



EBOOK 
WhatsApp
para Negócios

[eBook] WhatsApp para Negócios

Tudo o que você precisa saber para tirar o máximo proveito desta ferramenta e potencializar seu negócio

Introdução

Após os saltos de tecnologia que vivenciamos nos últimos anos, precisamos destacar que agora é a era do Mobile Marketing. Para quem quer garantir uma vantagem competitiva no mercado e atrair mais clientes, atingir o público nos smartphones é essencial. Por isso, precisamos falar do uso do WhatsApp para Negócios, um canal que todas as marcas precisam utilizar.

Com mais de 2 bilhões de usuários em todo o mundo – número alcançado em 2020 – o WhatsApp está sempre nas posições mais altas na lista de redes sociais mais usadas. Só no Brasil, são 120 milhões de usuários.

Na prática, o uso do WhatsApp como ferramenta de Marketing acontece por conta de 5 fatores decisivos:

- - Seu uso é gratuito;
- - É o app mais utilizado pela população, com frequência de uso diário;
- - É muito simples de usar;
- - Facilita o atendimento instantâneo com o público;
- - Permite ações de comunicação individuais.

Investir nesse canal de comunicação é uma tendência por conta desses motivos e de outro ainda mais importante: o WhatsApp é adaptável para diferentes tipos de negócio. Seja B2B ou B2C, ecommerce

de produtos ou venda de serviços, todas as organizações podem se beneficiar com o uso da ferramenta.

Por conta do seu potencial para envolver os consumidores de uma forma mais íntima e direta, usar este canal pode ser a chave para a melhora de desempenho de qualquer área de Marketing ou de Vendas.

Mas como podemos usar o WhatsApp para Negócios e fazer ações mais eficientes? É isso que vamos apresentar a partir de agora!

Combine suas estratégias do WhatsApp com as funcionalidades do RD Station Marketing

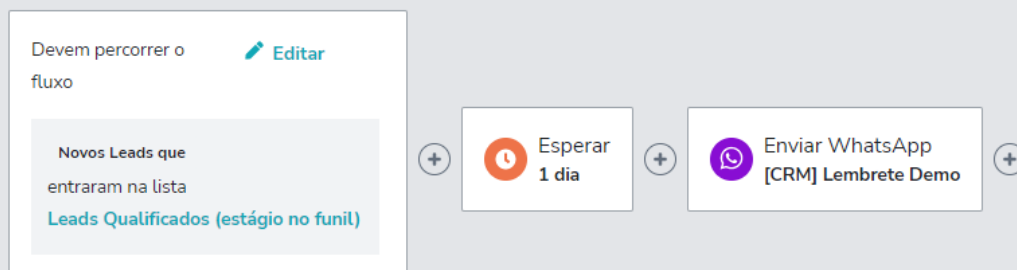
Existem diversas ferramentas de Marketing Digital no mercado, com as mais variadas funções. Mas, para fortalecer suas ações no WhatsApp, é fundamental contar com uma que possa oferecer funcionalidades eficientes para colocar tudo o que você precisa em prática.

Para escalar suas campanhas de marketing e utilizar o WhatsApp como parte de uma estratégia robusta, é importante garantir recursos que potencializem o canal e facilite a gestão no dia a dia (sem perder a força das mensagens e personalização).

É por isso que utilizar o [RD Station Marketing](#), em conjunto com o WhatsApp, permitirá que você não apenas execute campanhas de divulgação neste canal, mas também realize outras atividades, como:

- Gerar novos contatos e iniciar uma conversa dentro do aplicativo, através da nova funcionalidade Botão de WhatsApp em sites, lojas virtuais ou blogs;
- Engajar as ações de marketing para nutrir Leads e aumentar a conversão no funil com [Mensagens de WhatsApp](#) disparadas em massa na Automação de Marketing;
- Usar no processo comercial para fechar mais vendas e organizar as etapas comerciais com o [WhatStation CRM](#);
- Centralizar e escalar o atendimento no WhatsApp e outros canais digitais com a TALLOS;
- Filtrar e segmentar seus Leads;
- Implementar seus fluxos de nutrição combinando Email Marketing, Mídia paga e mais;

- Personalizar a comunicação e abordagem com cada contato (utilizando critérios de perfil e comportamento);
- Enviar Leads automaticamente para seus vendedores quando estiverem prontos para a compra;
- E muito mais!



Então, aproveite para começar seu [teste grátis do RD Station Marketing](#) (sem precisar cadastrar cartão de crédito) e acompanhe junto com o material como colocar em prática todas as ações que verá aqui utilizando o WhatsApp.

O que é e como usar o Whatsapp Business na estratégia de Marketing?

Diferente do Whatsapp pessoal, a versão WhatsApp Business é voltada para negócios e conta com diversos recursos que permitem que as empresas se comuniquem de forma mais efetiva com seus Leads e clientes.

O [WhatsApp Business](#) é a versão do WhatsApp para ser utilizada por empresas. É um aplicativo gratuito que possibilita a interação direta com clientes através de uma conta comercial do WhatsApp. Com ele, é possível usar ferramentas que classificam, automatizam e respondem mensagens rapidamente.

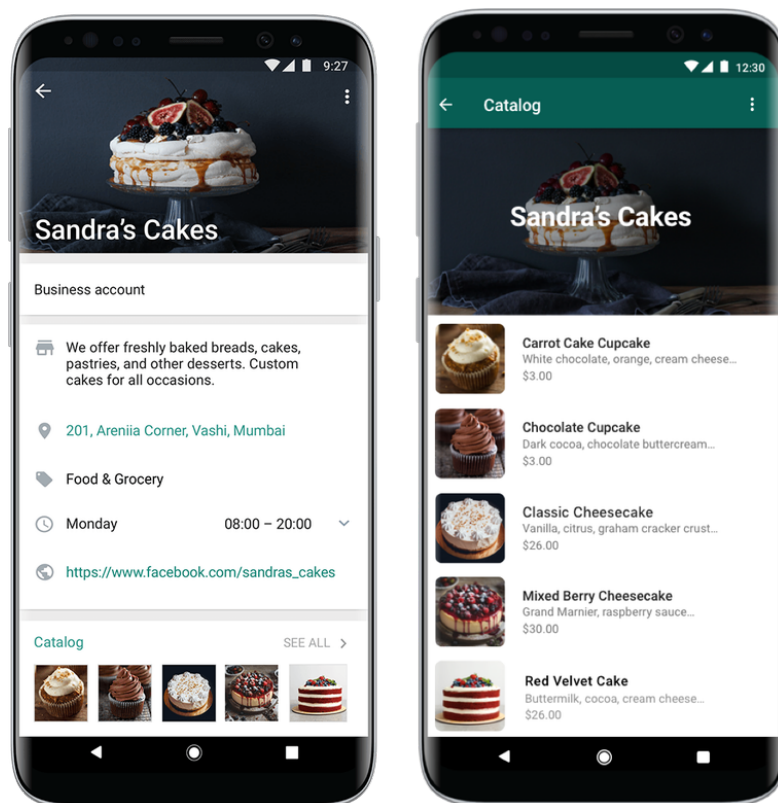
Ele está disponível para Android e iOS. Da mesma maneira que é feito com os perfis pessoais, é possível usar a ferramenta diretamente no navegador por meio do [WhatsApp Web](#). Mas, será que essa ferramenta pode ser útil em uma estratégia de Marketing?

