratégia de marketing exclusiva para o WhatsApp?

Assim como outros canais de marketing que já são usados pelas empresas, também é importante definir uma estratégia específica para as ações que você realizará no WhatsApp.

Um dos fatores que comprovam essa necessidade é que o WhatsApp é o principal canal de comunicação utilizado no dia a dia das pessoas.

Isso significa que quando você pensa em executar qualquer tipo de campanha de marketing no WhatsApp, precisa ter um plano para iniciar a comunicação, interagir com sua lista de contatos e também ter uma sequência de acompanhamento.

Criar esse planejamento vai proporcionar dois benefícios principais:

Você vai evitar erros nas mensagens enviadas para sua audiência

Quando você começa a executar qualquer tipo de campanha no WhatsApp, é preciso ter esse planejamento para não perder nenhuma oportunidade de negócio. Apesar de ser uma ferramenta muito simples, qualquer falha de comunicação pode prejudicar seus resultados. Os erros podem ser vistos pelo seu público como falta de preparação para atendê-los.

Conseguirá garantir que vai retornar as mensagens de todos que responderem

Com esse canal, o volume de respostas é significativamente maior e você precisa manter a comunicação instantânea e rápida para o público permanecer engajado. Se você não der uma resposta rápida às consultas geradas via WhatsApp, os riscos são ainda maiores de perder um possível cliente.

Você não só perde a confiança e o relacionamento com seus clientes em potencial, mas também pode perder a credibilidade nesse canal por não poder responder a tempo. Portanto, verifique se conseguirá fazer esse atendimento antes de começar a executar suas campanhas de divulgação.

2. Benefícios e como integrar o WhatsApp nas suas estratégias de Marketing Digital

O WhatsApp Business permite que empresas de todas as áreas e tamanhos criem um perfil de negócios, escrevam suas informações de contato, horário de funcionamento, endereço do site e o que podem oferecer. Isso pode parecer com o que você já tem na sua página do Facebook ou no perfil do Google Meu Negócio. Mas, a diferença é o **volume de pessoas** que você pode impactar por meio desse perfil.

Oferecer ao seu público em potencial a opção de se comunicar com sua empresa e receber informações via WhatsApp já é um benefício claro que pode facilitar a tomada de decisão no momento de contratar a sua solução.

Realmente dá para utilizar e integrar o WhatsApp nas estratégias de Marketing Digital?

Quando pensamos em estratégias de Marketing Digital, logo lembramos que o foco é criar campanhas e atrair o público com o Perfil Ideal de Cliente (ICP) da sua empresa para gerar Leads.

No primeiro momento, essa dúvida sobre o uso do WhatsApp nas estratégias pode surgir, mas apenas porque essa não é uma ferramenta tão utilizada com esse objetivo. Pelo menos por enquanto...

Mas se avaliarmos bem, ela pode apoiar suas ações da mesma forma que canais como Email Marketing, Instagram, YouTube e anúncios pagos já apoiam.

Na prática, nenhum canal ou outra ferramenta de Marketing Digital funciona sozinha. Você precisa usar um conjunto de elementos para conseguir de fato ter bons resultados e alcançar suas metas. E o WhatsApp pode ser mais um desses elementos.

Então sim, dá para utilizar o WhatsApp, na sua versão Business, nas estratégias de Marketing Digital. E agora você vai conhecer alguns exemplos de uso dessa ferramenta para depois conhecer formas de colocar em prática suas ações.

Como as empresas podem usar o WhatsApp Business na prática?

Do envio de notificações até as mensagens automáticas, existem muitas estratégias e recursos que os profissionais de marketing podem usar para aumentar a receita e suas conversões através do WhatsApp Business.

Ele pode ajudar a executar diversas ações, que você geralmente conta com outras soluções para resolver, como:

- Responder a perguntas do seu público;
- Enviar conteúdo de qualidade para gerar novos Leads;
- Gerar novos Leads a partir de contatos interessados em falar com a sua empresa;
- Interagir com os usuários de forma automatizada;
- Coletar feedback sobre produtos ou serviços;
- Qualificar Leads a partir do interesse de comunicação;
- Confirmar entregas de produtos.

