

WhatsApp:

ESTRATÉGIAS DE INTERAÇÃO PARA PMES

Mais de **165 milhões** de brasileiros utilizam o WhatsApp, segundo dados da We Are Social e Hootsuite. É a nação com maior assiduidade na plataforma do mundo.

O aplicativo se tornou parte fundamental da vida dos brasileiros e, por isso, empresas de todo o país não poderiam deixar de aproveitar a oportunidade em suas estratégias. Conversar com clientes e divulgar promoções nunca foi tão acessível e ainda pode ser automatizada com chatbots.

COMPLEMENTE SEU CONHECIMENTO: COMO UTILIZAR CHATBOTS NO SEU NEGÓCIO

Saiba quais são as principais estratégias de interação para pequenas e médias empresas no WhatsApp!

Suporte ao cliente

O cliente deve poder contar com você na hora de esclarecer dúvidas e resolver problemas. O WhatsApp é uma maneira fácil e eficiente de fazer isso.

- 1 - Disponibilize o link para conversar no WhatsApp em seu site e nas redes sociais.
- 2 - Mapeie todas as dúvidas comuns e programe o chatbot para respondê-las.
- 3 - Se a dúvida não puder ser resolvida dessa forma, encaminhe a conversa para um atendente humano.

Catálogo de produtos

O WhatsApp disponibiliza uma ferramenta para você incluir um catálogo de produtos que seus clientes podem acessar. Ainda é possível, para algumas contas, fazer compras direto no aplicativo, como funcionaria em um e-commerce.

- 1 - Os pedidos vão direto para a empresa por meio do canal do WhatsApp comercial.
- 2 - É possível tirar dúvidas sobre vários produtos de uma só vez.
- 3 - O pagamento é efetuado dentro da plataforma.



[Solicite ajuda do WhatsApp Business para saber como isso funciona.](#)

Coleta de feedback

Já que você tem esse contato direto com o cliente, por que não aproveitar para saber sua opinião sobre produtos ou serviços?

Depois de uma compra, você pode configurar o envio de uma mensagem automática solicitando feedback sobre a experiência de compra.

Não deixe de acompanhar os resultados e aplicar mudanças, se necessário.

Garanta que o cliente deu consentimento para o envio desse tipo de mensagem.

Qualificação de leads

Você sabia que pode usar o WhatsApp para saber mais sobre seu consumidor e entregar conteúdo e promoções que interessam a ele?

Treine os pré-vendedores para fazerem perguntas ao cliente, que ajudem a entender qual o problema dele e como sua empresa pode oferecer a solução.

Evite que essas perguntas deixem o contato maçante. A ideia é abordar com perguntas que ajudem a pessoa a refletir sobre o que ela precisa.

Algo como: o que fez você buscar a nossa empresa? Como imagina que nossa ferramenta vai ajudá-lo?

Imagine o atendimento via WhatsApp como uma miniconsultoria que traz valor ao cliente.

Importante: caso seja viável, você pode até fazer essa qualificação de informações por processos automatizados com a utilização de Bot, por exemplo.

Anúncios

Você também pode fortalecer sua estratégia de mídia para com o WhatsApp.

Divulgue em canais de tráfego pago o link de contato do seu WhatsApp.

Saiba que anúncios no Facebook e no Instagram (empresas do grupo Meta) podem direcionar o usuário para o aplicativo.

Promova o botão "Enviar mensagem" na sua página do Facebook.

LEIA TAMBÉM: GUIA INICIAL DO FACEBOOK PARA PEQUENAS EMPRESAS



Envio de comunicação transacional

O WhatsApp pode ser utilizado para o envio de comunicação transacional ao cliente, que são disparadas depois de certas ações por parte dele. O usuário pode receber:

Aviso sobre a expedição de um produto e o prazo de entrega.

Confirmação de compra.

Lembrete sobre um compromisso chegando.

MARKETING HUMANIZADO: O QUE É E COMO COLOCAR EM PRÁTICA"

Divulgação de promoções

Com o devido consentimento, usuários que desejem, podem receber promoções diretas em seu WhatsApp.

Crie um planejamento detalhado das promoções anuais.

Evite bombardear demais as pessoas.

Garanta que a mensagem será útil para seus clientes.

LEIA TAMBÉM: PROMOÇÃO DE VENDAS PARA MELHORAR O DESEMPENHO COMERCIAL



DICA BÔNUS: COMO COMEÇAR

Se você ainda não utiliza o WhatsApp para impulsionar seu negócio, aqui vai um passo a passo:

1 A versão corporativa do WhatsApp se chama **WhatsApp Business**. Você deve baixar esse aplicativo para começar.

2 Insira as informações sobre seu negócio, como endereço, telefone e horário de atendimento.

Muita atenção aqui. O WhatsApp liberou para usuários brasileiros a descoberta de empresas. Clientes poderão olhar uma lista de negócios próximos direto no aplicativo. Não deixe de colocar o endereço da sua empresa.

3 Configure a mensagem automática que avisa sobre o horário de atendimento.

4 Insira o catálogo de produtos.

5 Compartilhe o link curto de acesso ao seu contato comercial no seu site e nas redes sociais.

6 Deixe tudo organizado utilizando as etiquetas de contatos do WhatsApp, como "novo cliente" ou "cliente em potencial".

Agora você tem o que precisa para começar a conversar com seus clientes via WhatsApp. Pronto para vender mais?

Se gostou de conteúdo, continue acessando o nosso **portal Inovação Sebrae Minas**.