



O poder do WhatsApp para engajar clientes: **guia prático**

Como usar todo o potencial das mensagens e notificações de conta?





Índice

1. O WhatsApp veio para ficar
2. Por que usar WhatsApp é crucial para se comunicar com seus clientes?
3. Como a Stone aumentou 56% as vendas pelo WhatsApp?
4. Como usar o WhatsApp para marketing e vendas?
5. Como o Magalu aumentou suas conversões com o WhatsApp e a Twilio
6. Como usar o WhatsApp para enviar notificações de conta?
7. Boas práticas para usar o WhatsApp na sua empresa
8. O que não fazer no atendimento pelo WhatsApp?
9. Como implementar o WhatsApp nas vendas e no marketing?
10. Conclusão



O WhatsApp veio para ficar

Mais de dois bilhões de usuários em mais de 180 países usam o WhatsApp.

Na América Latina, o 'Zap' é o aplicativo mais acessado para trocar mensagens com amigos, familiares, colegas de trabalho e empresas.

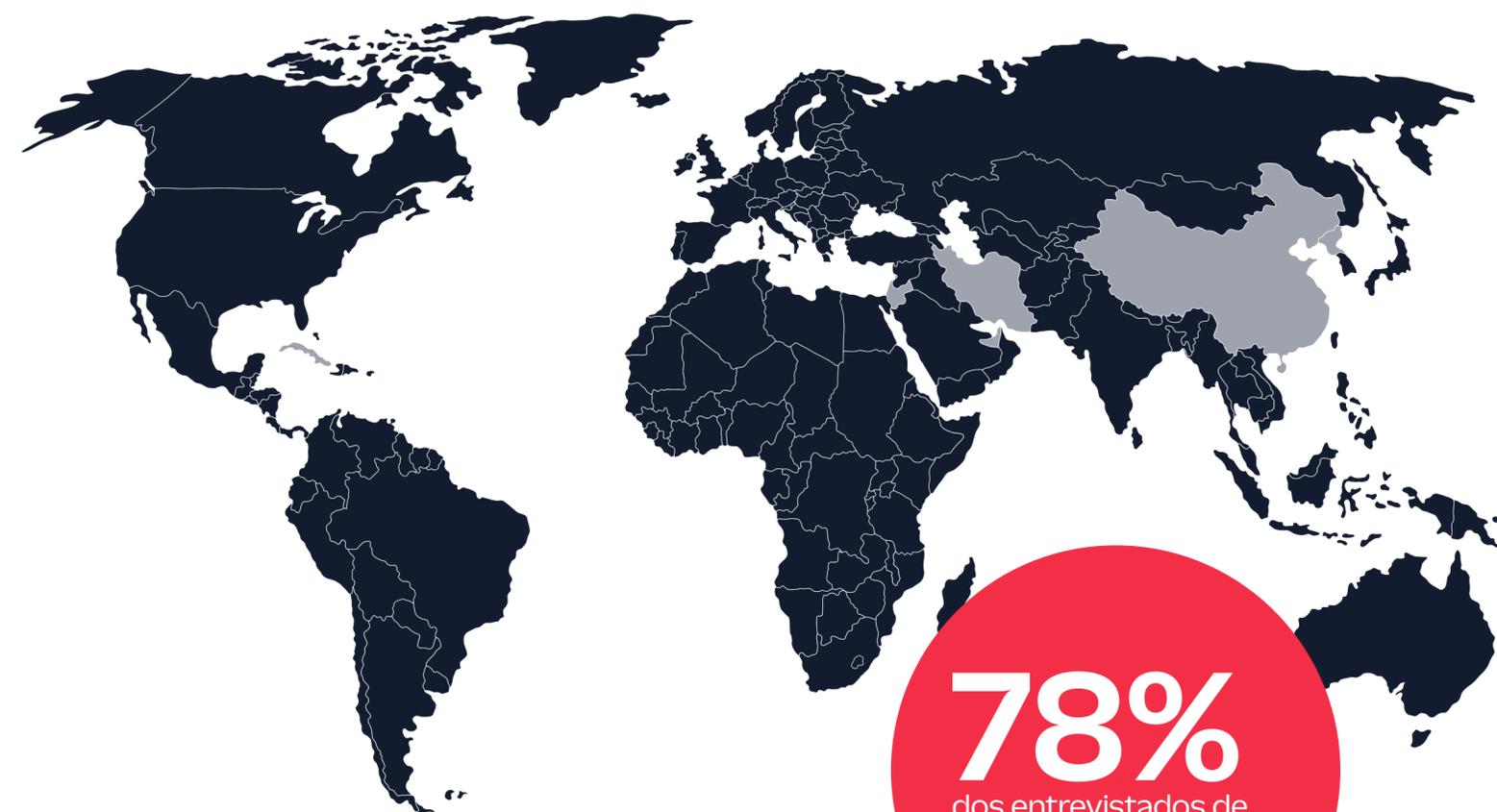
E o Brasil se destaca no engajamento pelo WhatsApp, sendo o país que mais envia mensagens de áudio pela plataforma, de acordo com Mark Zuckerberg no **evento Meta Conversations em São Paulo**.

