O Guia do WhatsApp para empresas:

passo a passo de como usar o canal a favor do seu negócio

blip

O que eu vou ver nesse e-book?!

1. Introdução

2. Por que seu negócio deve estar no WhatsApp?

3. As diferenças entre as versões do WhatsApp

4. Mensagens vs. Notificações: qual a diferença?

5. Quais são as vantagens do WhatsApp Business API?

6. O impacto das conversas automáticas no WhatsApp

7. Regras para a comunicação com clientes no WhatsApp

8. Por que ter um WhatsApp Business API na sua empresa?

9. Empresas que usam o WhatsApp Business API em sua estratégia

8. Conclusão

Introdução

Não é novidade que o WhatsApp já está inserido no mundo corporativo. Cada vez mais, empresas de diferentes ramos de atuação têm percebido a grande necessidade de agregar o aplicativo como um canal de comunicação. Elas também têm visto o impacto significativo desse recurso na melhoria de suas interações com os clientes.

Neste material, você entenderá definitivamente os principais motivos pelos quais esse canal deve fazer parte da sua organização e qual é a versão do aplicativo que melhor se encaixa na realidade da sua empresa.

Além disso, serão pontuadas questões importantes relacionadas ao envio de mensagens para clientes via chat, quais são as implicações de segurança e de que maneira as empresas devem agir mediante a política de segurança estabelecida pelo WhatsApp.

Ademais, você saberá como as mensagens automatizadas podem fazer toda a diferença na sua comunicação e o impacto real dos chatbots, quando combinados à ferramenta de comunicação mais utilizada no Brasil.

E, para completar, neste conteúdo, você encontrará cases de empresas que revolucionaram seus processos com a implementação do WhatsApp para negócios, associados a bots inteligentes.

120 milhões de usuários ativos por mês no só no Brasil

93% dos usuários acessam o app ao menos 1 vez por dia

73% estão dispostos a fazer negócios pelo WhatsApp

Por que seu negócio deve estar no WhatsApp?

O WhatsApp foi criado em 2009, nos Estados Unidos da América. No início da sua utilização, não era possível enviar arquivos de áudio, fotos e vídeos. O WhatsApp era apenas um app de envio de mensagens de texto, que muito se assemelhava com o SMS.

E esse era o maior desafio para implementar o app nos EUA, pois, nesse país, o serviço de envio de mensagem de texto(SMS) é gratuito, e o WhatsApp **não tinha muitos argumentos competitivos** para esse contexto. Foi aí que os seus fundadores, ainda em 2009, perceberam a oportunidade de levar a ferramenta para outros lugares do mundo.

Neste mesmo ano, o WhatsApp chegou ao Brasil – e em diversos lugares do mundo – e conquistou o público rapidamente.

99% DOS BRASILEIROS
que possuem smartphones utilizam o whatsapp

Hoje, segundo o próprio site da empresa, ele possui mais de **2 bilhões de usuários no mundo**, espalhados por aproximadamente **180 países**, dos quais **120 milhões são brasileiros**.

Além da grande aderência ao uso do app no no dia a dia, em conversas entre amigos e familiares, as pessoas também desenvolveram uma preferência por **realizar compras e se comunicar com as marcas via WhatsApp**.

Pelo menos 76% dos brasileiros já interagiram com marcas pelo app, é o que diz a pesquisa Mensageria no Brasil – Fevereiro 2020.