Sabemos que hoje é comum usar uma estratégia de canais como [Email Marketing](#) ou [Redes Sociais](#) para se relacionar com o público-alvo.

No entanto, o volume de usuários que pode ser impactado com campanhas de marketing no WhatsApp é tão alto que mais de 80 pequenas empresas no Brasil afirmam que o WhatsApp ajuda na comunicação com seus clientes e com o crescimento de seus negócios

(fonte: estudo Morning Consult).

Incluir o WhatsApp como canal de aquisição e relacionamento na estratégia de Marketing traz diferentes vantagens, como a comunicação mais rápida entre empresa, Leads e clientes. E contar com a versão Business amplia ainda mais esses benefícios.



O WhatsApp Business disponibiliza funções específicas para perfis de empresas

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

O principal motivo para usar o WhatsApp nas suas ações de marketing é o tamanho da audiência do aplicativo, que torna este o canal mais atraente para qualquer ação de comunicação. Isso é ainda mais importante se a atuação da sua empresa é focada no Brasil, já que contamos com [120 milhões de usuários ativos](#).

Mas além disso, podemos listar mais 3 razões principais para deixar claro por que o seu negócio deve considerar o uso da versão Business, principalmente 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 para manter um fluxo de comunicação. 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 ainda são poucas empresas que buscam maneiras de utilizá-lo para melhorar os seus resultados. Essa é uma oportunidade que pode aproveitar;
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.

Você usa o WhatsApp pessoal para vender? Vamos explicar porque você deveria mudar

A melhor maneira de entender os problemas gerados pelo uso de uma conta pessoal do WhatsApp para vendas é através de um exemplo.

Coloque-se no lugar de seus clientes. Imagine que você queira comprar um celular novo. Você pesquisa as diferentes marcas e modelos disponíveis, checa os comentários no Google e no YouTube, avalia os diferentes preços e seleciona as possíveis lojas para comprar seu produto on-line.

Quando você escolhe uma loja, a primeira coisa que faz é visitar o site ou a [página no Instagram](#) para ver como contatá-los para realizar sua compra. Você descobre que no site eles têm um botão WhatsApp instalado, o que permitirá que você converse com um vendedor diretamente de seu telefone. Excelente!

Quando a janela de bate-papo abre no aplicativo, você descobre que o avatar do contato não tem o

logotipo da loja, mas a foto de uma pessoa. A conta também não tem uma mensagem de boas-vindas pré-definida ou respostas automáticas que expliquem quais são as horas de atendimento.

Você escreve uma mensagem para perguntar sobre o produto que deseja comprar e o vendedor não responde. Algumas horas depois, você recebe esta mensagem:

"Não estou trabalhando no momento. Eu te ligo na próxima semana."

É bem provável que você mude de loja, certo? Dá pra perceber como uma simples mensagem de WhatsApp sem resposta ou uma comunicação ruim pode significar uma venda perdida?

Tudo isso pode ser evitado com as configurações mais simples do WhatsApp Business. Ele foi desenvolvido para resolver justamente esses problemas que antes eram comuns para as empresas que contavam com o WhatsApp como um canal de comunicação.

Para resumir, listamos aqui as principais diferenças entre a versão comum e a versão do WhatsApp Business:



Veja também [WhatsApp Business: guia completo para atender melhor e vender mais com a conta comercial do WhatsApp](#)

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.

Pensando no segmento de cada empresa, podemos listar alguns exemplos de como essa ferramenta pode ser utilizada de maneiras diferentes e mais específicas:

- Escolas de idiomas e de cursos livres: usando o WhatsApp como principal canal de contato, essas empresas podem alcançar potenciais alunos com mais rapidez e eficiência, aumentando o número de respostas, melhorando a [taxa de conversão](#) nas matrículas e reduzindo os custos quando comparamos com o uso das ligações por telefone, que é o meio de comunicação mais utilizado por essas empresas;
- Instituições financeiras: para essas empresas, é comum encontrar os perfis no WhatsApp fazendo uma série de perguntas aos usuários para filtrar os primeiros atendimentos, transferindo para os atendentes responsáveis apenas quando forem dúvidas mais específicas ou complexas;
- Consultórios médicos: o agendamento de consultas é geralmente um dos principais processos utilizados pelos consultórios e clínicas através do WhatsApp. Como ele passa por uma sequência de perguntas e confirmações, fica mais simples usar um canal interativo e ágil, como é o caso do aplicativo;
- Empresas aéreas e de transporte: podem usar o WhatsApp para enviar a seus clientes confirmação de reserva e horários, notificação de check-in, cartões de embarque, atualizações de status do transporte, além de responder dúvidas que surgirem;

- Empresas de pacotes de viagem: usar o WhatsApp para compartilhar notícias sobre pacotes de viagens, preços de voos e campanhas de pontos é uma ótima opção para essas empresas. Além disso, dependendo da categoria ou do tipo de viagem que os clientes fazem, podem ser enviados conteúdos personalizados, incluindo artigos, imagens e vídeos;
- Startups e empresas SaaS: como o trabalho de relacionamento é um dos pontos principais para conseguir fechar uma nova venda, o contato com os Leads qualificados via WhatsApp é fundamental para conseguir entregar informações rapidamente e garantir que o setor comercial receberá um retorno por esse canal.

Lembrando que esses são apenas alguns exemplos de negócios. Claro que existe mais uma infinidade de funcionalidades que cada empresa pode aproveitar através do WhatsApp Business. Mas, com esses exemplos, fica claro que as possibilidades podem ser aplicadas de várias formas diferentes, relacionadas sempre com o objetivo principal e com o resultado esperado.

Para conseguir escalar seus resultados, vamos apresentar ao longo do conteúdo algumas formas de conectar suas ações pelo aplicativo com os demais canais de Marketing Digital. Mas já podemos adiantar que o [RD Station Marketing](#), a ferramenta líder em automação de Marketing na América Latina, vai apoiar seu negócio em todas as etapas.

Com as funcionalidades de segmentação de Leads e da criação de fluxos de nutrição, fica muito mais fácil falar com as pessoas certas, na hora certa.