Outros países, como Colômbia e México, também adotaram amplamente o aplicativo. Inclusive, segundo a **Statista**, as projeções de crescimento no México foram superadas.

Já na Colômbia, um **estudo** apontou que o WhatsApp é o app de mensagens mais popular no país: 78% dos entrevistados de 16 a 45 anos disseram usá-lo todos os dias, o que representa aumento de 3% em relação ao ano anterior.

Diante desses dados, é fácil entender o potencial de uso do WhatsApp para os negócios. Mas vamos te ajudar!

Para explorar todas as oportunidades estratégicas do app, aproveite este e-book! Ao longo dele, você poderá conferir as **melhores práticas de marketing e vendas no WhatsApp, e conhecer cases de sucesso para engajar seu cliente e vender mais** por meio de Notificações de Conta!



- Países com acesso ao Whatsapp
- Países sem acesso ao Whatsapp

78%
dos entrevistados de
16 a 45 usam o Whatsapp
todos os dias



Capítulo 02

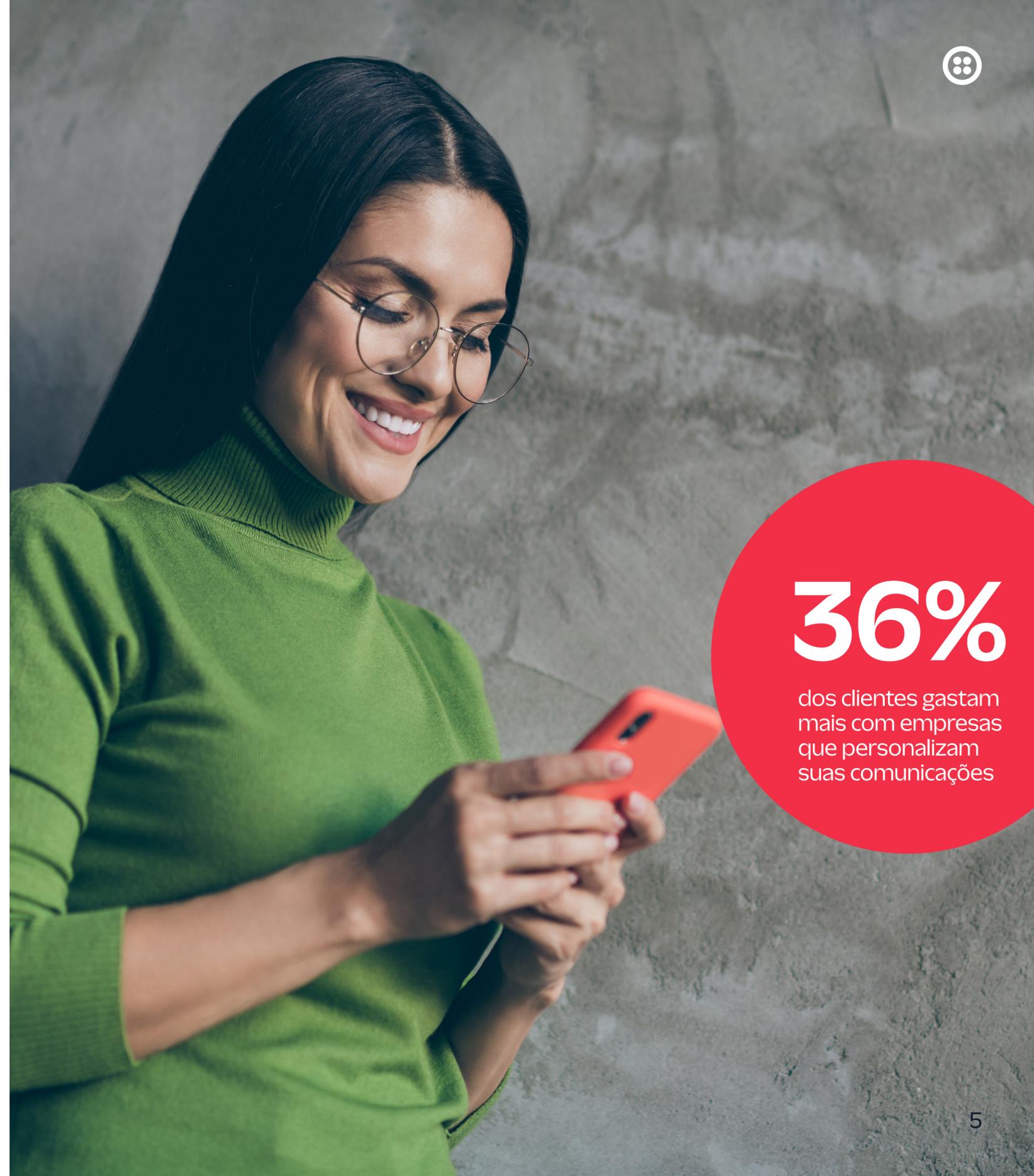
Por que usar
WhatsApp é **crucial**
para se comunicar
com seus clientes?



