

# WhatsApp Business ajuda a conectar clientes

**CONSUMO** » *Camila Renaux compartilha insights sobre a ferramenta para empresas*

De acordo com dados recentes da plataforma de conteúdo Mobile Time, o WhatsApp está presente em 99% dos smartphones no Brasil. Em um evento exclusivo sobre o WhatsApp Business, oferecido pela Meta, foi divulgado que 80% dos brasileiros preferem se comunicar com empresas por meio de mensagens instantâneas. Essas estatísticas revelam uma grande oportunidade para as empresas que reconhecem o potencial do aplicativo como um recurso para potencializar suas vendas.

Nesse cenário, uma pesquisa do Sebrae divulgou que aproximadamente 72% dos empreendedores no país já estão utilizando o WhatsApp Business para atrair e converter leads. “Com uma ampla gama de funcionalidades específicas para negócios, o WhatsApp Business cadastra informações úteis, como horários de funcionamento e links diretos para sites, resultando em uma comunicação muito mais eficiente. Também possibilita a criação de catálogos de produtos, a organização de mensagens através de etiquetas específicas e a automatização de respostas rápidas”, explica a consultora em marketing digital, mídias sociais e e-commerce, Camila Renaux.

O evento promovido pela Meta atraiu líderes empresariais, profissionais de marketing e vendas, bem como marcas renomadas que incorporam essa ferramenta em suas estratégias de mercado. A consultora esteve entre os convidados e, com base nos insights adquiridos, elaborou cinco dicas para aqueles que desejam impulsionar suas vendas por meio do

## Ferramenta é ideal para pequenas e médias empresas, enquanto a API do WhatsApp oferece personalizações

WhatsApp Business.

Comunicação ágil com os clientes: manter canais de comunicação acessíveis aos clientes é essencial nos dias de hoje. E, para isso, o botão de link direto para o WhatsApp em seu site agiliza a interação e ajuda a evitar objeções que, se não forem tratadas imediatamente, podem prejudicar o processo de compra.

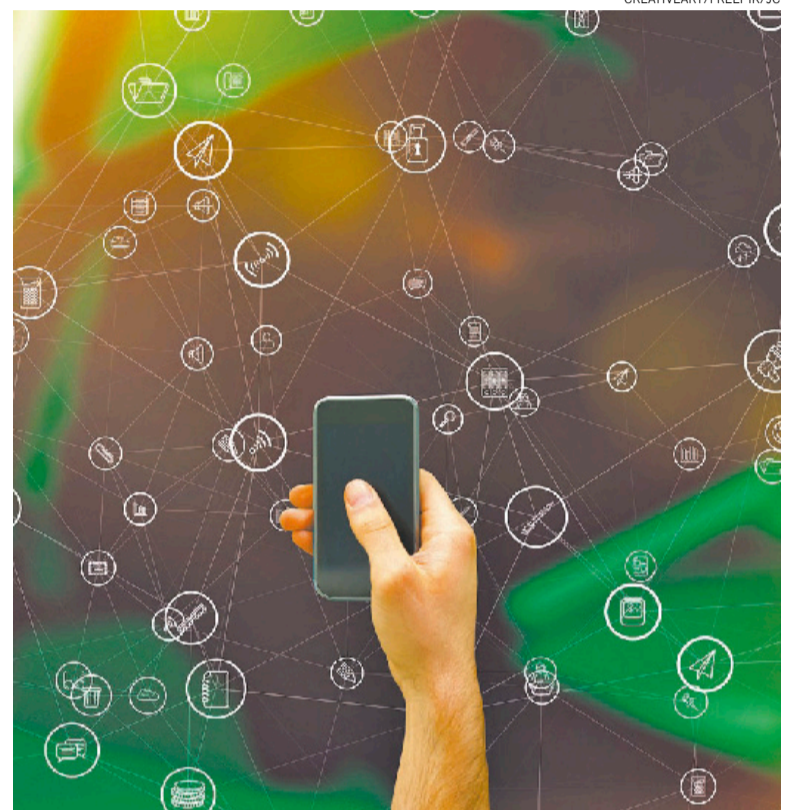
Soluções para todas as empresas: a ferramenta disponibiliza alternativas para atender empresas, independentemente de seu porte. O WhatsApp Business é ideal para pequenas e médias empresas, enquanto a API do WhatsApp oferece personalizações e funcionalidades avançadas para empreendedores maiores. É fundamental avaliar qual dessas soluções atende melhor às necessidades específicas do seu negócio. No site oficial, você pode explorar as diferentes opções e entrar em contato com a equipe de vendas para obter esclarecimentos adicionais.