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

O impacto do uso do WhatsApp vai aparecer nos resultados dos seus esforços e investimento em 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 aqui é o volume de pessoas que você pode impactar através 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.

Como podemos usar esses recursos para aumentar nossas vendas?

Como alguém que certamente usa o WhatsApp, você certamente recebe dezenas de fotos todos os dias em sua conta pessoal: imagens de amigos, de seus sobrinhos, de seus filhos, de algum grupo, enfim, de pessoas que querem compartilhar contigo.

Mas não é assim que uma empresa deve usar os recursos de envio de conteúdo via WhatsApp. Como empresa, você deve conversar com seus clientes de maneira personalizada e usar as funções do WhatsApp para gerar confiança e oferecer seus produtos, não para invadir o espaço pessoal de seus clientes.

Então é preciso ter um cuidado especial no uso do WhatsApp Business. Mostraremos aqui alguns usos comuns que trazem muitos benefícios.

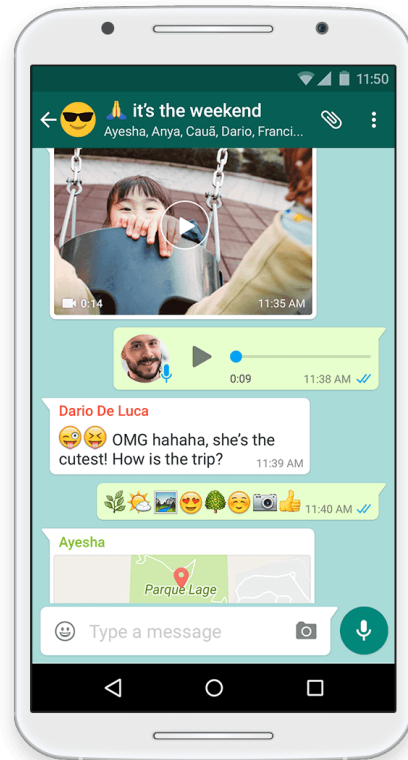
- Fotos de seus produtos: este recurso é especialmente útil para entrar em contato com os clientes que já compraram em seu site e estão aguardando a chegada de um produto. Muito útil na fase pós-venda. Lembre-se que um cliente satisfeito voltará para você;
- Imagens de ofertas: imagine, por exemplo, que novos produtos tenham sido adicionados ao seu estoque. Não é interessante que seus clientes regulares descubram essa novidade? Use imagens

para informá-los sobre suas últimas ofertas;

- Newsletter com descontos: um excelente recurso para agregar valor às suas conversas. Mas lembre-se das regras de spam sobre as quais falamos anteriormente.

Aqui estão mais algumas dicas rápidas para conseguir usar o WhatsApp como uma ferramenta de Marketing:

- Enviar conteúdo multimídia: áudios, vídeos, fotos de novas instalações, produtos e casos de sucesso de outros clientes é uma possibilidade que poucas ferramentas permitem;
- Classifique seus clientes através da função de rótulos: para conhecê-los melhor e realizar uma comunicação mais eficaz e menos invasiva, conte com essa função da versão Business;
- Peça sugestões a empresas: você tem referências de empresas que usam o WhatsApp? Converse com elas para entender como desenvolvem continuamente campanhas de marketing do WhatsApp;
- Use mensagens curtas e diretas: lembre-se que, acima de tudo, seu objetivo é seduzir, intrigar e agregar valor aos seus clientes;
- Use frases persuasivas: "por tempo limitado" ou "últimos lugares disponíveis".



Os recursos multimídia do WhatsApp ajudam a personalizar a comunicação com seu público.

Transforme visitas do seu site em conversas

Aproveite o potencial do seu site para gerar novas conversas no WhatsApp.

Qual é a principal função do seu site? Apesar das várias respostas que vêm a sua mente, certamente uma das principais funções é vender.

Se o seu produto/serviço necessita algum tipo de contato para que a venda aconteça, é melhor se atentar à seguinte informação: pesquisas indicam que o WhatsApp é o melhor canal para se aumentar o número de contatos com sua empresa, sendo preferido por [89 dos consumidores](#) .

Logo, ao facilitar que um visitante do seu site entre em contato nesse canal, você não só estará aumentando a geração de Leads por meio de seu site, mas também estará dando sequência na conversa através de um canal com excelentes taxas de conversão em vendas.

É por isso que um objetivo importante é transformar visitas do seu site em conversas pelo aplicativo. Para isso, a melhor maneira é contar com o botão do WhatsApp no seu site.

Crie um botão de WhatsApp para o seu site

Uma ótima forma de transformar visitantes do seu site em oportunidades de negócio é incluindo um

botão flutuante com o logo do WhatsApp no seu site ou em Landing Pages, permitindo que eles entrem em contato com a sua empresa através deste canal de maneira simplificada.

A funcionalidade [Botão de WhatsApp](#) no menu Converter do [RD Station Marketing](#) permite incluir um ícone da rede social de uma maneira bem simples. Você ainda consegue gerar um Lead desse contato, já que ele precisa preencher um formulário com seu email e outras informações que poderão ser personalizadas pela sua empresa para começar o contato.

Por padrão, o RD Station Marketing gera um novo evento de conversão sempre que seu Lead iniciar uma nova conversa com você.

Landing Pages

Pop-ups

Campos personalizados

Botões de WhatsApp **BETA**

A criação dos botões do WhatsApp está entre as funcionalidades de conversão do RD Station Marketing

Uma vez criado, é possível ligar e desligar o botão no seu site diretamente pelo RD Station Marketing, sem precisar alterar nenhuma linha de código, pois ele utiliza o mesmo Código de Monitoramento.

Comece uma conversa com os visitantes do seu site de forma muito mais rápida

Imagine a página inicial do seu site como uma daquelas vitrines de loja de rua. Muita gente está ali só para “dar uma olhadinha”. Mas, essa olhadinha já demonstra um certo interesse na sua empresa ou no que ela tem a oferecer.

Na geração do remarketing (em que seu concorrente pode estar na aba seguinte) e do “quero tudo pra ontem”, é muito importante que o seu site ofereça tudo o que a pessoa precisa, no momento certo. Quer mais informações? “Leia esses artigos”. Quer fechar uma compra? “Aqui está o carrinho”. Quer falar com a minha empresa? “Estamos aqui!”.

É por isso que o Botão de WhatsApp do RD Station Marketing promete mudar não só sua estratégia de marketing pelo WhatsApp, como sua estratégia de Marketing Digital como um todo! Ele permite que você posicione um ícone clicável com o logo do WhatsApp em qualquer página do seu site.



