2ª edição

WhatsApp Marketing



13 dicas práticas

\+ TUDO O QUE VOCÊ PRECISA SABER PARA COMEÇAR A FAZER MARKETING E GERAR VENDAS PELO WHATSAPP

Marcos Lenine

Sobre o Livro

Primeiramente, muito obrigado por baixar o e-book WhatsApp Marketing. Escrevi este livro com a intenção de mostrar ideias e possibilidades para o marketing do seu negócio, mostrar que utilizar o WhatsApp pode ser extremamente eficiente e o melhor: com baixíssimo custo. O WhatsApp é o principal aplicativo social atualmente e atingiu recentemente 700 milhões de usuários ativos mensais!

Para colher estas informações, reuni diversas publicações e materiais de terceiros que farei questão de referenciar, além de técnicas que eu mesmo apliquei em meus negócios e ensinei a meus alunos em cursos e palestras em que ministrei.

Espero que aproveite o conteúdo deste e-book e que de fato aplique e comprove o que aprendeu!

Abraços,
Marcos Lenine

Quem sou eu?



Olá, meu nome é Marcos Lenine!

Sou empreendedor, professor, palestrante e especialista em Marketing Digital, atuando desde 2008 na área. Trabalhei em grandes agencias digitais, gerenciando projetos dos maiores players do Brasil. Hoje me dedico à minha empresa, Score, uma agência digital em Belo Horizonte.

Para saber mais sobre meu currículo, visite meu LinkedIN

Veja meu LinkedIn

Meu foco está na construção de negócios que alcancem várias pessoas, gerando impactos positivos e transformadores em suas vidas.

Espero que aproveite o conteúdo e que possa aumentar suas possibilidades!

Agradecimentos

Gostaria de agradecer algumas pessoas que me ajudaram a concluir este projeto!

Primeiramente à minha família pelo apoio incondicional de sempre!

Agradecimentos especiais para o **Marcelo Sander**, do Mercado Web Minas, por ajuda com revisão do material, ao **Gutenberg Almeida**, eterno professor e colega, por apoiar o projeto, ao **Samuel Pereira** do Segredos da Audiência pelo apoio constante na jornada do marketing digital e também a **Prí Loredo**, por ter me inspirado a compartilhar meu conhecimento e impactar a vida das pessoas.

A todos, meus sinceros MUITO OBRIGADO!

Índice

1- Conceitos

A base que você precisa entender para realizar um grande trabalho com o WhatsApp.

2- Táticas

para você aplicar hoje mesmo no seu negócio e para seus clientes com o WhatsApp.

3- Conteúdos

que você pode criar para engajar seu público.

4- Bônus

Ferramentas para trabalhar com WhatsApp

Esta obra está licenciada sob Creative Commons - Atribuição – Uso não comercial - Vedada a criação de obras derivadas - 4.0 Brasil.

VOCÊ PODE:

- Copiar, distribuir, exibir e transmitir a obra.

SOB AS SEGUINTES CONDIÇÕES:

- Atribuição. Você deve dar crédito, indicando os nomes dos autores e endereço do site onde o livro está disponível para download.
- Uso não comercial. Você não pode utilizar esta obra para fins comerciais.
- Vedada a criação de obras derivadas.
- Você não pode alterar, transformar ou criar outra obra com base nesta.
- Para qualquer reutilização ou distribuição, você deve deixar claro a terceiros os termos da licença a que se encontra submetida esta obra. A melhor maneira de fazer isso é com um link para esta página.
- Qualquer uma destas condições podem ser renunciadas, desde que você obtenha permissão do autor.

PARA MAIS INFORMAÇÕES, VISITE:

www.creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/



WhatsApp Marketing de Marcos Lenine está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional.
Baseado no trabalho disponível emhttp://www.marcoslenine.com.br/WhatsApp-marketing.
Podem estar disponíveis autorizações adicionais às concedidas no âmbito desta licença em http://www.marcoslenine.com.br/WhatsApp-marketing/

1 - Conceitos

A base que você precisa entender para realizar um grande trabalho com o WhatsApp.