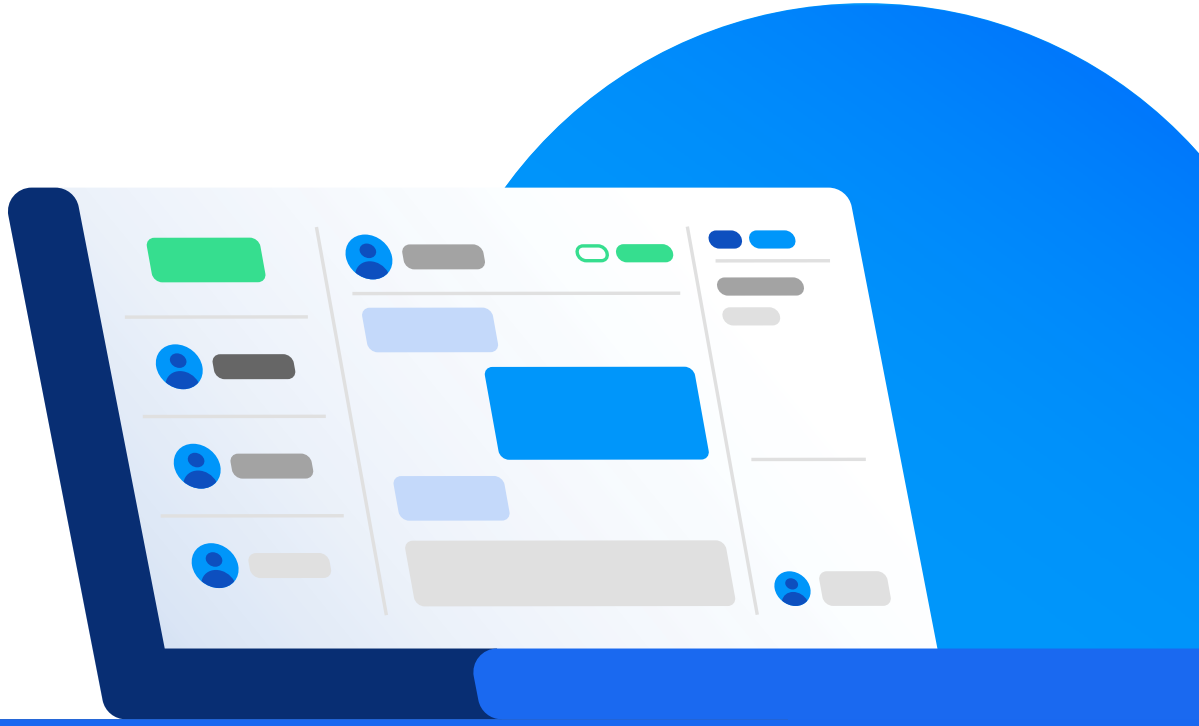
Essa mesma pesquisa aponta que 77% utilizam a ferramenta para tirar dúvidas ou pedir informações, 65% usam o app para solicitar algum tipo de suporte técnico, **61% para receber promoções e 54% para comprar produtos e serviços**.

Diante disso, fica clara a necessidade das empresas estarem nesse poderoso canal de comunicação. Pois o público, rapidamente, se sentiu à vontade para estabelecer esse relacionamento com as marcas e, principalmente, realizar compras e receber promoções pelo Whatsapp.

E, na medida em que o app se popularizou, as pequenas empresas começaram a utilizá-lo como um meio de interação com os seus clientes.

Porém, a versão inicial do WhatsApp não é uma ferramenta adequada para atender às demandas comunicacionais de empresas, pois ela foi criada pensando em trocas de mensagens entre pessoas físicas.

Portanto, em 2018, a empresa lança o **WhatsApp Business**, que nasceu para suprir essa demanda das pequenas empresas de conversar com o seu público por meio desse aplicativo tão intensamente inserido na sociedade.



As diferenças entre as versões do WhatsApp

O WhatsApp lançou a sua versão Business com o objetivo de ajudar pequenas empresas a se comunicarem com os seus clientes de forma rápida e segura. Mas quais são as principais diferenças entre as versões do app?

WhatsApp Messenger

Essa é a versão **mais utilizada em conversas entre os indivíduos comuns**, de modo geral. É a opção que permite envio de mensagens de texto e áudio, envio de arquivos de imagem, vídeo, PDF e GIFs, stickers. Além disso, realiza diversas outras funções como:

- Criação de grupos com vários contatos;
- Chamadas de voz e de vídeo;
- Listas de transmissão para envio de mensagem em massa;
- Compartilhamento de localização.

WhatsApp Business

Como citado no tópico acima, em 2018 foi lançada a versão de negócios do aplicativo. A possibilidade de criação de **conta comercial foi criada para atender às necessidades comunicacionais de pequenas empresas**.

Nessa versão, além de todas as utilidades de uma conta pessoal, na conta comercial, as empresas dispõem de funções específicas para negócios, são elas:

- Informações de e-mail, site e localização do negócio;
- Mensagens automáticas de saudação e de ausência;
- Catálogo de produtos;
- Dados de estatísticas;
- Etiquetas que permitem segmentar contatos e mensagens.

Essas utilidades são completamente voltadas para um melhoramento do desempenho comercial, porém elas foram pensadas para o uso de micro e pequenas empresas.