Aparência do Botão do WhatsApp para sites

Ao clicar no ícone, uma janela-formulário se abre, permitindo que o usuário a preencha com nome, email e telefone para poder entrar em contato com você diretamente pelo aplicativo.



Simulador: Financiamento de Imóveis

Faça uma simulação conosco e descubra as melhores condições de financiamento para o seu imóvel.

Cadastre-se e receba um atendimento exclusivo do nosso time de corretores:

Cidade*

Nome*

Email*

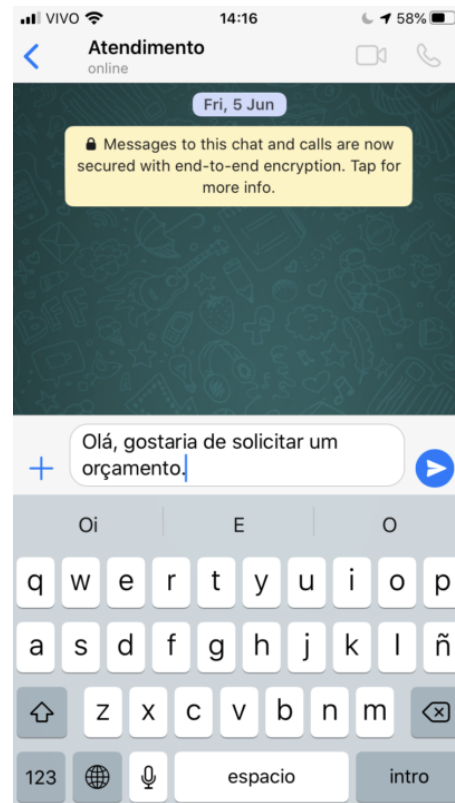
Empresa*

Cargo*





Depois que o seu visitante clica no ícone do WhatsApp e preenche os campos do formulário com os dados, ele é redirecionado automaticamente para uma janela de conversa do número de WhatsApp configurado.



Todas as informações do contato vão diretamente para o email, garantindo que além de agilizar o processo de iniciar uma conversa com seus visitantes, você já comece o papo com algumas informações sobre o seu contato.

Como ter agora o Botão de WhatsApp no seu site?

Para que todos os negócios consigam aproveitar essa oportunidade de gerar novos contatos, nós da RD Station estamos liberando de forma gratuita a inclusão do [Botão do WhatsApp para Sites](#)!

Quer saber como colocar agora nas suas páginas? Primeiro de tudo, acesse o [site da ferramenta gratuita](#)

.



GERADOR DE BOTÃO DE WHATSAPP

Capture facilmente o contato dos visitantes do seu site

Em 2 minutos você **cria um botão de WhatsApp**, instala no seu site e fica de portas abertas para receber mensagens de pessoas interessadas nas suas ofertas.

Vamos criar seu botão gratuito Passo 1/2

Qual mensagem mostrar no topo para seus clientes?

Qual número de WhatsApp você quer usar?

Em qual email você quer receber os contatos do Whatsapp?

Qual seu nome?

Criar Botão de WhatsApp

Ao preencher o formulário, você está ciente que a RD Station poderá enviar comunicações de acordo com os seus interesses. Você pode modificar as suas permissões a qualquer tempo. Para mais informações sobre as nossas práticas para respeitar a sua privacidade, confira a nossa política de privacidade



Você será encaminhado para o formulário de personalização do botão que será inserido em seu site. Preencha com uma mensagem bem chamativa, é ela que será exibida assim que o seu visitante clicar no ícone do WhatsApp. Em seguida, preencha com o número de telefone do WhatsApp da sua empresa, juntamente com o seu melhor email. Os Leads capturados serão encaminhados para ele!

Vamos criar seu botão

Passo 1/2

Qual mensagem mostrar no topo para seus clientes?

Olá, me conta quem é você para iniciar a conversa!

Qual número de WhatsApp você quer usar?



+55

Em qual email você quer receber os contatos do Whatsapp?

Qual seu nome?

Criar Botão de WhatsApp

Ao criar o seu botão você concorda com a [política de privacidade](#)

Um código em HTML será gerado, para que você inclua no código fonte do seu site:

Está quase pronto!

Passo 2/2

Inclua este código em seu site:

Copie e cole este código antes da tag </body>

```
<script>window.rwbp={email:
'leonardo.bressiani@resultadosdigitais.com.br',phone:
'5519992311481',message: 'Olá! '}</script><script
```

Copiar

Utiliza alguma dessas ferramentas? Confira o passo a passo!



Outras
plataformas

Como você pode ver, abaixo do código fonte, disponibilizamos alguns tutoriais para facilitar a inclusão do código em seu site. Sim, você mesmo pode fazer, sem a necessidade de conhecimento avançado em HTML.

Simples assim! Em 3 passos, você já estará capturando os contatos dos visitantes do seu site de maneira totalmente gratuita.

Case de sucesso com o uso do botão do WhatsApp no site

Uma das empresas que representam um verdadeiro case de sucesso no uso do WhatsApp no site é a agência [8D Pro](#). É isso que relatam Marcos Andrade e Gabriela Honorato:

No dia a dia, nossa equipe usa o aplicativo durante todo o nosso funil de vendas. É um grande aliado em cada momento da estratégia e já traz resultados expressivos.

Com o botão de WhatsApp, funcionalidade do RD Station Marketing, estando em páginas estratégicas do nosso site, 22,7% de todos os Leads gerados hoje pela agência vêm através do aplicativo. E nos nossos clientes não é diferente.

Com nossa cliente, a cirurgiã dentista Dra. Astir Jorge, implementamos o botão do WhatsApp. Hoje, os Leads gerados por esse canal representam 52,5% da conversão de toda a estratégia. Ou seja, independentemente do segmento ou modelo de negócio, seja B2B ou B2C, o WhatsApp pode impulsionar suas vendas.

Lembrando que esses ótimos resultados foram alcançados com a combinação do Botão do WhatsApp

junto do gerenciamento dos Leads através do [RD Station Marketing](#). Então que tal seguir o exemplo da 8D Pro no seu negócio? É só fazer o teste grátis da ferramenta e começar a usar:

Desenvolvendo uma estratégia de Marketing completa com 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 o fato de 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.

Criar um calendário de envio de mensagens

A frequência de envio de mensagens dentro do WhatsApp é muito importante para ter um bom engajamento do seu público. Caso você envie mensagens demais, sua base irá saturar e a taxa de abertura/resposta diminuirá. Além de cansar seus contatos, você corre o risco de perder seu número no aplicativo, que será classificado como [spam](#).

Por outro lado, se o seu envio de mensagens for muito esporádico, sua base certamente irá desengajar e terá dificuldade de lembrar da sua marca e do seu conteúdo.