A sua vitrine digital: durante o evento, também foi destacada a eficácia dos anúncios no WhatsApp para descobrir novos produtos. A opção “clique para mensagem” possibilita que clientes em potencial se conectem diretamente com as empresas por meio de

anúncios no Instagram. Isso abre oportunidades para engajar e nutrir leads com um atendimento consultivo. Essa é uma excelente chance para marcas que buscam aquecer e desenvolver seus leads, levando à conversão final.

Potencializar com mensagens pagas: as mensagens pagas oferecem às empresas a capacidade de engajar os clientes em diversas etapas da jornada de compra, respeitando as diretrizes da LGPD. Em paralelo, tive a oportunidade de entrevistar Guilherme Horn, Head do WhatsApp, e ele destacou as perspectivas da plataforma e seu foco na inteligência artificial para promover conversas humanizadas, mesmo quando automatizadas. A aplicação dessa tecnologia foi exemplificada por uma campanha inovadora na Índia. Através de mensagens pagas, a empresa britânica Cadbury conseguiu estabelecer conexões com empreendedores. Ao responder algumas perguntas e enviar áudios, esses empreendedores tinham a oportunidade de contar com a participação de uma celebridade indiana de grande renome, que, graças à inteligência artificial, era capaz de mencionar o nome exato de seus negócios em uma campanha promocional.

Atendimento e Reengajamento: o WhatsApp demonstrou ser uma ferramenta essencial para o atendimento ao cliente, especialmente durante a pandemia. Empresas como a Neoenergia confirmaram sua importância na ágil resolução das questões dos clientes. “Esse desempenho resultou em um aumento na confiança depositada pelos clientes na empresa, que agora sentem que



Aplicativo abre uma gama de possibilidades para investir em relacionamentos

a assistência está a apenas uma mensagem de distância”, destacou Inaê Franco, responsável pela gestão e performance de canais digitais da Neoenergia. Além disso, grandes empresas, como a Magalu, aproveitaram a implementação do aplicativo como um canal direto para o atendimento ao cliente, permitindo interações mais personalizadas e eficazes. Isso não apenas aprimorou a experiência do cliente, mas também reforçou a posição da empresa como líder inovadora no cenário digital. Já o O Boticário demonstrou como é possível equilibrar o atendimento humano com a escala proporcionada pelo WhatsApp, gerando resultados positivos tanto em vendas quanto em sa-

tisfação do cliente. Um fator que contribuiu foi a prática de compartilhar QR codes do WhatsApp, funcionando como um cartão de visita virtual que auxilia os clientes a salvar o contato da marca de forma prática.

O WhatsApp não é apenas uma ferramenta de mensagens, é um universo repleto de oportunidades para negócios de todos os tamanhos. “As possibilidades são praticamente ilimitadas. Portanto, é hora de se envolver e explorar o potencial que esse aplicativo oferece para estabelecer conexões mais sólidas com os clientes e otimizar as diversas fases do relacionamento com eles, sendo um impulso para seus negócios. Se joga!”, pontua Camila.

## Agilidade em Medicina e Segurança do Trabalho



Gestão em Saúde e Segurança Ocupacional



Todos os exames em um só lugar



**LTCAT**  
Laudo Técnico das Condições do Ambiente de Trabalho



**LIP**  
Laudo de Insalubridade e Periculosidade



**PCMSO**  
Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional



**PGR**  
Programa de Gerenciamento de Riscos