O Relatório do Engajamento do Cliente da Twilio de 2024, feito com 5 mil empresas e mais de 6 mil clientes, mostrou que 82% do engajamento do cliente é digital.

E sabemos que **o engajamento é um dos principais fatores de fidelização do consumidor**. Principalmente se feito pelos canais on-line, que permitem uma alta personalização das conversas e dos conteúdos compartilhados.

Ou seja: é possível usar o WhatsApp de forma estratégica para atrair, conquistar e reter clientes ao longo de sua jornada de compra. Quando aliada à inteligência artificial, essa ferramenta torna o contato com o público ainda mais eficiente. O relatório da Twilio traz insights sobre a importância de se ter o WhatsApp como canal de comunicação na estratégia de marketing e vendas. Com mais da metade dos clientes dispostos a pagar mais por uma experiência personalizada, e **36% afirmando que gastam mais com empresas que personalizam suas comunicações**, o WhatsApp é o grande segredo das empresas que estão conseguindo mais vendas e fidelização de seus clientes.



36%

dos clientes gastam mais com empresas que personalizam suas comunicações

Saem os cookies e entra o WhatsApp

Outro motivo para implementar o WhatsApp nos negócios é a eliminação gradual dos cookies de terceiros pelo Chrome do Google. Sendo que o Safari da Apple já os retirou, assim como outros navegadores de internet.

Isso quer dizer que **os dados deverão ser coletados em outras fontes**, como o WhatsApp e outros canais digitais.

A coleta de *first-party data* é o caminho ideal para acessar informações sobre os clientes e personalizar sua experiência com a marca. Esses tipos de dados são fornecidos pelos próprios usuários, clientes ou prospects, ao concordarem em passar seus dados para empresas em que confiam.

 **E nada mais pessoal do que o número de telefone!**

Com acesso ao WhatsApp dos clientes, as empresas interagem em um ambiente familiar, conversacional, seguro e amigável, o que favorece a construção de uma relação mais próxima entre a marca e o consumidor.





As novas gerações querem canais digitais

Mais uma vantagem direta de investir no WhatsApp para elevar o engajamento dos seus clientes é a outra tendência divulgada pela pesquisa da Twilio: **a geração mais jovem vai priorizar empresas que possuem canais digitais.**

- **70%** dos entrevistados da geração Z (nascidos entre 1990 e 2010) e Y (entre 1980 e começo de 1990) desejam que suas interações com as marcas sejam on-line.
- **70%** deixariam de comprar se a empresa não oferecesse um nível desejado de personalização.

E o que isso significa?

O WhatsApp é um excelente aplicativo para a marca personalizar o atendimento e aproveitar o poder de compra dessas gerações.

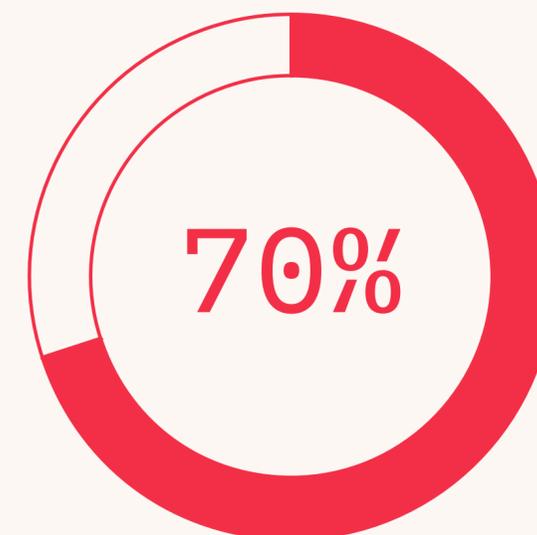
Porém, para acompanhar essas tendências e aproveitar o seu potencial de personalização e engajamento, é fundamental usá-lo estrategicamente. Isto é, saber qual conteúdo enviar, em qual formato, e em qual momento.