Mobile Marketing

O Mobile Marketing não é assunto novo, no livro #Mobilize (Mobilize / Ricardo Cavallini, Léo Xavier, AlonSochaczewski. -- 1. ed. -- São Paulo : Ed. Dos Autores, 2010.) são destacados diversas ferramentas, cases e técnicas utilizadas para fazer marketing através dos smartphones e outros dispositivos móveis.



Mas a verdade é que de 2010 até aqui o cenário mudou completamente – passamos mais tempo online no smartphone do que qualquer outra atividade e são, de acordo com a Anatel, cerca de 273 milhões de acessos móveis no Brasil, ou seja, mais que a população de nosso país. Além disso, o Google oficializou a importância do mobile marketing após atualização de seus crawlers e fatores de relevância para sites e conteúdos, que agora levam em conta se um site é responsivo a diferentes dispositivos móveis ou não.

O Smartphone está deixando de ser nosso 'micro tédio' para se tornar nosso principal acesso a informação, ultrapassando a TV e outras mídias. Até mesmo a Globo sabe disso *(clique na imagem ao lado para ver a matéria).*

Marketing de Permissão

Este termo, tradução de *Permission Marketing*, foi cunhado por Seth Godin, Guru de Internet Marketing e um cara bem bacana de se seguir. O Marketing de permissão é basicamente o novo marketing.



O marketing tradicional se perde no meio de tantas outras informações que o consumidor recebe e, ao invés de se lembrar positivamente de uma marca depois de ver um comercial centenas de vezes, começará a repudiá-la. Portanto, ao invés de enviar *spam*, o novo marketing pede permissão: “Gostaria de receber um email?” , sempre deixando a opção de “Não quero mais receber e-mails”.

O escritor Alvin Toffler, autor do livro “A Terceira Onda”, disse que “o sujeito contemporâneo é rico em possibilidades, classe média financeiramente e pobre em tempo”.

Nós não temos tempo para muita coisa e, apesar de tentarmos aproveitá-lo ao máximo, ficamos perdidos com o excesso de informação, o que gera desde falta de foco até *stress*.

O tempo hoje é nosso ‘ativo’ mais valioso. E justamente por valorizá-lo é que cada vez mais pessoas estão repugnando a publicidade tradicional – ela não quer ensinar, ajudar ou nos guiar mas quer sim nos fazer ofertas para vender ou empurrar algum produto, que podemos querer ou não, mas que no final do dia não importa tanto, pois dentre milhões de coisas a se fazer, "ainda tenho que lidar com essas propagandas!?"

Podemos dizer que o novo marketing, aliado a evolução da Internet, é um marketing que desceu do pedestal e assumiu: “consumidor, você está no poder”.



Daí derivaram outros termos diversos como Inbound Marketing, Marketing de Conteúdo, Marketing de Relacionamento, Social Media Marketing, S.A.C 2.0 entre outros.

Devemos entender que a regra do Marketing mudou e devemos pedir permissão para entrar em um pequeno pedaço da vida das pessoas.

Relacionamento

Mas se não vamos vender nada com o marketing, o que vamos fazer com ele? Acallme-se ! O marketing ainda se preocupa com a venda e não deixará de fazê - lo nunca! O que mudou é a forma de trabalhá - lo.

No livro *A arte do Planejamento*, Jon Steel diz que a comunicação tradicional "pesca com granadas", ou seja, utiliza o budget de marketing para estourar na vida das pessoas (no caso os peixes). A granada joga a água pra fora do rio, mata a maioria dos peixes e o que sobrar (que não estará lá tão bom), ele consome. Em comparação , o novo marketing é aquele pescador habilidoso e que conhece os peixes. Ele pesca todos os dias, sabe qual melhor horário e qual parte do rio ele consegue mais e melhores peixes. Sabendo isso, ele coloca a minhoca mais suculenta no anzol e *voilà*, a mágica acontece: o peixe vai atrás dele.

As regras para o novo marketing funcionar são:

- Relevância.
- Nexo.
- Relacionamento.