Aproveite os diferentes formatos de mensagem

Um dos grandes benefícios de utilizar o WhatsApp Business nas suas estratégias de Marketing Digital é a possibilidade de enviar diversos formatos de mensagens e mídia.

Você não precisa ficar limitado ao uso de textos e links. Explore também as possibilidades de enviar arquivos de texto, imagens, vídeos e até arquivos em PDF que seriam mais difíceis de mandar através de outros canais de marketing.

Veja detalhes de cada um e **defina quais formatos você irá utilizar:**

Mensagens de texto

Ao contrário de canais como o SMS, que fica limitado a apenas 160 caracteres, ou o Twitter, que já ampliou seu limite nas mensagens para 280 caracteres, o WhatsApp só adiciona o "Leia Mais" após os primeiros **3.073** caracteres.

Isso permite que você use mensagens cada vez mais criativas e execute sequências de comunicação nas campanhas para conquistar a atenção do seu público. Você pode investir na criação dessas mensagens para divulgar promoções especiais, ofertas únicas e também construir um relacionamento mais próximo com sua lista de contatos.

Pensando na geração de Leads, essa é uma ótima forma de compartilhar suas Landing Pages que levam até formulários de conversão. Com o espaço disponível, dá para aproveitar as principais técnicas de copywriting e utilizar gatilhos mentais nas suas mensagens via WhatsApp.

Fotos e imagens

A melhor parte do uso de imagens e fotos em suas campanhas é que, para qualquer tipo de público, é difícil resistir a uma chamada visual, principalmente olhando direto no seu WhatsApp.

Seja um menu de restaurante, um convite para um evento ou até mesmo a divulgação de um material rico, as imagens certamente serão uma das principais formas de chamar a atenção do público e atraí-los para a ação que você precisa que eles executem.

Existem muitas maneiras de usar imagens para falar mais do que as palavras. Mas, além disso, elas podem ser a melhor maneira de obter **respostas rápidas** do seu público.

Mensagens de vídeo

Uma das melhores maneiras de ter o maior nível de envolvimento nas suas mensagens do WhatsApp com os clientes potenciais é compartilhando vídeos interativos.

Todos nós somos seduzidos por vídeos quando são bem produzidos. **Mas fica uma observação importante:** se optar por compartilhar vídeos no WhatsApp que foram publicados no YouTube ou em outras redes, aguarde alguns segundos até que a miniatura do vídeo apareça, e só depois envie a mensagem. Contar com essa miniatura do vídeo é essencial para aumentar o número de visualizações.

Continua com dúvidas sobre quais tipos de vídeo podem funcionar no WhatsApp? Podemos dar algumas sugestões que costumam chamar a atenção e trazer bons resultados nesse canal. Alguns deles são:

- Vídeo institucional, que fala sobre sua empresa e fica geralmente publicado no seu site;
- Vídeo de demonstração do seu produto;
- Vídeo mais recente publicado no seu YouTube;
- Depoimentos de clientes contando como utilizaram seus produtos ou serviços;
- Cases de sucesso contando os resultados que os seus clientes alcançaram.

Arquivos PDF

O WhatsApp também permite que você compartilhe arquivos PDF com seus contatos! Você pode enviar propostas comerciais, panfletos e até combinar apresentações de produtos e convertê-las em um único arquivo PDF.

Muitos profissionais de Marketing Digital também estão usando essa possibilidade do WhatsApp para compartilhar suas novas linhas de produtos e ofertas especiais, falando dos detalhes em arquivos PDF.

3. Exemplos de ações para gerar Leads por meio do WhatsApp

As estratégias de geração de Leads utilizando o WhatsApp se baseiam no contato com clientes em potencial para uma empresa usando o aplicativo de mensagens como a principal ferramenta para comunicar ofertas, fornecer suporte e compartilhar conteúdo.