Da mesma forma que você já deve fazer nas suas redes sociais ou no blog, o ideal é estabelecer um calendário de publicações e testar os melhores dias e horários para enviar as mensagens.

Definir uma frequência

Como não existem números mágicos, vai depender das preferências do seu público para encontrar equilíbrio dos disparos de mensagens. Para saber qual é a frequência ideal existem dois caminhos:

1. Faça uma consulta com os contatos: lembra que falamos antes sobre solicitar o consentimento do Lead para receber atualizações? É nessa conversa que você pode perguntar a frequência com que a pessoa quer receber contato;
2. Faça testes: defina uma frequência baseada no que está funcionando melhor com a audiência em outros canais e, a partir daí, comece a testar aos poucos dependendo da resposta no canal.

Em qualquer uma das duas opções, é importante ir ajustando segundo as respostas dos envios. Fique atento nas variações drásticas nos seguintes casos:

- Agradecimentos dos envios;
- Reclamações ou solicitações de descadastro;
- Taxas de clique nos links enviados;
- Taxa de conversão caso as campanhas sejam exclusivas para WhatsApp.

Pensar no interesse e diferentes estágios de relacionamento

As comunicações mais certas são aquelas que são contextualizadas com base no interesse do público e que geram valor no que estão buscando.

Por isso, customize o conteúdo das suas mensagens. Trate de maneira diferente quem é cliente e quem não é, quem está interessado no produto A e quem está interessado no produto B. Isso certamente irá deixá-los mais satisfeitos e aumentará suas chances de sucesso com a mensagem.

Se a base de contatos ou a carteira de produtos são grandes, é interessante pensar em ter números de WhatsApp separados para dar uma atenção específica para cada um. Por exemplo, você pode pensar

em ter um número para Leads e, depois de fechar a venda, ter um novo contato com um telefone dedicado aos clientes.

Conte com o WhatStation

Sabendo que as informações de compras e atividade de vendas são registrados no seu [CRM](#), é importante ter em conta que WhatsApp pode não dar conta por si só para acompanhar as estratégias de vendas.

Pensando nisso, oferecemos a integração do [WhatStation](#), uma extensão gratuita para Google Chrome que conecta seu WhatsApp Web ao [RD Station CRM](#).

Na extensão, é possível usar as principais funções do CRM de forma integrada ao WhatsApp por meio de uma barra na lateral em que os contatos podem ser gerenciados.

Selecione oportunidades correspondentes a cada contato, altere seu status e salve as mensagens trocadas pelo app.

Você também pode adicionar produtos à negociação e marcar vendas. Todas as informações ficarão no histórico do RD Station CRM sempre que precisar.

Neste vídeo você confere mais sobre o funcionamento do WhatStation:

<https://youtu.be/ZQb0QCrW5rU>

Para conhecer mais informações sobre a extensão, é [só clicar aqui!](#)

Como dar o próximo passo no uso do WhatsApp para Negócios?

Que tal aumentar o seu volume de vendas, tanto no WhatsApp como em outros canais, realizando ações simples?

Muitas empresas já perceberam que trabalhar com a estratégia de WhatsApp para o Marketing é um dos melhores caminhos para ampliar sua base de contatos, fechar novas vendas e facilitar a comunicação com possíveis clientes.

Contudo, existe um erro que a sua empresa não pode cometer: usar o WhatsApp de forma isolada, sem o auxílio de outras ações de Marketing Digital.

Por isso, o próximo passo é trabalhar com esse canal junto a outras ações no ambiente digital. Isso pode ser feito por meio das ações de Email Marketing, Redes Sociais ou criação de conteúdo.

Seguir por esse caminho vai proporcionar benefícios para você e sua empresa como, por exemplo:

- Otimizar seu tempo;

- Ampliar o volume de vendas;
- Garantir vendas recorrentes, sem a necessidade de ficar respondendo a todos os contatos de forma isolada;
- Criar uma estratégia de crescimento robusta, utilizando a conexão com as demais ações de Marketing Digital.

Você pode criar um planejamento completo que transforma as ações do WhatsApp no seu principal canal de comunicação personalizado. Mas em paralelo, você continua impactando seus contatos através de outras estratégias utilizadas em conjunto.

Importância da união entre a sua estratégia de WhatsApp com o Marketing Digital

Apesar de ser um dos aplicativos que mais utilizamos ao longo do dia, o WhatsApp não é o único. Certamente a sua audiência vai acompanhar várias vezes o [feed do Instagram](#) e os emails que chegam na caixa de entrada, só para citar alguns exemplos. Isso significa que o seu público também pode ser impactado através de outros canais de marketing.

Aliás, o recomendado é que você diversifique ao máximo suas estratégias. É preciso atuar em espaços

diferentes para garantir que irá chamar a atenção do seu público da melhor maneira possível.

Ficar em apenas um canal - principalmente no WhatsApp, que é amplamente utilizado para troca de mensagens pessoais - pode ser um risco para sua operação. Há grandes chances das suas mensagens ficarem perdidas em meio a tantas outras se você não diversificar as formas de contato.

Em resumo, fazer essa junção é importante por dois motivos:

- Garantir que tenha bons resultados com o WhatsApp, utilizando o canal na medida certa;
- Manter a atenção do seu público em toda a jornada de compra, aumentando suas [taxas de conversão](#)

Sabemos que uma das principais dificuldades para quem utiliza apenas a estratégia de WhatsApp no seu dia a dia é a falta de prática com outros canais.

Mas para resolver esse entrave, você pode recorrer a uma das principais ferramentas de Automação de Marketing do mercado: o RD Station Marketing, que, além de tornar muito mais rápido o atendimento dos visitantes do seu site através do Botão de WhatsApp, como já vimos aqui, também fornece funcionalidades intuitivas para começar agora mesmo a investir nas outras ações de Marketing Digital.

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 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.

Através 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.

No RD Station Marketing, você consegue aproveitar a funcionalidade de envio de Email Marketing para utilizar modelos prontos de layout, fazer Teste A/B no assunto das suas mensagens e ainda acompanhar de perto todas as principais métricas desse canal, como a taxa de abertura e o número de cliques.

Além disso, também é possível gerar mais fluxos para o seu WhatsApp fazendo uso de CTAs ([Call To Actions](#)) que direcionam seu Lead para uma conversa no aplicativo.