O WhatsApp Business pode ser usado para interagir com clientes em qualquer etapa de sua jornada de compra:

- aquisição de novos clientes;
- vendas de produtos/serviços;
- durante o processo de compra;
- pós-venda, com atendimento e suporte.



70% das pessoas de 44 a 14 anos desejam que suas interações com as marcas sejam on-line.



70% deixariam de comprar se a empresa não oferecesse um nível desejado de personalização.

Capítulo 03

Como a Stone **aumentou 56%** as vendas pelo WhatsApp?





stone

SOBRE Fintech brasileira que oferece serviços financeiros para lojistas e varejistas

OBJETIVO Construir uma solução de atendimento ao cliente com 100% de foco na experiência do cliente.

DESAFIOS Visão unificada de todas as interações com os clientes em um só lugar.

Para comprovar o poder do WhatsApp na comunicação com os consumidores, trouxemos uma história de sucesso da Stone com a Twilio. Aproveite para se inspirar!

Solução

A solução foi contratar o **Twilio Flex**, uma plataforma altamente customizável para cada tipo de negócio e a implementação do WhatsApp como canal de atendimento digital. Com a plataforma da Twilio, a Stone conseguiu:

- proporcionar atendimento omnichannel aos seus clientes;
- ter uma visão unificada dos clientes;
- oferecer um atendimento mais personalizado e humano.

Além disso, pôde coletar dados para gerar insights e melhorar os processos operacionais de pré-vendas, vendas e suporte ao cliente.

Resultado

Aumento de 15% para 56% nas vendas feitas pelo WhatsApp;

- **7.7 milhões de conversas de clientes no WhatsApp;**
- **Aumento de 25% nas respostas CSAT, com média de satisfação de 93,9%.**

[Confira o case completo da Stone!](#)

Como usar o WhatsApp para marketing e vendas?

De acordo com a **Statista**, **96% da população brasileira usa o WhatsApp**. Ou seja: não importa qual seja sua persona, ela usa esse canal de contato.

Em marketing e vendas, essa ferramenta pode ser usada de diversas formas, em toda a jornada de compra do cliente, tanto B2B quanto B2C.

- Envio de mensagens promocionais direcionadas.
- Programas de fidelidade.
- Campanhas de engajamento e reengajamento.
- Aquisição de clientes.
- Qualificação de leads.
- Envio de conteúdos personalizados.
- Pós-vendas e fidelização.
- Implementação de chatbot de vendas.

E o melhor é que ao usar a plataforma da Twilio, por exemplo, você pode construir a funcionalidade para campanhas que são automatizadas e usar IA preditiva para coletar, integrar e analisar profundamente dados de clientes.



96%
dos brasileiros
usam Whatsapp



Dicas práticas para usar o WhatsApp em marketing e vendas



Conheça seu público em detalhes

O primeiro passo para pensar em estratégias, ações e campanhas é entender tudo sobre seus clientes: preferências, necessidades, dores, desejos, linguagem, canais de atendimento, produtos/serviços mais amados etc. Todos esses detalhes impactam o tom de voz e a abordagem ao público.



Use uma plataforma com WhatsApp Business API

Para oferecer uma experiência omnichannel de alta qualidade e escalável, você pode usar uma plataforma de engajamento do cliente, **como a Twilio, que disponibiliza APIs para integração com WhatsApp e outros canais**. É possível enviar promoções, campanhas, alertas, notificações e atender o público com comércio conversacional.



Segmente sua base de contatos

Para elevar o nível de personalização das mensagens enviadas, é fundamental segmentar sua base conforme características e comportamentos em comum entre os clientes. Use a inteligência artificial (IA) para analisar grandes volumes de dados e acompanhar as mudanças.



Faça um planejamento

É de extrema importância planejar cada campanha, mensagem e ação enviadas ao consumidor. Além da frequência, entenda o que o cliente espera em cada etapa da jornada, e separe conteúdos úteis e relevantes para alimentar sua base conforme suas preferências e momento de compra. Crie um fluxo de marketing e vendas para o WhatsApp.



Dicas práticas para usar o WhatsApp em marketing e vendas



Explore diversos formatos de mensagens

Seja criativo e inove. Envie mensagens conversacionais com textos, imagens, vídeos e links do site, posts no blog ou até mesmo notícias relacionadas com o segmento. Para facilitar, implemente um chatbot inteligente para atender o público por meio de botões selecionados ou de acordo com palavras-chave escritas, conversando em linguagem natural.



Use gatilhos mentais

Se as mensagens são instantâneas, é importante conquistar a atenção do cliente rapidamente. Como? Usando gatilhos mentais, que são técnicas que estimulam a pessoa a realizar certa ação. Existem vários tipos, como urgência, prova social e autoridade. Exemplo: “Últimas unidades”; “Oferta válida até amanhã!”; “Produto mais comprado por 9 entre 10 clientes”.