A ideia central por trás dessa iniciativa é abordar o público que possui alto potencial de compra, em um ambiente onde estejam confortáveis e prontos para receber uma mensagem.

Vamos conhecer agora 7 ações práticas que o seu negócio pode ter!

Vale a pena gerar Leads utilizando o WhatsApp?

Antes de continuarmos, vamos tirar essa dúvida que também é comum antes de passarmos para a parte mais prática.

Bom, como vimos, o WhatsApp é uma plataforma bastante diversificada, tanto em termos de funcionalidade quanto de público, tornando quase impossível não atingir sua persona. Mas ela oferece às empresas mais do que apenas uma maneira de vender para os clientes.

Como o WhatsApp é uma plataforma baseada em mensagens, fica fácil perceber que os clientes que fecham novas vendas por meio da plataforma são mais fiéis do que outros que chegam por outros canais. A justificativa para isso está na forma de marketing utilizada, que é basicamente baseada em ações de conversa.

Investir seu tempo para trabalhar com o WhatsApp vai ser um passo essencial para criar proximidade com o público de uma maneira que outras ações e canais não conseguem. Afinal, a sensação de personalização é única, já que a troca de contatos é feita de um para um, do perfil da empresa com cada contato.

Então podemos dizer que sim, vale a pena gerar Leads através deste canal. Você vai conseguir gerar Leads a baixo custo com grandes chances de se tornarem clientes.

7 ações práticas para gerar Leads com o WhatsApp Business

1. Use o perfil e status do WhatsApp

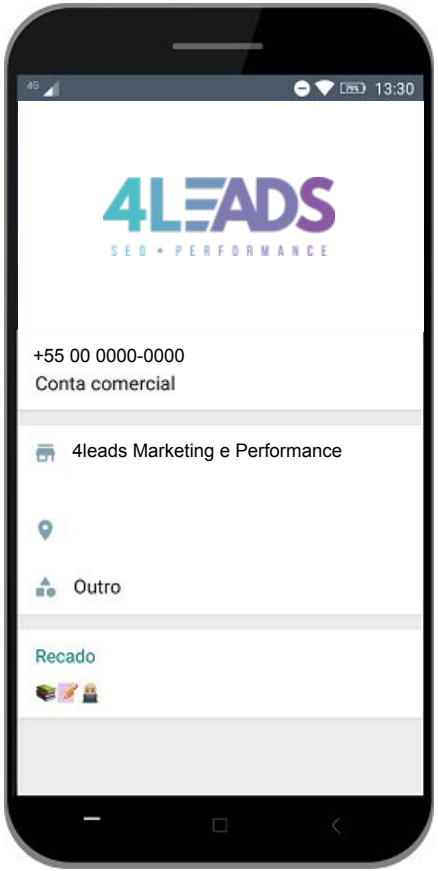
Um dos melhores espaços para utilizar no seu perfil de empresa do WhatsApp Business é a parte de **perfil e status.** Como vimos, é lá que você pode incluir as principais informações do seu negócio, do endereço até os horários de atendimento.

Mas pensando na geração de Leads, esse espaço pode ser utilizado para incluir links que levam até as suas páginas principais de geração de Leads.

Um ponto positivo do WhatsApp Business é que ele permite incluir mais de um link na área de perfil. Isso significa que além de incluir a URL do seu site, você também pode adicionar mais algum link para uma Landing Page ou ferramenta que conte com um formulário de conversão.

Utilizando as UTMs certas, fica muito fácil identificar a origem de cada um na sua ferramenta de acompanhamento de Leads.

E para levar os seus contatos a acessarem essa área, você pode usar CTAs claros nas mensagens que indiquem algo como “Link na bio do perfil” ou “Clique no nosso perfil para acessar o link”.