Enviado em
13 de Setembro de 2017,
08:02

Assunto
Feito com ♥ pelos Heroes

Estadísticas Eventos Leads da Campanha Pontuação de Lead Scoring

Visualizar email

Taxa de abertura ⓘ
17,01% / 391

Taxa de clique ⓘ
1,04% / 24

Bounces (total) ⓘ
268 / 10,44%

Soft bounces ⓘ
209 / 8,14%

Hard bounces ⓘ
59 / 2,30%

Emails descartados ⓘ
17 / 0,66%

Descadastramentos ⓘ
13 / 0,57%

Marcados como spam ⓘ
0 / 0,00%

Detalhes do Email

Entregues com sucesso ⓘ
2.299 / 89,56%

Emails enviados ⓘ
2567

Leads selecionados
2.584 [Ver detalhes](#)

Enviado para as Segmentações
• Todos os contatos da base de Leads

Email do remetente
isa@heroes.com.br



Links clicados

URL	Cliques
www.url.com.br	1
www.segundaurl.com.br	10
www.url.com.br/cadastro	1
www.facebook.com/heroes	15
Descadastro	13

Acompanhamento dos resultados de uma campanha de Email Marketing

Mas para fazer um trabalho que forneça melhores resultados, você ainda consegue utilizar a ferramenta para segmentar sua base de Leads, selecionando aqueles que possuem apenas uma característica em comum, que pode ser “ter vindo de alguma campanha específica realizada através do seu WhatsApp”,

por exemplo.

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, também presente no RD Station Marketing, você vai conseguir 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.

E com o RD Station Marketing, você ainda conta com outras vantagens e diferenciais para maximizar seus resultados:

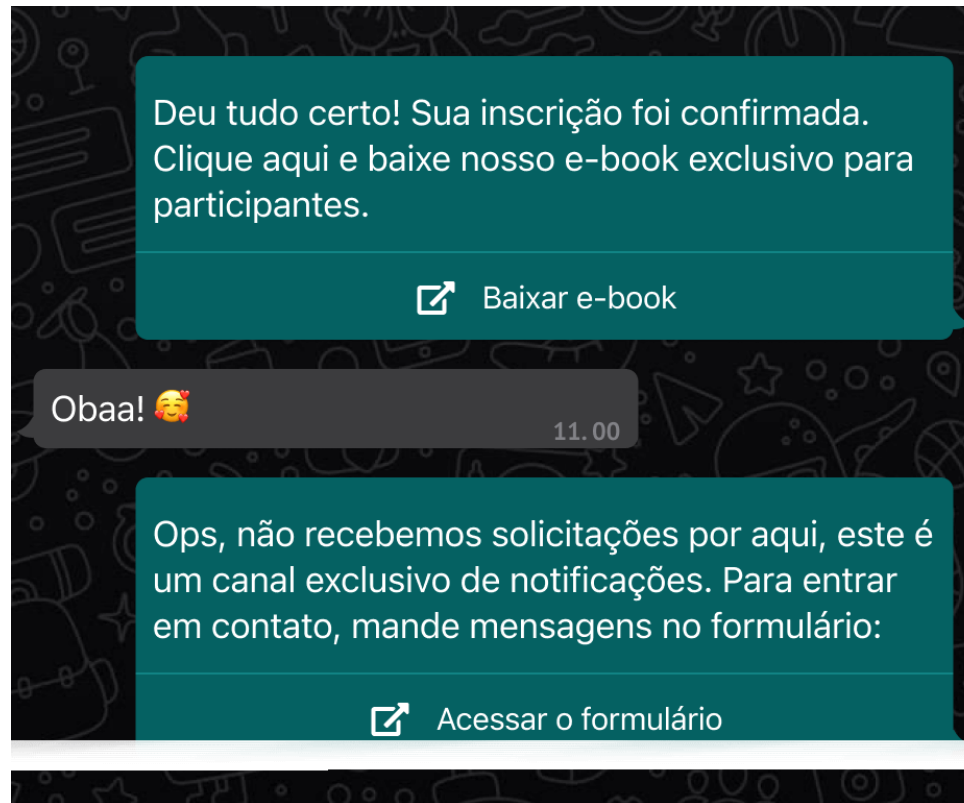
- Editor visual: crie e visualize fluxos simples ou complexos com o editor visual. Arraste-e-solte ações para construir caminhos personalizados e ajudar seus Leads a darem o próximo passo;
- Evite tarefas repetitivas: faça a gestão de Leads automaticamente e aumente a produtividade. Organize seus Leads no funil de vendas, identificando e enviando oportunidades para seus vendedores na hora certa;
- Olhe para as métricas que realmente importam: acompanhe em gráficos quantos Leads Qualificados, Oportunidades e Vendas foram geradas com participação de fluxos ao longo do tempo. Saiba o retorno do investimento de cada automação.

Dessa forma, você cria uma máquina de geração de Leads e relacionamento que vai funcionar 24 horas por dia.

Leia também [Como avançar da estratégia de Email Marketing para a Automação de Marketing](#)

Crie e programe mensagens em massa para o WhatsApp

Imagine se fosse possível enviar mensagens automáticas para o WhatsApp dos seus contatos mais preparados? Agora com o [RD Station Marketing](#), você consegue criar, agendar e enviar comunicações em massa para os melhores contatos (escolhendo dias e horários ou ainda disparando conforme o próprio comportamento dos usuários).



Com essa funcionalidade, você também pode:

- Dispare mensagens segmentadas oferecendo cupons de desconto, envie lembretes, convites ou material rico;
- Envie links call-to-action com links de agendamento, pagamento, pesquisa NPS ou de inscrição em

eventos;

- Crie uma resposta automática e responda rapidamente seus Leads com uma mensagem personalizada;
- Analise os resultados e veja o número de mensagens entregues e lidas e analise a eficácia do canal!

Quer saber mais? [Clique aqui](#) e conheça todos os recursos e funcionalidades disponíveis, de acordo com suas necessidades!

3 erros que sua empresa precisa superar para dar os próximos passos

Quando falamos de Marketing Digital, logo lembramos que as nossas estratégias são divididas em um [funil de vendas](#) com três etapas: Topo do Funil, Meio do Funil e Fundo do Funil.

Para cada uma delas, os seus contatos e Leads estão em um momento diferente da jornada de compra. Enquanto alguns nem sequer sabem ainda que estão com um problema que sua empresa pode resolver, outros já identificaram que possuem esse problema, sabem quais são as possíveis soluções e podem estar em vias de escolher uma delas.

Trazendo esse conceito para as ações que são realizadas a partir da comunicação com o WhatsApp, fica

claro que muitas empresas ainda trabalham de forma isolada e deixam de alcançar metas e resultados ainda melhores em cada estágio do funil.

Os erros passam pelo trabalho focado apenas no WhatsApp, ao invés de utilizar uma estratégia unificada com todas as outras ações.

Veja os 3 principais exemplos:

Erro 1: Não usar uma Landing Page ou outro recurso com formulário para capturar para os contatos

No topo do funil, nós temos dois objetivos bem específicos: mostrar que o público possui um problema e gerar novos Leads.