Ou seja, **para médias e grandes empresas, esse recurso não é o mais adequado**, pois essas empresas geralmente têm um alto fluxo de solicitação de contatos, o que demandaria uma quantidade impraticável de profissionais de atendimento.

Por isso, a empresa criou uma outra solução ideal para esse tipo de negócio: o **WhatsApp Business API**.

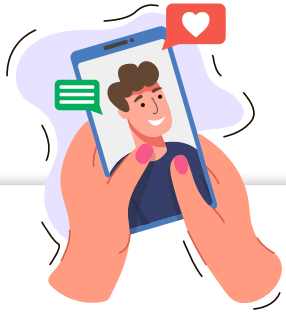
WhatsApp Business API

Visto que a versão Business não era completamente satisfatória para empresas de médio e grande porte, a empresa de Zuckerberg criou o **WhatsApp Business API**, que permite integrar chatbots ao app, tornando assim a comunicação mais automatizada.

Para grandes empresas, delegar pessoas para responder a quantidade de mensagens que chegam é inviável. Diante disso, foi permitido implementar um chatbot, um “robô de conversação”, que **responde as mensagens automaticamente, de forma personalizada e otimizada**.

Enquanto a versão citada acima possui apenas duas possibilidades de resposta automática: mensagem de saudação e mensagem de ausência fora do horário de atendimento, em contrapartida, um chatbot mantém uma conversa com o cliente e soluciona demandas operacionais, **24 horas por dia e 7 dias por semana**.

Com isso, além de todas as funções da conta comercial, é possível agregar mais essa funcionalidade tão valiosa, automatizando e melhorando a interação com os clientes.



O WhatsApp como aplicativo pessoal

Para conversas cotidianas entre familiares, amigos ou do consumidor para a empresa.

O WhatsApp Business para pequenas empresas

A versão do aplicativo para empresas que possibilita pequenos negócios interagirem com seus clientes.

API vinculada ao WhatsApp Business

Desenvolvida para empresas de médio e grande porte, a API possibilita automatizações e integrações, mas é liberada somente em parceria com um provedor oficial.

Mensagens vs. Notificações: qual a diferença?

Levando em consideração as mensagens automáticas, um ponto importante a ser esclarecido é a **diferença entre mensagens de atendimento e notificação**.

As **mensagens de atendimento** são aquelas respostas enviadas ao cliente, por um ser humano ou via bot, dentro do prazo de 24h.

Já as **notificações** são o tipo de comunicação feita primeiramente da empresa para o cliente, de forma ativa ou uma resposta ao cliente.

Desde 01/02/2022, o WhatsApp Business API apresentou um novo modelo de cobrança das notificações, implementando uma política de preço baseada em conversas

Desse modo, a cobrança é feita com base em sessões de 24h, que iniciam quando a primeira mensagem da empresa é entregue ao usuário. O objetivo do WhatsApp é que essa nova forma melhore a resolutividade das conversas e, consequentemente, a satisfação e experiência dos clientes.

Quer entender como isso funciona na prática? Veja o exemplo:

Nesse novo modelo, o WhatsApp usará dois tipos de categorias para diferenciar as conversas e precificá-las de forma distinta. As duas categorias de conversas são:

- Conversas iniciadas pelo cliente, como em atendimentos e suporte em geral;
- Conversas iniciadas pela empresa, como por exemplo em notificações de promoções, atualização de envios, pagamentos etc.

Conversa iniciada por Ana, cliente da Companhia Aérea*:

A entrega da mensagem de resposta da Companhia Aérea inicia a sessão de conversa. Todas as mensagens adicionais trocadas dentro da sessão de 24 horas farão parte desta conversa.

Ana recebeu as informações necessárias sobre a reserva, e a empresa será contabilizada apenas por uma conversa iniciada pelo usuário.

* Nomes fictícios.

Conversa iniciada pela Joalheria*

A Joalheria usou um template de mensagem para avisar Érica* que seu pedido estava sendo preparado. Isto iniciou uma sessão de conversa iniciada pela empresa.

O envio de mais de um template de mensagem em uma única sessão de conversa corresponde à contabilização de uma única conversa iniciada pela empresa.

* Nomes fictícios.

Quais são as vantagens do WhatsApp Business API?

Agora que as especificidades de cada versão do app foram expostas, nos tópicos a seguir, vamos entender as reais vantagens de usar o WhatsApp Business API como um canal de interação.

