



Atualmente, há muitos rumores nos negócios sobre o aplicativo de mensagens do WhatsApp, e por boas razões. O WhatsApp emergiu rapidamente como o aplicativo de mensagens para mais de 1,6 bilhão de consumidores em todo o mundo. É uma maneira rápida, simples e conveniente de conversar com familiares e amigos, criar textos em grupo, compartilhar fotos e vídeos, enviar e receber documentos e participar de conversas privadas e seguras a qualquer hora, dia ou noite. Agora, com a inauguração da API de negócios do WhatsApp, empresas de todo o mundo estão clamando por usá-lo também.

E porque não? No mundo [omnichannel atual](#) de textos, bate-papos, postagens e tweets, os consumidores querem cada vez mais interagir com as empresas da mesma maneira que se conectam à família e aos amigos. Acontece que os aplicativos de mensagens - como WhatsApp, LINE e Facebook messenger - estão assumindo a liderança como os canais de comunicação preferidos em uso atualmente. De fato, como o canal de mensagens mais popular do mundo, o WhatsApp possui a posição de liderança com usuários em mais de 180 países, liberando mais de 60 bilhões de mensagens todos os dias.

[3 Dicas de Como aumentar as vendas \(rapidamente\)](#)



É por isso que empresas progressistas em todo o mundo estão empolgadas com o potencial da plataforma WhatsApp . A API de negócios do WhatsApp permite que os desenvolvedores construam novas experiências que atingem ainda mais pessoas em ainda mais partes do mundo e resultam em engajamentos de clientes ainda mais eficazes.

Com o WhatsApp, as empresas podem enviar lembretes de compromissos , alertas de envio, notificações de pedidos , vídeos de demonstração de produtos, códigos de verificação , cartões de embarque e pesquisas com clientes de duas vias e mensagens de suporte. É imediato, mais pessoal e internacional ao seu alcance. E é protegido pela criptografia de ponta a ponta que torna o WhatsApp tão confiável. Se empregadas corretamente, as mensagens do WhatsApp podem levar suas comunicações comerciais a um nível totalmente novo de envolvimento: conversas privadas em tempo real com B2C, entregues no aplicativo de mensagens preferido do mundo.



## O que é o WhatsApp Business e qual é o seu problema?

Simplificando, o WhatsApp Business permite que as empresas enviem mensagens com segurança e segurança aos seus clientes diretamente na [plataforma de mensagens](#) do WhatsApp . Uma vantagem sobre o SMS é que o WhatsApp está vinculado diretamente a um único número de telefone e fornece um perfil comercial de marca em vez de uma série de dígitos. Isso permite que os consumidores saibam imediatamente com quem estão conversando ou recebendo mensagens. O WhatsApp também fornece informações de entrega confiáveis, fornecendo às empresas o benefício adicional de saber quais mensagens foram entregues e, por fim, lidas.

### [O que uma agência de marketing digital faz?](#)

Há também uma tendência crescente de usar as mensagens de negócios para fins de ‘ comércio conversacional ‘: permitir que as equipes de vendas e suporte respondam perguntas sobre produtos ou serviços ao cliente com mensagens ricas e contextuais que, em última análise, facilitarão uma nova transação ou manterão o cliente atual feliz.

Como o WhatsApp vem pré-instalado em muitos smartphones em todo o mundo, a adoção do usuário disparou e continua a crescer. Isso significa que seus clientes provavelmente já estão usando o aplicativo. Para estabelecer essa conexão com o cliente, tudo o que você precisa fazer é configurar um perfil comercial do WhatsApp e associá-lo ao seu número comercial. Como a presença da sua empresa está vinculada a apenas um número de telefone (códigos de acesso não são necessários!), Você pode incluí-lo facilmente em todos os seus programas de marketing para atrair mais clientes para fazer essa conexão direta com você.