Acompanhe os resultados

Uma das grandes vantagens do marketing digital é poder coletar e medir os resultados de campanhas e interações. Sendo assim, defina métricas de acordo com seu objetivo e acompanhe de perto a evolução de KPIs, como tempo médio de resposta, conversões pelo WhatsApp e duração do ciclo de vendas e de cada etapa da jornada.



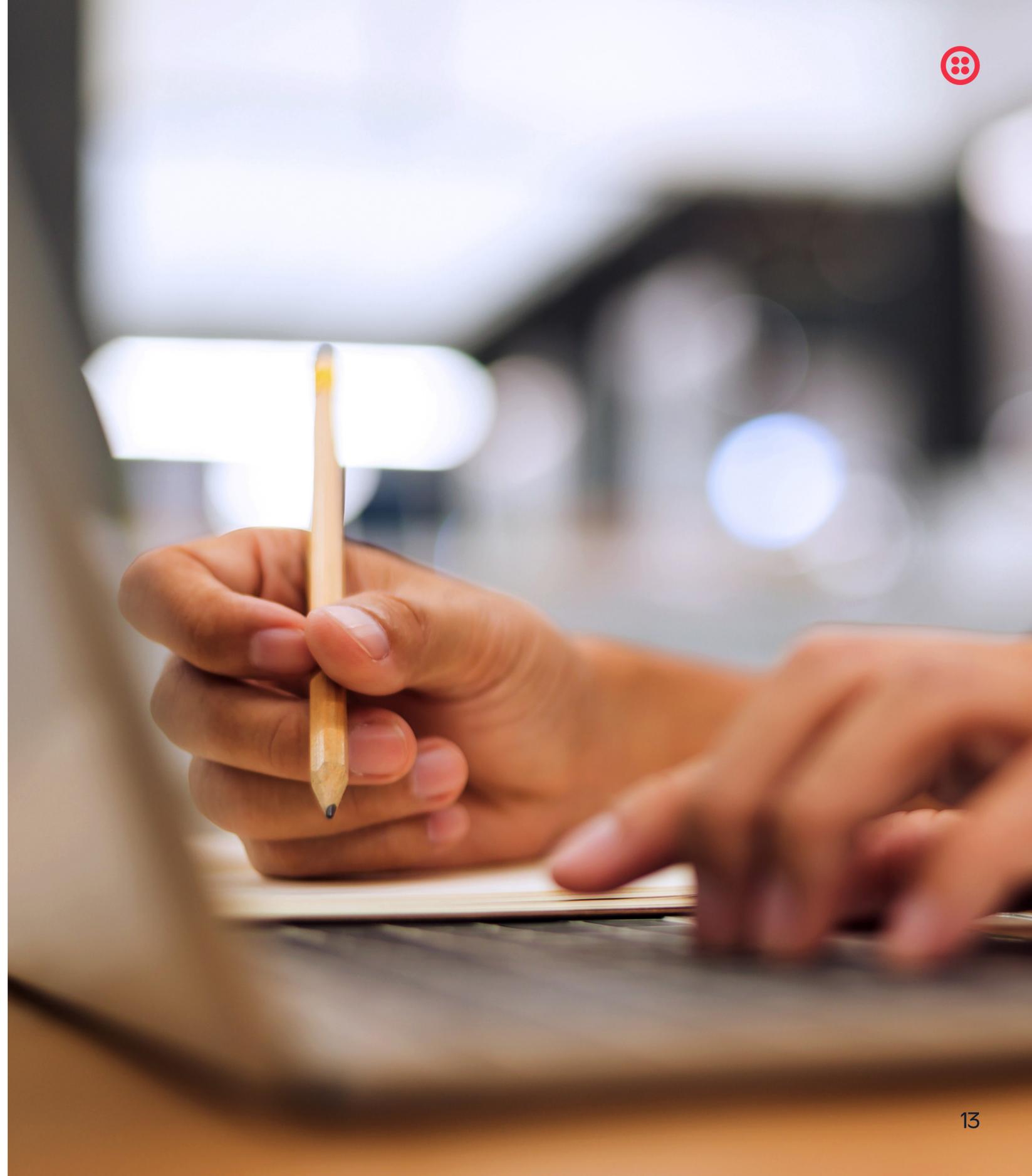
Dica extra: Usar os Anúncios de Clique para o WhatsApp (CTWA ou Click to WhatsApp em inglês), que também podem ser mensurados com precisão. Essa técnica inclui um link que encaminha o cliente diretamente para o WhatsApp da marca, **podendo iniciar uma conversa sem precisar ter o número salvo na agenda.**

Para monitorar o desempenho dos anúncios, avalie indicadores como a taxa de cliques, a quantidade de pessoas que realmente iniciam uma conversa e o tempo médio de resposta dos atendentes.