Automatização de mensagens

O benefício principal de utilizar essa variante da ferramenta é a **possibilidade de implementar um contato inteligente**, que vai responder automaticamente às mensagens recebidas e de forma personalizada. Além de resolver tarefas repetitivas e mais objetivas, esse recurso é rápido, prático e pode atender grande parte das solicitações sem o auxílio de um ser humano.

Possibilidade de atendimento híbrido

Embora o chatbot consiga resolver várias questões operacionais, como citado acima, algumas demandas precisam de uma atenção especial. Portanto, atendimentos específicos precisam ser transferidos para um profissional especializado. Neste contexto, o bot consegue **identificar essas situações e direcionar a demanda para um atendente humano**.

Esse processo é chamado de **atendimento híbrido**. É a junção da praticidade e agilidade do bot com a singularidade do profissional especialista.

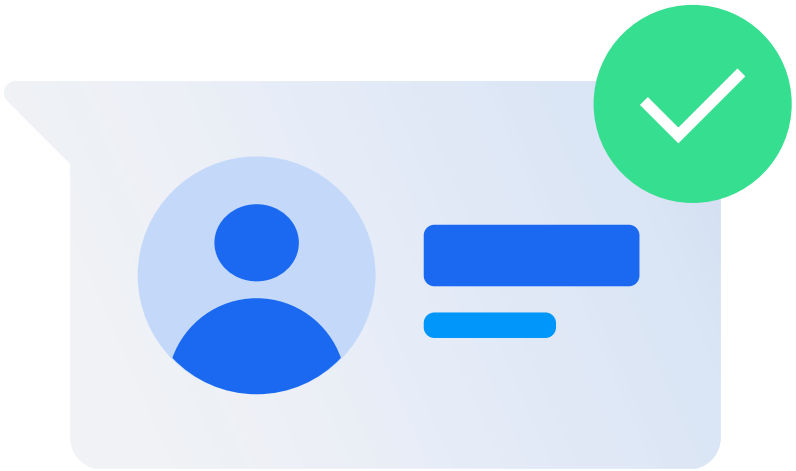
Conta verificada

A conta verificada é um elemento muito importante quando se trata de perfis comerciais. Porque, uma vez que sua conta é reconhecida e validada pelo WhatsApp, a credibilidade diante do cliente aumenta e, assim, o público se sente mais confortável e seguro ao conversar com a marca.

Canal exclusivo para atendimento

Embora essa não seja uma vantagem exclusiva para contas de WhatsApp Business API, vale ressaltar que as contas comerciais são um **excelente canal de comunicação exclusivo**. Um canal direto no WhatsApp é um meio direto e centralizado para atendimento dos consumidores.

Desse modo, as trocas de informações e conversas são feitas de forma muito mais fácil e objetiva e ficam concentradas em um só lugar.



	WhatsApp Business	API Oficial
Possibilidade de **automatização** de algumas mensagens, como de ausência de atendentes	✓	✓
Possibilidade de **incluir informações da empresa** no perfil, como site	✓	✓
Mais de 04 atendentes em uma mesma conta ao mesmo tempo	✗	✓
Atendimento em desktop	✗	✓
Possibilidade de **uso de chatbots**	✗	✓
Análise de dados das conversas, como tempo médio de atendimento, horários de pico, etc.	✗	✓

O impacto das conversas automáticas no WhatsApp

Existem alguns aspectos do comportamento humano que foram sendo modificados ao longo do tempo. Especialmente em virtude das diversas novas facilidades que surgiram na última década, os hábitos comunicacionais tornaram-se mais líquidos, — como diria Zygmunt Bauman — ou seja, **ao mesmo tempo que as nossas relações são mais efêmeras elas também acontecem de forma mais rápida, instantânea e prática.**

Pensando nisso, é coerente afirmar que as conversas automáticas via WhatsApp acompanham esse novo modelo de diálogo estabelecido. Existe, por exemplo, uma relação direta de três aspectos importantes, valiosos para os clientes, destacados abaixo que comprovam essa afirmação:

- **Rapidez:** as respostas automáticas são quase instantâneas, portanto, isso reflete na economia do tempo dispensado naquela conversa;
- **Versatilidade:** o cliente lida com questões pessoais, profissionais e de compra num mesmo aplicativo, sem precisar baixar outro app;
- **Objetividade:** os chatbots identificam, por meio de palavras, do que se trata a solicitação de um usuário, com isso ele vai entregar sugestões de ações objetivas e práticas para solucionar diretamente a dúvida ou problema em questão.