2- Táticas

para você aplicar hoje mesmo no seu negócio e para seus clientes com o WhatsApp

Antes de começarmos



Se você está procurando uma forma de utilizar mailing comprado e enviar spam em massa através do *WhatsApp*, veio ao lugar errado. Essa prática vai contra o pensamento do novo marketing e, além disso, é contrária a política do WhatsApp . Podemos considerar o spam por WhatsApp uma técnica "*Black Hat*". Para quem é oriundo do trabalho de SEO (*Search Engine Optimization*), sabe que estes tipos de técnicas não tem muito futuro (apesar de serem rápidos). Se ainda não lhe convenceu, pense no seu usuário (no seu "peixe"). Ele não vai gostar de receber um spam ou uma oferta sem sentido. Ainda mais se ele não te conhecer!

O *WhatsApp* não faz (nem fará) anúncios aos usuários e não comercializa seus dados (há controvérsias). Por isso é que o WhatsApp cobra um único dolar (US$ 0,99) por ano para pagar seus acionistas (que investiram US$ 19 bi em um negócio que não anuncia nem comercializa informações)!

Portanto, opte por trabalhar o bom conteúdo e as boas práticas, aplicando sua criatividade e o conhecimento que você possui para melhorar o marketing da empresa que você trabalha ou do seu negócio e conheça as regras do WhatsApp, para utilizá-las a favor de seus negócios!

Setup



Pois bem, tendo entendidas as bases, vamos ao que interessa: o WhatsApp e as formas de utilizá-lo em seu negócio!

Se você já possui um negócio consolidado e que fatura, pode comprar celulares corporativos e disponibilzar para todas as áreas que possuem contato com o cliente (fique tranquilo, não espero que compre 10.000 celulares para dispobilizar para um contact center inteiro). Caso ainda esteja iniciando, mesmo que possua uma conta pessoal de *WhatsApp* , sugiro adquirir um celular corporativo para uma nova conta e deixar alguém responsável por ele. Já adianto que existem algumas formas de utilizar o *WhatsApp* no computador (PC, Linux, Mac).

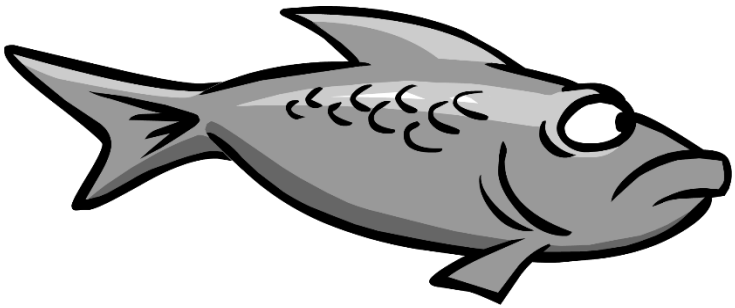
Existem também ferramentas terceirizadas e pagas e no final deste ebook, há um bônus gratuito para você com “Ferramentas para Marketing no WhatsApp”.

A seguir, as 5 formas de utilizar o WhatsApp para gerar relacionamento e vendas!

Tática #1

Conteúdo e Relacionamento

“Conteúdo é Rei” - Essa é uma das máximas entre os envolvidos com o novo marketing que pode ser mal interpretada por quem é “peixe de fora”. Não basta ter conteúdo - esse conteúdo tem que ser relevante e segmentado para quem interessa a seu projeto.





Lembra que o peixe vai atrás da minhoca suculenta? Ele não vai atrás do pescador, ele esta seguindo o prêmio, que é o que lhe interessa.

O conteúdo da sua marca tem que ser a minhoca suculenta que atrairá seu consumidor até você. Então, pesquise seu público, entenda qual é a informação que ele deseja receber e qual problema dele você pode ajudar a resolver com seu conteúdo.

Como fazer com WhatsApp

Disponibilize em seu blog ou site o número do WhatsApp, informando que, além de comunicar diretamente com sua empresa (ou com você), você irá adicioná-lo a um grupo em que fornecerá conteúdo de relevância.

O ideal é fazer isso em uma página ou tema específico. Por exemplo, se ele acessou a sessão “Dicas de decoração” do site, informe “Envie um “oi” no WhatsApp para o número 9XXX-XXXX para receber dicas de decoração gratuitamente em seu celular. NÃO ENVIAMOS SPAM”. Seja enfático ao informá-lo de que não irá fazer spam. Lembre-se que ninguém quer receber propagandas. Com isso, você irá compartilhar todo tipo de conteúdo relacionado a este tema, através de fotos, vídeos, texto, localizações e links para seu blog/site, áudios e todas as formas que irei detalhar logo mais.