Benefícios de usar a Twilio integrada ao WhatsApp

-  Alta escalabilidade e personalização de campanhas e mensagens.
-  Grande capacidade de entrega.
-  Integração de chatbot e assistente virtual inteligente ao aplicativo.
-  Mais engajamento do cliente: suporte multichannel em uma única API.
-  Coleta de dados de terceiros de forma mais segura e conforme a legislação.
-  Envio de dados para mais de 400 aplicativos com integrações predefinidas.
-  Automação de processos e envios de campanhas, conteúdos e notificações.



Capítulo 05

Como o Magalu aumentou suas conversões com o WhatsApp e a Twilio?





Magalu

SOBRE Uma das maiores redes de varejo e marketplaces no Brasil.

OBJETIVO Ter a mesma proximidade do atendimento presencial com seus vendedores pelos meios digitais.

Confira outro caso de sucesso e veja como é possível aplicar estratégias de marketing e vendas com o WhatsApp e elevar as conversões conforme seus objetivos.

Solução

Usou o WhatsApp para colocar em prática quatro pontos de contato: a atração, o onboarding, o relacionamento e a retenção.

- investir na comunicação pelo WhatsApp;
- reestruturar o processo de cadastro e onboarding de vendedores do Marketplace.

Resultado

Com o uso do Twilio Flex e o WhatsApp, o Magalu conquistou:

- **46% novos lojistas que se cadastraram e estavam prontos para vender (antes, por e-mail, eram 21%);**
- **taxa de conversão 2 vezes maior de onboarding de vendedores, que ganharam atendimento por chatbot;**
- **+19,8% no volume de vendas com envio de mensagens promocionais direcionadas;**

[Leia o case completo do Magalu!](#)



Capítulo 06

Como usar o WhatsApp para **enviar notificações** de conta?

Além de usar o WhatsApp para marketing e vendas, você pode enviar notificações de conta para oferecer uma **experiência completa ao cliente**, transmitindo parceria, confiança e transparência.