Neste sentido, existe uma grande relevância da conversa automatizada quando ela é inserida no contexto geral atual, no modo como estabelecemos nossas relações e quais são as exigências do mercado para que elas aconteçam de forma eficiente.

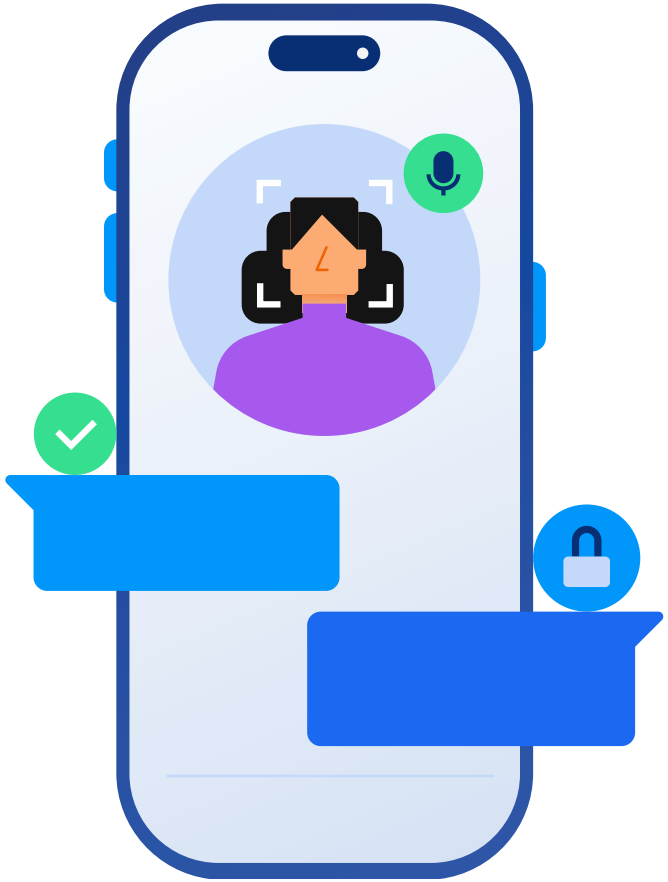
Regras para a comunicação com clientes no WhatsApp

A política de privacidade e segurança do WhatsApp é levada muito a sério pela empresa. Para garantir a segurança de dados compartilhados e para que as contas comerciais não sejam consideradas como SPAM pelo app, existem algumas regras de uso inerentes à comunicação entre empresa e cliente.

Assim sendo, é necessário entender dois conceitos que fazem parte desse processo: o **Opt-in e Opt-Out**, que foram criados para interceptar a comunicação ativa (via notificações).

Opt-in é um tipo de permissão que o cliente concede, para que uma empresa envie mensagens para a conta dele. Essa autorização pode ser feita por meio de SMS, e-mail, website ou até mesmo dentro do próprio WhatsApp, quando o cliente entra em contato com a empresa primeiro.

Opt-out é justamente o contrário. É uma recusa, um “não aceite” por parte do consumidor para o recebimento de mensagens ativas. E essa escolha precisa ser respeitada e obedecida.



Por que ter um WhatsApp Business API na sua empresa?

O WhatsApp Business API é uma ferramenta que permite automatizar conversas dentro do aplicativo, além da gestão e análise de métricas. Esta API é fornecida apenas por empresas parceiras, chamadas de provedores oficiais — e Take Blip é uma delas.

Como parceiros oficiais do WhatsApp, Take Blip pode acelerar o processo de aprovação de sua API e ajudar o seu negócio a criar conversas automatizadas no aplicativo através do Blip, a plataforma líder em criação de contatos inteligentes

Caso a empresa opte por entrar em contato diretamente com o grupo Meta para adquirir a API, é possível que esse processo seja demorado e, fazendo dessa maneira, exige-se um esforço considerável.

Além disso, o provedor também otimiza os processos burocráticos e conduz todo o processo dentro das normas do aplicativo.