2. Gere Leads a partir de usuários interessados em falar com a sua empresa

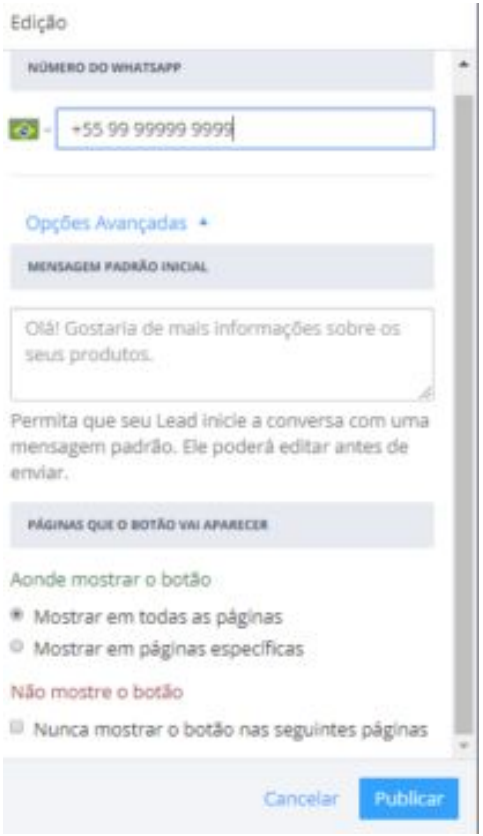
Já imaginou como seria útil para você poder agilizar o contato do usuário com o WhatsApp da sua empresa e, de quebra, ainda saber mais sobre aquelas pessoas que mandam mensagens para tirar dúvidas, por exemplo?

Por meio de um botão flutuante dentro do seu site, a funcionalidade permite que os usuários entrem em contato com a sua empresa através do WhatsApp muito mais facilmente, bastando apenas um clique. E o melhor: antes de ser direcionado para o aplicativo de mensagens, o usuário precisa preencher algumas informações predefinidas pela sua empresa para que o contato seja feito.

Por padrão, essa conversão no botão vai gerar um novo Lead, que poderá ser trabalhado pela sua empresa em campanhas de relacionamento futuras. O melhor de tudo é que todas as informações coletadas durante a sua conversa podem ser transformadas em informações do seu contato, bastando você acrescentar seus aprendizados no cartão de contato cadastrado dentro da base de Leads da ferramenta.

A configuração é super simples, basta inserir o número do WhatsApp da sua empresa, seja ele na versão normal ou Business. O melhor é que você ainda pode escolher em quais páginas o botão será exibido.

Você também pode customizar uma sugestão de mensagem padrão para os seus visitantes que será exibida na janela de digitação da mensagem, fazendo com que eles só precisem apertar o botão “enviar” para começar uma conversa com a sua empresa.



4LEADS
Marketing com vendas

3. Use os chatbots com o WhatsApp

Você já pensou na geração de Leads do WhatsApp usando o poder das conversas via chatbots? Essa é uma estratégia que chama bastante atenção pelo nível de resultados que pode trazer. Na prática, você cria uma sequência de mensagens personalizadas que são enviadas para os seus contatos de acordo com as definições que criar.

Usar o chatbot na plataforma é uma tática que pode ajudar a alcançar os usuários naturalmente, criando menos interrupções e tornando sua comunicação mais natural.

Mas não pense que essa é uma estratégia para o futuro das suas estratégias de Marketing Digital. Pelo alto envolvimento ao iniciar uma conversa automática com seus clientes em potencial, já é importante utilizar essa alternativa a partir de agora.

Os chatbots podem inclusive substituir longas páginas explicativas ou até mesmo formulários mais longos por uma experiência rápida, pessoal e interativa, com uma ferramenta bastante simples de implementar.

Nesse caso, o chatbot pode funcionar para diversas finalidades que vão apoiar as suas estratégias de geração de Leads.

4. Crie conteúdos específicos para esse canal

Os cursos por email, onde cada pessoa recebe um email por dia com alguma aula, ou o carrossel de imagens usado nas redes sociais, que trazem um conteúdo completo por meio da passagem de várias imagens, são exemplos de conteúdos que funcionam de forma personalizada para canais específicos.