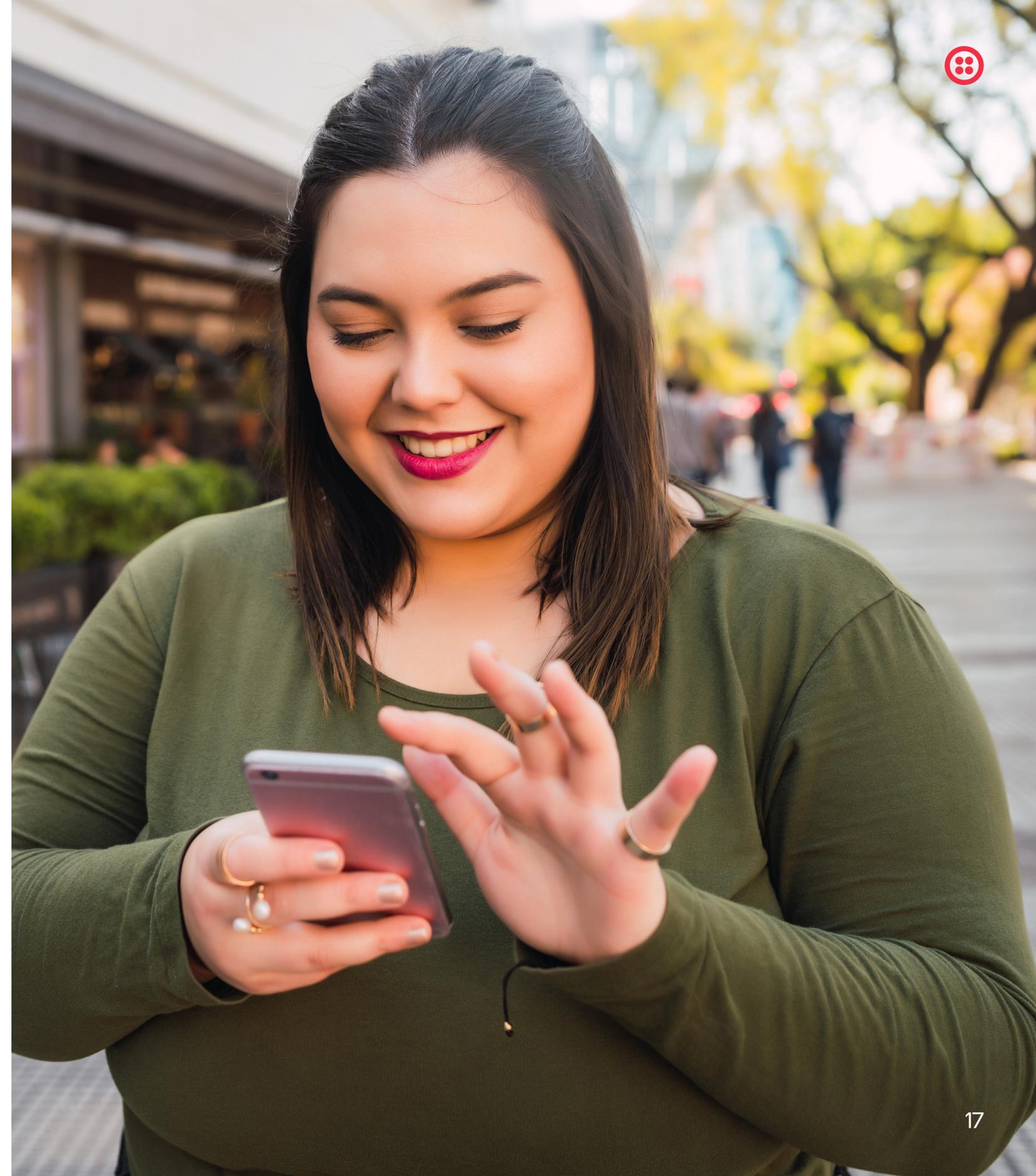


O que são notificações de conta?

As notificações de conta, também chamadas de mensagens de utilidades pela Meta, são **mensagens personalizadas que fornecem informações altamente relevantes, críticas e/ou urgentes**.

Os alertas e as notificações pelo WhatsApp podem ser usados para:

-  **lembrete de agendamento:** como de consultas, atendimentos presenciais e eventos;
-  **alertas de segurança:** que notificam os clientes em tempo real sobre grandes saques ou atividades suspeitas em sua conta bancária;
-  **confirmação de compra:** ideal para enviar recibos, notas fiscais, falhas de pagamento e atualizações automáticas com o status da entrega;
-  **alertas de lead:** é possível configurar alertas de textos para enviar uma notificação assim que um novo lead se cadastrar;
-  **notificações de produto:** avisa os clientes sobre seu produto, com mensagens automáticas;
-  **notificações em massa:** como aviso de voo, alterações nos termos de serviço ou qualquer outra mensagem que seja preciso avisar em escala.





Como funcionam as notificações de conta pelo WhatsApp?

Com a Twilio, os alertas e as notificações são omnichannel, ou seja, enviados por diversos canais conforme suas características e preferências dos clientes, como WhatsApp, SMS e e-mail.

Para criar uma notificação de conta na plataforma, é simples:

1. defina os eventos que vão acionar a notificação;
2. escolha os melhores canais de comunicação;
3. crie o conteúdo e a notificação;
4. teste a notificação e confirme o status da entrega.



A plataforma da Twilio permite gerenciar os números de telefone, a capacidade de entrega, a conformidade e as respostas.





Boas práticas para usar o WhatsApp na sua empresa

Os clientes desejam se comunicar com a sua empresa por meio do WhatsApp, sabia?

De acordo com um **estudo**, **78%** são mais propensos a fazer negócios com uma marca que permite a interação por mensagens instantâneas.

Porém, além de utilizar uma plataforma de engajamento de alta qualidade, é fundamental criar estratégias precisas e seguir boas práticas para conquistar e fidelizar seus clientes.

Conheça algumas a seguir!



78%

do clientes preferem fazer negócios com marcas que interajam por mensagens instantâneas



Mantenha a qualidade do número empresarial

O WhatsApp classifica a qualidade de cada número (sender) de acordo com a reação dos clientes às mensagens recebidas pela organização. Logo, se o número for marcado como spam ou até mesmo bloqueado, a classificação diminui.

Para manter a qualidade do número da sua empresa peça consentimento antes de enviar mensagens pelo aplicativo, ofereça opção de cancelamento (opt-out) e envie apenas conteúdos e notificações relevantes, de forma altamente personalizada.

Siga as diretrizes da LGPD do seu país

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) no Brasil estabelece regras e diretrizes para orientar pessoas, empresas e órgãos do governo sobre o armazenamento, processamento e manipulação dos dados pessoais de usuários.

O WhatsApp Business também tem suas próprias diretrizes que devem ser seguidas.

Veja quais são!



Ofereça opção de cancelamento de alertas e notificações

Tenha a funcionalidade opt-out e ofereça ao usuário a opção de cancelar sua inscrição e o recebimento de mensagens no WhatsApp.