Com a estratégia de WhatsApp Marketing, é possível trabalhar nesse estágio para entregar conteúdos e outros tipos de mídia para os seus contatos, no intuito de educá-los sobre determinado problema. Mas para evitar esse trabalho manual de gerenciamento de informações de cada contato, você precisa utilizar as [Landing Pages](#).

Através delas, você já cria um formulário completo, com todas as informações que precisa receber. Além disso, garante a inclusão desses dados na sua ferramenta de Automação de Marketing, tudo de

forma automática.

Além das Landing Pages, também existem outros recursos que podem auxiliá-lo na captação de novos contatos, como o Botão do WhatsApp.

Erro 2: Fazer a mesma comunicação para todos os seus contatos

Enviar a mesma mensagem para todos os contatos é um erro grave em qualquer [estratégia de marketing](#). E isso seja pelo WhatsApp ou por qualquer outro canal digital.

Como vimos, alguns já sabem que possuem um determinado problema e que precisam resolvê-lo de alguma forma. Outros, porém, ainda não passaram pelo processo de educação no topo do funil.

Nesse caso, usar só o WhatsApp não permite que você faça segmentações mais avançadas, além de não se comunicar por outros canais.

Esse erro pode ser evitado através da funcionalidade de [segmentação de Leads](#) da sua ferramenta de Automação de Marketing. Com ela, você consegue escolher um fator específico ou uma pergunta entre aquelas que estão presentes no seu formulário da Landing Page ou em outros recursos de captação de dados para dividir sua base de contatos em grupos.

Essas divisões vão depender das informações que deseja captar dos seus contatos. Mas percebe que quanto maior o número de contatos, mais trabalho você teria para fazer essa divisão de forma manual? Não segmentar sua base de contatos é o que separa você de taxas de conversão ainda melhores!

Erro 3: Não utilizar um CRM conectado com sua ferramenta de Automação de Marketing

Na área de Vendas, um dos motivos para que as negociações demorem para serem concretizadas é a necessidade de validar informações que já tinham sido passadas antes.

Isso significa que um dos erros cometidos é permitir que os vendedores se comuniquem com os possíveis clientes, mas manterem as informações restritas ao WhatsApp. Dessa forma, o gestor não consegue ter visibilidade do andamento das negociações e muitas vezes as mensagens acabam ficando perdidas.

Caso não exista um banco de dados confiável de todos os seus Leads, incluindo a troca de contatos entre sua empresa e cada um deles, fica ainda mais difícil fechar uma nova venda, concorda?

Por isso, além de unir sua estratégia com as demais ações de Marketing Digital, você também pode; [utilizar um CRM](#).

É lá que você pode importar todas as informações que conseguiu com o trabalho de Marketing e ainda gerenciar as etapas da sua estratégia de Vendas. Isso inclui todas as trocas de mensagens - inclusive as que são feitas via WhatsApp.

Analise o resultado da sua estratégia de WhatsApp

Uma das maiores vantagens do Inbound Marketing é a possibilidade de medir e analisar cada estágio do funil de vendas. O WhatsApp não pode ser a exceção dessa estratégia.

Analisar a performance das campanhas no WhatsApp garantirá que elas possam ser otimizadas caso não estejam indo da forma que se planejou ou ser ajustadas investindo naquilo que trouxe um melhor desempenho.

Como falamos no início do eBook, a possibilidade de ter [botões de WhatsApp](#) no site podem permitir uma posterior análise de desempenho das estratégias. Vale lembrar que os botões podem ser incluídos em quaisquer etapas do funil.

Uma forma bastante simples de começar é medindo a taxa de conversão de visitantes para leads em

determinado período. Isso pode ser feito tanto no [Google Analytics](#) quanto no RD Station Marketing.

No caso do [RD Station Marketing](#), o botão de WhatsApp conta com um relatório exclusivo para acompanhar os resultados da campanha:



Novidades do WhatsApp para apoiar diferentes negócios

Novas funções do aplicativo vão ajudar a fechar novos negócios!

Com todo o potencial do WhatsApp para geração de novos negócios, o aplicativo passa por um processo de atualização contínua, beneficiando não só o público em geral mas também as empresas que contam com ela como uma ferramenta de Marketing e Vendas.

As mais recentes estão relacionadas com a parte de pagamentos e transferências de valores. Essas mudanças são essenciais para facilitar o processo de compra e venda entre clientes e empresas.

Confira quais as principais que você já precisa conhecer:

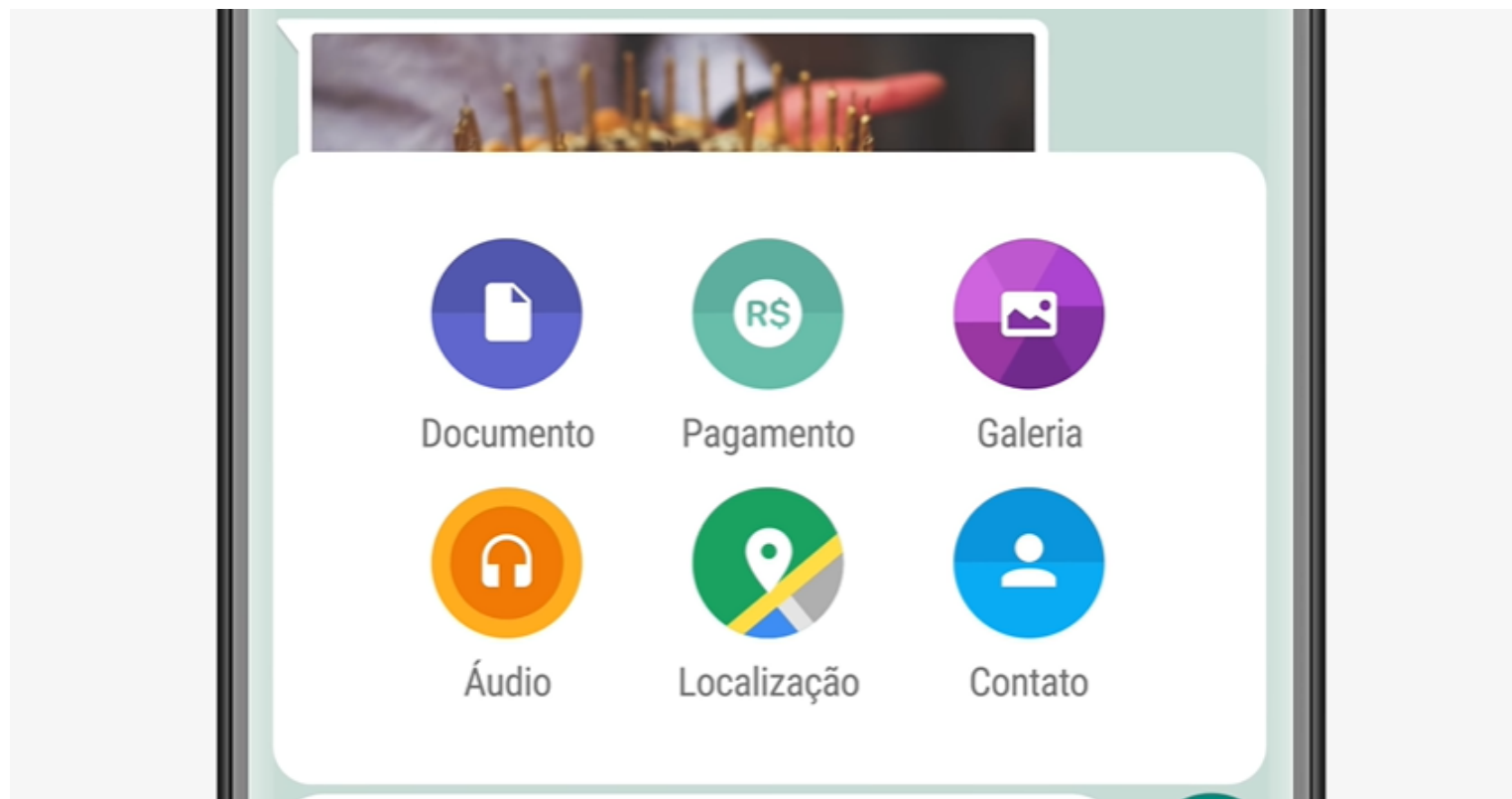
WhatsApp Pay para transferências

O WhatsApp passou, a partir de maio de 2021, a permitir a transferência de dinheiro entre usuários. O Brasil é um dos primeiros países a ter acesso às novas funcionalidades depois que o Banco Central suspendeu temporariamente a função em 2020.

A novidade vem em boa hora, já que milhões de empresas brasileiras precisam [acelerar a transição para o digital por causa da pandemia de Covid-19](#). O WhatsApp é um dos meios preferidos para começar essa [transformação](#), devido à sua popularidade no Brasil.

“Ao simplificar o processo de pagamento, esperamos ajudar a trazer mais empresas para a economia digital e gerar mais oportunidades de crescimento”, disse o primeiro [comunicado oficial da empresa](#).

A ativação e liberação está sendo gradual para os usuários. Se você quer saber se já pode usar, vá até a Play Store, no caso do Android, ou App Store, no caso do iPhone, e procure pelo WhatsApp. Se houver uma atualização pendente, a opção “Atualizar” aparecerá no lugar da opção “Abrir”.



Novo botão de pagamento aparece entre as principais funções do WhatsApp

No início, o serviço será habilitado para usuários com cartões de débito, pré-pago ou combo de 9 bancos: Banco do Brasil, Banco Inter, Bradesco, Itaú Unibanco, Mercado Pago, Next, Nubank, Sicredi e Woop Sicredi, com as bandeiras Visa e Mastercard.

Para transferências de valores entre usuários, há limites de R\$ 1 mil por transação enviada e de um total de 20 transações por dia. Para transações recebidas por mês, o limite é de R\$ 5 mil. Não há cobrança de taxas.

No vídeo abaixo podemos ver como é feito o processo de transferência:

<https://youtu.be/7E14FjCEoBU>

A integração das plataformas de conversão direta – WhatsApp, Messenger e DMs no Instagram – já é um dos focos do Facebook há algum tempo. Com os pagamentos diretos usando o WhatsApp, o modelo Pay se mostra um ativo vital para o futuro da empresa de Mark Zuckerberg.

E isso não é nenhum segredo. O comunicado de 2020 informa que “como o recurso de pagamentos no WhatsApp é oferecido pelo Facebook Pay, no futuro, queremos que pessoas e empresas possam usar os mesmos dados de pagamento em toda a família de aplicativos do Facebook.”

Plataforma completa de compra dentro do WhatsApp

Para muitas empresas que trabalham com a venda de produtos, é essencial contar com plataformas de compra online ou com um site próprio, ainda mais no período durante e pós pandemia. É com eles que os clientes conseguem escolher os produtos, adicionar no carrinho e efetivar os pagamentos.

Entendendo essa necessidade, principalmente para pequenas e médias empresas, o WhatsApp já anunciou, [em outubro de 2020](#), que vai disponibilizar em breve uma solução completa de checkout dentro do WhatsApp Business.

Com ela, os clientes poderão fazer todo o processo de compra seja realizado na mesma plataforma:

- Ver o catálogo de uma loja em um chat do WhatsApp;
- Adicionar um ou mais itens no seu carrinho;
- Fazer o pedido do produto;
- Realizar o pagamento;
- Obter respostas rápidas às dúvidas.

Tudo indica que em breve o aplicativo gerido pelo Facebook vai liberar uma versão de testes com essas funcionalidades. Você pode conferir detalhes de como será essa atualização neste vídeo de divulgação:

This is how easy we think messaging a business should be - seeing a store's catalog in a chat, adding an item to your cart, placing your order and getting fast responses to questions. We are looking forward to bringing these experiences to more people on WhatsApp! pic.twitter.com/nkJyC3dOzg

— WhatsApp (@WhatsApp) [October 22, 2020](#)

Durante o anúncio, também foi divulgado que mais de 175 milhões de usuários entram em contato com contas comerciais - que usam o WhatsApp Business - todos os dias. É só mais uma comprovação de que seu negócio precisa estar presente nesse canal.

Que tal saber em primeira mão das próximas novidades do aplicativo? É só acompanhar os conteúdos e notícias no portal [Resultados Digitais](#).

Vá além do WhatsApp Marketing criando uma estratégia entre vários canais

É hora de unir toda a facilidade do aplicativo com uma estratégia robusta e efetiva de Marketing Digital!

Depois de conhecer os erros que impedem sua empresa de alcançar resultados ainda melhores, expandindo suas estratégias para além do WhatsApp, esperamos que consiga fazer essa junção com as demais ações de Marketing Digital para alavancar suas vendas.

Para isso, é essencial contar com uma ferramenta de Automação de Marketing que possibilite utilizar várias das funcionalidades diferentes que vimos aqui, da criação de Landing Pages, passando pelo armazenamento das informações de cada um dos seus Leads, seguindo até a parte de segmentações avançadas.

Então, não deixe de colocar seu email abaixo e fazer o seu teste grátis do RD Station Marketing para poder experimentar a eficiência de recursos como criação de Landing Pages, Botão do WhatsApp e muito mais.

Essa é a ferramenta líder de mercado segundo a B2B Stack, tudo em um para gerenciar e automatizar suas ações de Marketing Digital e aumentar seus resultados!