## **Eu realmente preciso de outro aplicativo de mensagens?**

E-mail e SMS são os canais mais comuns que as empresas usam para se conectar com seus clientes. Eles são canais eficazes por si só. Mas em um mundo omnichannel, isso está mudando. Aplicativos de mensagens como o WhatsApp têm recursos que permitem ter um impacto mais significativo na satisfação do cliente, expandindo seu alcance, melhorando a capacidade de entrega, gerenciando custos de suporte, aumentando as conversões, aprimorando a segurança e atingindo outros KPIs comerciais importantes.

[Voice Search SEO - Guia de pesquisa por voz para sites](#)

É claro que outros canais de mensagens como SMS, MMS, RCS, LINE, Facebook Messenger - além de bate - papo e voz - terão um papel central em qualquer estratégia de comunicação comercial e provavelmente vieram para ficar. No entanto, em alguns países da América Latina, Ásia e África, é o aplicativo completo de escolha, dando a muitas empresas a chance de envolver um público global mais amplo.

O emprego do WhatsApp Business como parte de sua estratégia de mensagens pode mudar o jogo - uma ferramenta necessária para ajudá-lo a permanecer competitivo. Reunimos cinco razões para considerar o uso do WhatsApp Business nas comunicações com os clientes.

### **1. Criando conexões de marca superiores.**

Cimentar o ótimo relacionamento da marca com os clientes é o santo graal para a maioria das empresas. E o WhatsApp cumpre essa promessa, oferecendo às empresas um ambiente pessoal fechado para se comunicar individualmente com seus clientes. Com o WhatsApp, as empresas criam 'Perfis de negócios', uma identidade comercial exclusiva e com a marca



completa. Isso permite que você forneça detalhes específicos, como contatos por e-mail e telefone, links de mídia social, endereços de lojas, URLs de sites e detalhes ou ofertas comerciais adequados. Mais importante, o seu perfil do WhatsApp Business oferece a oportunidade de injetar a personalidade da sua marca a cada interação com o cliente. E como o WhatsApp verifica todas as contas comerciais, seus clientes têm certeza de que não são impostores do outro lado quando optam por se conectar a você.

Como os perfis de negócios são obrigatórios, sua identidade comercial da marca WhatsApp serve como o rosto familiar que recebe os usuários quando você os envia uma mensagem, aumentando sua confiança em você e sua lealdade aos seus negócios. E como o WhatsApp permite comunicações multimídia - pense em fotos, documentos, vídeos, slides e muito mais - as marcas têm a liberdade de serem criativas em suas conversas. Indo além de um simples texto ou e-mail, você pode infundir o espírito da sua marca de maneiras exclusivamente novas para criar conexões com os clientes ainda mais atraentes. Courtney Monroe, vice-presidente de pesquisa mundial em telecomunicações da IDC, ecoa esse sentimento, proclamando que o WhatsApp é um “canal poderoso para empresas que buscam oferecer uma experiência aprimorada para seus clientes”.

## **2. Conectando-se com clientes onde eles já estão.**

Quando foi a última vez que seu telefone comercial ou do escritório tocou? Ou a última vez que você respondeu à mala direta? Canais de comunicação tradicionais como esses - e canais digitais ainda mais recentes, como SMS e email - não estão mais atendendo apenas à demanda do consumidor. Na verdade, eles estão sendo abandonados em favor de soluções omnichannel mais convenientes. As empresas de sucesso entendem que, para oferecer experiências excepcionais aos clientes, elas precisam pescar onde estão e estar nos canais que seus clientes preferem. De fato, um estudo da Dimensions Data revela que nove em cada dez consumidores preferem usar mensagens para se comunicar com as empresas e, de acordo com a Nielsen, [56% preferem enviar](#)



[mensagens ao](#) atendimento ao cliente do que falar ao telefone.