E pensando na geração de Leads, você pode seguir essa mesma linha criativa para **desenvolver conteúdos únicos para compartilhar via WhatsApp.**

Personalizar seus contatos, entregando informações e conteúdos relevantes que não são lançados em nenhum outro canal, é uma das principais maneiras de cativar seus Leads e utilizar essa audiência para gerar novas conversões no futuro.

Você pode seguir a mesma linha de outros canais e desenvolver uma sequência de mensagens personalizadas, enviadas a cada dia para os contatos. No fim dessa série de contatos em que gerou valor e entregou informações relevantes, você pode incentivar seu público a entrar em contato para conhecer suas soluções.

Por isso, trabalhe com uma comunicação focada na resolução de problemas da sua audiência, para comprovar como pode ajudá-los a resolverem suas dores.

5. Invista nos stories

Assim como o Instagram e o Facebook, o WhatsApp também possui os mesmos recursos da criação de stories, tornando essa ferramenta tão forte quanto essas outras redes sociais, focadas em mensagens e compartilhamentos de atualizações e fotos.

6 assim como os outros canais, você também consegue captar novos Leads através dos stories.

Como esse é um formato de conteúdo mais lúdico e interativo, **é importante passar uma mensagem clara e relevante, em poucos segundos, mas já com o CTA para uma nova ação dos seus contatos.**

Utilizar links curtos e personalizados nos stories pode ser uma das maneiras de levar seus contatos para uma Landing Page específica. Mas não esqueça que você pode utilizar também os links no seu perfil!

6. Disponibilize o link de compartilhamento pelo WhatsApp nos seus conteúdos e Emails

Como já vimos, a rede de contatos e o volume de pessoas que utilizam o WhatsApp é a grande força que qualquer empresa pode contar como benefício. Mas melhor ainda é poder contar com o seu público para compartilhar seus conteúdos pelo WhatsApp.

Quer saber como? Facilitar o compartilhamento nesse canal é uma ótima maneira de alavancar seus resultados através das indicações dos próprios contatos para os grupos e amigos que eles possuem nessa rede de comunicação.

E um dos caminhos para melhorar seus resultados e contar com esse apoio é disponibilizando o link de compartilhamento pelo WhatsApp de forma fácil e intuitiva.

Lembre-se que você já faz todo um trabalho de copywriting para convencer o usuário a realizar uma ação nas páginas de conversão, que pode ser para acessar um vídeo, um curso, algum material ou qualquer outro tipo de conteúdo. Então é logo depois do usuário preencher seus dados que ele estará mais preparado para fazer esse compartilhamento.

Nesse caso, **é possível incluir um link de compartilhamento no WhatsApp direto nas suas páginas de agradecimento,** que aparecem logo depois da conversão.

Caso o clique no link seja feito através do smartphone, o aplicativo do WhatsApp já abre automaticamente para que o usuário escolha um grupo, um conjunto de pessoas selecionadas ou alguém em específico para compartilhar. Já pelo navegador desktop, será aberta uma aba para o WhatsApp Web com a mesma função.

Seguir esse caminho vai ajudar você a aumentar o alcance das suas páginas de conversão automaticamente, de forma orgânica, já que são seus próprios Leads que farão a divulgação de uma Landing Page ou conteúdo específico.

7. Segmente sua base de contatos no WhatsApp

Uma das maneiras de gerar mais Leads é utilizando a estratégia de segmentação da sua base de contatos do WhatsApp. Afinal, uma das melhores formas de aumentar suas taxas de conversão e os seus resultados é enviando conteúdos e materiais para uma parte específica do seu público que possui interesse ou características em comum.

Mas não pense que é preciso selecionar todos os contatos manualmente, já que esse é um processo bastante trabalhoso. Com o WhatsApp Business, você consegue fazer a segmentação da sua base de contatos utilizando as etiquetas, recurso que já vimos no início deste eBook.