Use números locais e marca de verificação

É importante transmitir confiança aos clientes para construir um relacionamento sólido e duradouro. Para isso, use números locais – mesmo sendo uma empresa global –, tenha na foto o logo da sua empresa. A Meta oferece a opção official business account, conte com a Twilio para ajudar no pedido de verificação.

A Twilio oferece a opção de comprar um número compatível com WhatsApp dentro do Console. É rápido e muito fácil de adquirir.



Capítulo 08

O que **não fazer** no atendimento pelo WhatsApp?



Empresas que começam a usar o WhatsApp como canal de atendimento e engajamento muitas vezes cometem erros comuns, como o envio de mensagens sem a permissão do usuário, spam ou conteúdos irrelevantes.

Outra falha bastante vista é **não respeitar o estágio na jornada de compra do cliente**, ou seja, oferecer um produto/serviço ou enviar uma promoção antes da hora.

E mais:

- Mandar apenas mensagens massivas, sem personalização;
- Não segmentar a base de clientes;
- Não integrar todos os canais de atendimento;
- Não acompanhar métricas de desempenho da ferramenta;
- Não criar estratégias únicas para o WhatsApp;
- Usar linguagem inadequada e com erros de português;
- Enviar mensagens em horas inapropriadas.

Separamos ainda outras **orientações do próprio WhatsApp** sobre o que não fazer no atendimento pela ferramenta:

- ⊗ Confundir, ludibriar, defraudar, iludir o usuário;
- ⊗ Divulgar ou pedir aos usuários dados de contas bancárias e documentos;
- ⊗ Vender medicamentos e substâncias ou objetos ilícitos, como armas e drogas;
- ⊗ Comercializar moeda real, virtual ou falsa, entre outros;
- ⊗ Propagar notícias falsas (fake news).





Como implementar o WhatsApp nas vendas e no marketing?

Conte com a tecnologia como sua melhor aliada para colocar em prática as estratégias de vendas e marketing pelo WhatsApp. Afinal, ela realiza funções humanamente impossíveis, como **coletar, armazenar, integrar e analisar um grande volume de dados em tempo real, de diversas fontes de origem.**

Além, claro, de permitir enviar mensagens em escala e **estar disponível 24h durante 7 dias por semana para atender o cliente** de forma rápida, precisa e eficiente.

A **integração das APIs e dos softwares da Twilio ao WhatsApp**, por exemplo, oferece múltiplos recursos altamente estratégicos para o engajamento e as vendas.





Mensagens transacionais

Envio de mensagens unidirecionais com uma API de alertas, notificações de conta, promoções e campanhas de marketing.



Mensagens de conversas

Com uma única API, a Twilio permite conversas para atendimento ao cliente e comércio conversacional.



Contact center: Twilio Flex

Experiências omnichannel conectando WhatsApp e outros canais. Uma boa experiência no WhatsApp é deixar a opção de transbordo para atendimento humano, quando necessário.



Comunicações personalizadas

Direcionamento e personalização de comunicações pelo WhatsApp com base na análise de dados.



Verificação da conta

A Twilio permite enviar notificações para combater fraudes e golpes, como verificação de usuários pelo WhatsApp e outros canais, como SMS, e-mail, voz, push etc.

Conclusão



Em resumo, podemos falar que o WhatsApp é um excelente canal para explorar diversas formas de comunicação com o cliente, como relacionamento, notificações de conta, alertas, promoções e até mesmo reengajamento de consumidores inativos.

Porém, para aproveitar todo seu potencial de engajamento, é preciso se atentar a três fatores principais:

1. **Contar com uma plataforma de engajamento omnichannel;**
2. **Analisar constantemente métricas de desempenho para aplicar melhorias internas;**
3. **Investir na alta personalização da comunicação com o cliente.**

E, na Twilio, **você encontra tudo o que precisa para oferecer um atendimento de alto nível** pelo WhatsApp e nos canais de contato mais importantes para sua empresa.

Quer transformar o relacionamento com seu cliente e investir no crescimento em escala do seu negócio?

Fale com um especialista da Twilio e veja na prática como facilitar a execução e análise de estratégias de marketing e vendas digitais.

[Clique aqui e transforme seu atendimento!](#)



As empresas líderes da atualidade confiam na Plataforma de Engajamento do Cliente (CEP) da Twilio para construir relacionamentos diretos e personalizados com seus clientes em todo o mundo. A Twilio permite que as empresas usem comunicações e dados para adicionar inteligência a cada etapa da jornada do cliente, de vendas a marketing, crescimento, atendimento ao cliente e muitos outros casos de uso de engajamento, de maneira flexível e programática. Em 180 países, milhões de desenvolvedores e centenas de milhares de empresas usam a Twilio para criar experiências mágicas para seus clientes. Para saber mais, acesse: twilio.com/pt-br/.