O SnapTravel é apenas uma das organizações com visão de futuro que já adotam o WhatsApp Business. Eles entendem a necessidade de permitir que seus clientes encontrem e reservem facilmente quartos de hotel em uma variedade de canais de mensagens e recentemente expandiram seus serviços para incluir o WhatsApp. A mudança para o WhatsApp permitiu que o SnapTravel se expandisse globalmente, dando a mais clientes a liberdade de acessar o SnapTravel em qualquer aplicativo de mensagens que eles preferirem.

[5 Etapas para desenvolver um plano de email marketing B2B](#)

### **3. Envolver-se globalmente.**

Se sua base de clientes é global ou se viaja globalmente, saiba disso: no início de 2018, o WhatsApp é o aplicativo de mensagens número um em 104 países. E possui as mais altas taxas de penetração de smartphones, chegando a 95% em alguns desses países. Por ser gratuito para os usuários, o WhatsApp, em menos de uma década, se tornou o aplicativo mais popular para conversas pessoais e comerciais. Essa popularidade é incomparável na América Latina, Europa, África e Ásia, com exceção da China, que tende a preferir o WeChat para comunicações comerciais. O aumento da penetração de smartphones nessas regiões também acelerou o uso de aplicativos de mensagens como um canal preferido para transações comerciais. Se você deseja explorar um mercado mais global, o WhatsApp deve estar absolutamente no seu portfólio de comunicações.

Considere como o WhatsApp é usado pelo PATH, uma organização sem fins lucrativos de saúde global com sede em Seattle. A PATH trabalha na Zâmbia para apoiar o Centro Nacional de Eliminação da Malária com coleta de dados, pesquisa e envolvimento da comunidade. Um dos primeiros a adotar as mensagens, PATH sabia que o sucesso exigiria que o Ministério da Saúde da



Zâmbia se conectasse com os provedores de saúde da linha de frente por meio de um canal simples de usar e já empregado pelos profissionais de saúde. O uso de SMS mostrou uma promessa incrível e, à medida que o uso do WhatsApp aumentou na região, a PATH está adotando seu uso como um aplicativo de negócios para ajudar no rastreamento de envios de dados, identificar padrões de relatórios, melhorar o direcionamento de mensagens e garantir conexões mais seguras e privadas .

### **4. Promovendo conversas frente e verso.**

No WhatsApp, o bate-papo é uma via de mão dupla: empresas e clientes podem interagir diretamente. As conversas reais não pedem que um participante envie uma mensagem de texto para 'Sim' ou feche um aplicativo e disque o telefone se quiser levar a conversa para o próximo nível. Os clientes de hoje querem entrar em contato com as empresas e ter conversas reais, não apenas responder às mensagens de mão única direcionadas a elas. Isso é especialmente verdade em partes do mundo onde as interações bidirecionais não eram possíveis devido a problemas regulatórios, baixa qualidade dos números de telefone e problemas de conectividade. O WhatsApp resolve esses problemas, sendo o primeiro aplicativo a fornecer mensagens bidirecionais confiáveis e de qualidade em todo o mundo. E enquanto o WhatsApp serve como um ótimo canal para notificações como alertas de entrega, confirmações de compra e suporte ao cliente, Ele também permite uma maneira mais direta de envolver seus clientes e ter conversas bidirecionais que normalmente ocorrem em uma loja física ou por telefone. Os aplicativos são cada vez mais usados para pesquisar produtos e serviços, obter críticas e consultas, fazer um processo de pagamento, registrar uma reclamação ou reservar (ou reagendar) uma chamada de serviço - tudo sem precisar telefonar, enviar e-mail ou até mesmo visitar o site de uma marca. Hoje em dia, conversas como essas estão acontecendo em aplicativos de mensagens.

[15 razões pelas quais o marketing através das mídias sociais é obrigatório para todas as pequenas empresas](#)



Deliveroo, um serviço inovador de entrega de comida on-line, trabalha com mais de 35.000 restaurantes em 12 países e foi uma das primeiras marcas a integrar as mensagens do WhatsApp para oferecer suporte a uma experiência excepcional do cliente. Para transformar a maneira como seus clientes comem, a Deliveroo sabia que também precisava oferecer a melhor experiência possível de entrega de alimentos. Para isso, a empresa britânica optou por uma abordagem omnichannel, disponível em qualquer canal que seus clientes preferissem. “Estamos empolgados por poder oferecer notificações de pedidos e atualizações de status aos nossos clientes via WhatsApp”, diz Mike Hudack, CTO da Deliveroo.