Em cada bate-papo, você tem a opção de adicionar ou remover marcadores desse contato. Logo, é possível acessar o menu para ver a relação de todos os seus marcadores. Ao clicar em um deles, você será direcionado à lista de contatos que possui esse mesmo marcador.

Nessa tela, você também **pode usar o menu para criar um grupo de transmissão com o limite máximo de 256** contatos, o mesmo limite dos grupos. Mas não se preocupe se várias pessoas responderem à sua mensagem no WhatsApp: elas não aparecerão para esse grupo, serão exibidas apenas no bate-papo individual dos contatos.

Depois disso, você já pode criar uma Landing Page personalizada na sua ferramenta principal de Marketing Digital e encaminhar para esse conjunto de contatos. E mesmo depois de criar o grupo de transmissão, ele estará sempre disponível na sua lista para continuar enviando mensagens segmentadas.

4. Relacionamento com o cliente

As estratégias de Marketing Digital são caracterizadas pela continuidade do relacionamento da empresa com os seus contatos. E utilizando o WhatsApp, isso não seria diferente.

É fundamental continuar com a comunicação direcionada para seus clientes mesmo após fechar uma venda. Da mesma forma, você pode utilizar essa ferramenta para fazer uma comunicação mais próxima na etapa de vendas, principalmente quando precisa fechar um contrato com ticket médio alto.

E, na prática, você pode investir nesse trabalho de relacionamento através da versão Business.

Como compartilhar e promover o seu WhatsApp para os clientes?

O primeiro passo para começar a utilizar o WhatsApp no atendimento dos seus clientes é divulgar que possui esse canal de comunicação disponível. Mas, na prática, como compartilhar essa informação?

Existem alguns caminhos que você pode seguir, **e aqui vamos falar dos 2 principais:**

1. Inclua o chat do WhatsApp no seu site

Uma das melhores maneiras de fazer essa divulgação é incluindo o símbolo de chat do WhatsApp logo na tela inicial do seu site.

2. Crie um link direto para o seu WhatsApp na sua assinatura de email

Se você já iniciou suas ações de Marketing Digital, certamente já utilizou o envio de emails para uma lista de contatos, pensando também na geração de Leads. Nesse caso, você deve utilizar uma assinatura de email para identificar as mensagens, certo?

Então, que tal aproveitar essa área e transformá-la em um dos canais de divulgação do seu WhatsApp?

Colocar um link na sua assinatura de email é uma ação rápida e fácil de fazer, e ainda vai ajudar o seu público a encontrar um novo canal de contato através do seu WhatsApp.

Dê andamento nas suas negociações de contrato

Ainda falando dessa fase de relacionamento, o WhatsApp se coloca como uma importante ferramenta para conseguir manter um canal aberto de comunicação com os seus Leads Qualificados, que estão em vias de fechar uma compra ou um novo contrato. **Os consultores de venda do seu negócio podem utilizar o WhatsApp para fazer essa comunicação com os Leads.** Nas conversas, podem ser tratados pontos como:

• Detalhes sobre valores e contratos;

• Melhor horário para fazer um contato mais direto por telefone;

• Quais informações o Lead ainda precisa para aprovar um contrato;

• Envio de conteúdos que ajudem na tomada de decisão.

Como o WhatsApp consegue trazer respostas mais rápidas, esse é o canal perfeito para agilizar esse processo na parte de Vendas.

Em seguida, todas as conversas são registradas no CRM para manter o histórico e registro de todos os contatos realizados. Após o fechamento da contratação, esse canal continua aberto para novos contatos, **agora com o Lead já com o status de cliente.**

Mantenha o canal disponível para compras recorrentes

Outra forma de manter o relacionamento, dessa vez para alavancar suas vendas, é divulgando seu WhatsApp como o principal canal para receber pedidos recorrentes.

Para empresas que trabalham com o público B2C, essa é a melhor opção para facilitar o processo de compra dos clientes. Afinal, quem não quer mandar apenas algumas mensagens no WhatsApp para conseguir pedir sua pizza favorita ou algum medicamento na farmácia?