Empresas que usam o WhatsApp Business API em sua estratégia

Coca-Cola Brasil

A Coca-Cola, embora tenha uma bagagem gigante de experiências corporativas, ainda tinha uma necessidade de fazer uma transformação digital. Neste processo, a contratação de um chatbot foi fundamental para **criar uma comunicação digital eficiente, para 9 empresas diferentes, preservando a individualidade de cada uma delas**.

Para isso, foram criados 5 bots, chamados **KO BOSS**, que atende às demandas de 5 áreas específicas:

- Gestão de pedidos
- Gestão de entregas
- Serviços técnicos
- Meios de pagamento
- Atendimento

São chatbots que trabalham em conjunto, para suprir as necessidades de cada setor específico. Esse é um ótimo exemplo para demonstrar como um chatbot pode ser trabalhado, pensado e construído de acordo com a necessidade de cada empresa.

Além disso, foi desenvolvido uma assistente virtual de relacionamento para a Coca-Cola: a Kora. Ela é desenvolvida e treinada regularmente por especialistas. Também usa a NLP (Processamento de Linguagem Natural) para conversar com os clientes, principalmente em assuntos sensíveis como em momentos de reclamação.

De acordo com a empresa, logo na primeira promoção com o uso do WhatsApp, foram **81 milhões de mensagens trocadas**, um resultado que nem mesmo os profissionais da Coca-Cola esperavam.

TruckPad

O TruckPad é um aplicativo que surgiu para ajudar os caminhoneiros autônomos do Brasil. Ele localiza e mostra para os caminhoneiros quais cargas de entrega estão mais próximas da sua localização. Ou seja, a TrackPad é uma ponte entre caminhoneiros que buscam por mercadorias a serem entregues e empresas que precisam realizar esse fretes.

Os caminhoneiros, segundo a empresa, usam o WhatsApp como seu principal canal de comunicação e informação. Por isso, a empresa viu a **urgência em criar uma conta comercial no app de mensagens** para centralizar a comunicação e torná-la mais simples.

Uma das dores que foi eliminada no dia a dia da empresa foi a de não ter dados sobre as conversas que aconteciam com o seu público principal. Depois da inserção do WhatsApp Business API, por meio do Blip, eles puderam perceber que, mensalmente, são:

2500 usuários únicos

15 mil tickets atendidos

Mais de **100 mil** mensagens trocadas

Essas informações são importantes para a empresa entender qual é o cenário atual de funcionamento, quantas mensagens são necessárias para fechar cargas e, com isso, **criar estratégias eficientes para melhorar os seus processos**.

Facily

A Facily é uma empresa de social commerce, que reúne diversos produtos vendidos a preços baixos. A ideia é incentivar as pessoas a realizar compras coletivas com os amigos.

Para a Facily, o WhatsApp se tornou a **ferramenta central para o seu modelo de distribuição** de links, convites para compartilhar com amigos e incentivá-los a comprar juntos. Segundo a empresa, o uso do WhatsApp Business API foi fundamental para habilitar o modelo de social commerce.

Um dos maiores benefícios que a marca teve com a parceria com o Blip foi a possibilidade de ter acesso às métricas de atendimento, trazendo melhorias significativas para a operação da empresa.

Conclusão

Não há como negar, o uso do WhatsApp para negócios é uma estratégia completamente eficiente, valiosa e poderosa.

Estar onde os clientes estão, comunicar-se com eles de forma fácil, ágil, prática e automatizada são benefícios que resultam em **redução de custos e grande otimização de processos**.

Cada versão do WhatsApp tem suas particularidades e elas podem ser aproveitadas a favor de cada tipo de negócio. Em especial, a variante do WhatsApp Business API veio para revolucionar a forma com a qual a comunicação acontece entre cliente e empresa. De acordo com as necessidades de cada empresa, é possível criar soluções precisas para solucionar diversos problemas e dores comunicacionais.

De fato, **as oportunidades são inúmeras quando se trata de chatbot integrado com WhatsApp**. Essa junção pode gerar resultados incríveis, melhorias exponenciais e evoluções notórias.

🚀

Conheça a Blip

Somos uma plataforma de **conversas inteligentes**, pensada para que **todas as marcas** possam evoluir a troca com seus clientes.

Temos a solução segura e completa para toda a jornada do cliente: **marketing, vendas e suporte**. Perfeita para empresas que querem fazer a diferença.

Experimente todo o poder da Inteligência Artificial com a Blip. O futuro já chegou!

Fale com a gente

blip