### **5. Mensagens privadas e seguras.**

A adesão às regulamentações em andamento no país e às questões de conformidade é uma luta constante. Um dos benefícios mais significativos do WhatsApp é a criptografia de ponta a ponta e a atenção estrita à proteção da privacidade do assinante. O apelo aos usuários do WhatsApp é óbvio: os clientes querem uma maneira familiar, mas segura, de se conectar com as empresas com as quais desejam se envolver. E como a necessidade de as empresas permanecerem em conformidade e seguras é um ato de equilíbrio constante, o WhatsApp também protege as empresas. Além disso, com [a autenticação de dois fatores \(2FA\)](#) inserida no aplicativo, você pode garantir que os usuários com quem você está enviando mensagens sejam, de fato, quem eles dizem que são.

Para a Hays, uma empresa global de recrutamento, a privacidade dos funcionários é da maior importância. Ao conectar empresas de contratação com potenciais candidatos a emprego de todo o mundo, é essencial ter um fórum seguro, protegido e privado para conversas confidenciais e compartilhamento de informações. Com escritórios em mais de 30 países, a Hays aproveitou o uso da API de negócios do WhatsApp para criar um aplicativo de alerta de trabalho automatizado notificando profissionais qualificados de novos cargos da empresa, em tempo real. Os candidatos a emprego desfrutam da





exclusividade e do privilégio de serem ‘os primeiros a saber’ graças ao aplicativo Hays WhatsApp Business. E para as empresas de RH em todo o mundo, existem inúmeras possibilidades de como o WhatsApp pode ser usado no futuro, desde a realização de entrevistas confidenciais até a troca de documentação classificada até o recebimento e a revisão de vídeos candidatos – tudo isso em um aplicativo privado e seguro.

O Twilio eliminou a complexidade do processo de desenvolvimento para facilitar o funcionamento dessas empresas com a API do Twilio para WhatsApp Business.

Courtney Monroe, vice-presidente do grupo de pesquisa mundial em telecomunicações da IDC.

## **Simplesmente a maneira mais fácil e inteligente de integrar o WhatsApp Business**

A introdução do WhatsApp como ferramenta de negócios é monumental. Com seu amplo alcance, base de usuários altamente engajada e recursos avançados de comunicação, ele tem o potencial de se tornar um dos mais poderosos canais de engajamento de clientes no mercado atualmente, especialmente para as empresas que atendem a um público global. Se você deseja permanecer competitivo e se conectar genuinamente com seus clientes, inicie sua presença no WhatsApp Business o mais rápido possível. Advertência: para garantir a maior usabilidade, o WhatsApp está gradualmente embarcando nos negócios e, inicialmente, só estará lançando aqueles, como as empresas que criamos o perfil acima, que foram examinados e aprovados.

Se você estiver pronto para começar, o Twilio oferece a maneira mais simples e melhor de colocar seu aplicativo de mensagens do WhatsApp em funcionamento. Como o WhatsApp atualmente está aumentando o número de



## Cinco razões para usar a API de negócios do Whatsapp

novos aplicativos em produção, sugerimos o uso do Twilio Sandbox para WhatsApp para começar a criar e testar seus aplicativos com nossa API fácil de implantar. Quando estiver pronto para a produção, você poderá solicitar acesso ao seu próprio perfil comercial do WhatsApp , juntamente com um número Twilio dedicado habilitado para o WhatsApp. O Twilio analisará sua solicitação com o WhatsApp em seu nome.

Pronto para envolver seus clientes de uma maneira totalmente nova? Nós podemos ajudar.