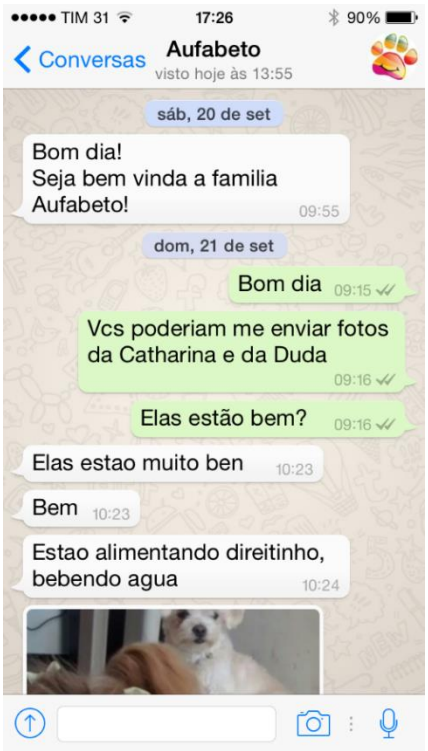
O jornal *Estado de Minas* disponibilizou em seu impresso o número do WhatsApp do caderno “Cultura.”

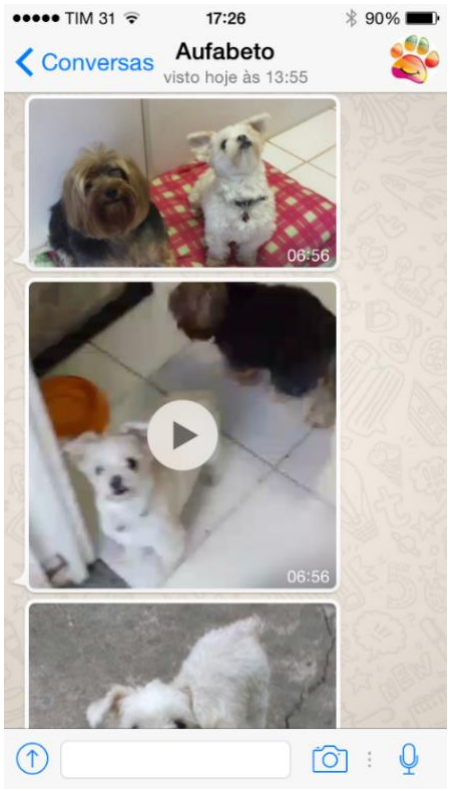
Minha dúvida é: “por que eu iria adicionar este número?”

Case Aufabeto

O Aufabeto é um hotel para cães localizado em Belo Horizonte. Eles tiveram uma sacada muito boa com o *WhatsApp*, pois identificaram o app como um canal de relacionamento com os clientes.

No caso abaixo, a cliente realizou uma viagem longa e deixou suas cadelinhas no hotel. A Aufabeto utilizou o aplicativo para gerar relacionamento e deixar a cliente tranquila enquanto viajava, enviando vídeos e imagens, também informando novidades como “a Catharina entrou no cio!”.





Tática #2

WhatsApp como S.A.C



O S.A.C (Serviço de Atendimento ao Cliente), ao contrário da forma como muitos utilizam, não é só um canal para resolver problemas - mas também para otimizar faturamento através de um suporte intenso. O suporte é parte importante em um negócio, pois além de resolver os problemas que aparecem, você mostra ao seu consumidor que ele pode contar com você e isso irá gerar um laço de confiança mais forte.

Com esse laço de confiança fortalecido, você pode realizar ofertas e *upsells* a ele no futuro e ele irá inclusive lhe agradecer por isso, pois você ativou o gatilho da reciprocidade e gratidão quando foi solidário a seu problema. Pense nisso!