Esse processo de recebimento de pedidos através desse canal também vai facilitar o seu trabalho de marketing, já que você terá uma lista de contatos com todo o histórico de compra.

Com isso você pode avaliar quais aqueles que estão há muito tempo sem realizar um novo pedido para criar campanhas de descontos ou outros tipos de promoção, mantendo sua base de clientes fiéis.

5. E agora? Como trazer esses contatos para mais perto de fechar uma compra?

No momento, poucas empresas estão usando o WhatsApp como ferramenta de Marketing Digital e ainda se perguntam como economizar no alto orçamento e baixa taxa de resposta nos vários canais pagos que utilizam.

Nesse verdadeiro oceano de oportunidades, com o tempo seu concorrente certamente vai utilizar o WhatsApp para expandir seus negócios. Então, que tal dar o primeiro passo e trazer sua audiência para mais perto de fechar uma compra?

Como vimos, há diversas formas de utilizar o WhatsApp para iniciar a comunicação, gerar novos Leads e ainda manter o relacionamento. Só que para fortalecer ainda mais essa estratégia, você pode trazer esses contatos para fechar uma compra, utilizando outras oportunidades que só o Marketing Digital permite.

Confira algumas maneiras de conectar tudo que vimos até aqui com as outras estratégias que você pode utilizar para fazer os seus contatos seguirem na jornada de compra.

Campanhas de Email Marketing

Os primeiros contatos no WhatsApp são essenciais para engajar a sua audiência e criar o primeiro relacionamento. Mas para a evolução dos contatos ao longo do funil de vendas, você deve investir nas campanhas de Email Marketing.

Por meio do email, você pode utilizar envios mais focados em apresentar os seus produtos e serviços, facilitando o entendimento do público sobre os motivos para efetivar uma compra.

Use Automação de Marketing

As campanhas de Email Marketing são importantes para seguir com suas ações de Marketing Digital, mas **para que esta estratégia se torne ainda mais robusta, é importante conhecer e aplicar também a Automação de Marketing.**

Com essa funcionalidade é possível criar uma sequência de ações automáticas. Por exemplo:

• Ao converter em sua Landing Page enviada pelo WhatsApp, o Lead entra automaticamente em uma lista que realizará disparos de email a partir da sua data de conversão;

• Desenvolver um fluxo contínuo para utilizar conteúdos de nutrição, que vão avançar o Lead na jornada de compra do seu produto. É possível criar uma série de emails personalizados a partir de uma determinada ação realizada pelo usuário.

Conclusão

Com todas essas informações ficou mais claro a importância do WhatsApp na estratégia de Marketing Digital do seu negócio.

Diferentemente das demais estratégias e canais, essa ferramenta permite que o seu negócio se conecte com os seus possíveis clientes e consiga transformá-los em Leads e em seguidores da sua marca no ambiente que já é natural no dia a dia, onde eles se sentem mais confortáveis.

Então está na hora de colocar essa iniciativa para geração de Leads e novas vendas em prática. Não importa se você trabalha com imóveis, educação, comércio eletrônico, viagens ou qualquer outro segmento.

Essa estratégia com foco em geração de vendas pelo WhatsApp através das ações de Marketing Digital pode não apenas alavancar a sua marca no mercado, mas também ajudá-lo a criar uma conexão única e cada vez melhor com seu público-alvo!

Agora que você viu como o Whats pode ajudar a sua empresa, visite o nosso site e fale com o nosso especialista para aplicar uma metodologia completa de Marketing que irá fazer o seu negócio decolar no mercado digital!

4LEADS
Marketing com vendas

A 4Leads é uma assessoria de marketing de performance especializada em marketing para negócios locais, lojas virtuais e lançamento de produtos online. Atendemos grandes e pequenas empresas do Varejo, Serviço e Indústria de variados nichos e tipos de mercados.

Conheça mais sobre o nosso trabalho