Como fazer com WhatsApp

Disponibilize um número de *WhatsApp* de preferência na seção “Contato” ou “F.A.Q” do seu site. Deixe uma mensagem do tipo “Gostaria de um atendimento ágil e personalizado? Nos adicione no WhatsApp que responderemos suas dúvidas! Envie um “oi” para o número 9XXX-XXXX e vamos atendê-lo. Horário de funcionamento - 8h00 às 18h00”. Escreva no seu status ou configure um autoresponder para seu *WhatsApp* , é importante dizer o horário de funcionamento do atendimento. Seu cliente irá enviar mensagens inclusive as 3h da manhã de um feriado. Então deixe claro para ele que você também dorme!

Ao final deste ebook, há um bônus gratuito para você com “Ferramentas para Marketing no WhatsApp”, onde explico cada detalhe da automação de atendimento pelo *WhatsApp.*



A Buscamisas possui um atendimento exclusivo para WhatsApp. É muito fácil para o usuário que investe grande parte de seu tempo neste aplicativo facilitar sua comunicação com a empresa.

Tática #3

Interação em grupos x Individual



O uso do WhatsApp deve ser coordenado entre ações para grupos e ações individuais. As vantagens das ações em grupo são a escala que você consegue, além do aspecto social. No caso do contato individual, são a automação, pessoalidade, impulsividade e a capacidade de personalizar o atendimento.

Para grupos, lembre-se de ser um moderador dos que você controla, eliminando membros que desrespeitem seus termos, fizerem spam entre outras coisas. É importante que você construa contato a contato e que cada pessoa relevante para seu negócio goste de se manter neste grupo.

Quanto mais próximo de você e quanto mais relevante você for para seus grupos, mais fácil você conseguirá qualificar seus contatos e listas!

Tática #4

Ofertas e Vendas



Como gerar vendas pelo WhatsApp ? Existem algumas ações que se dividem em 3 formas básicas:

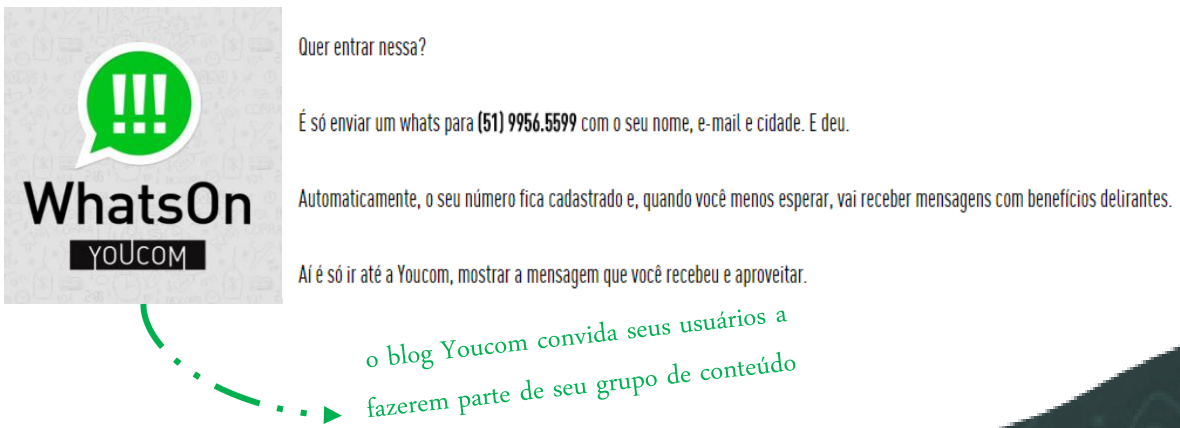
a-) Grupo de Ofertas

Neste grupo de ofertas, o usuário que faz parte sabe o motivo dele - suas ofertas. Aqui você deixou claro que este é o intuito e se este usuário esta nele, é por que deseja isso. Porém, é importante que as ofertas realizadas sejam de valor e tenham um senso de exclusividade “Promoções e lançamentos APENAS para quem estiver neste grupo”. Com isso, suas ofertas irão variar de 15 dias a 1 mês ou dependendo do negócio, outros períodos), para não virar spam e devem ser ofertas MATADORAS, daquelas que não tem como seu consumidor resistir. Seja em preço, em bônus em quantidade e pacotes de produtos, não importa, o que é necessário é que aquela oferta tenha nexo e seja relevante a ele.

b-) Grupos de conteúdo e relacionamento

Nestes grupos, evite fazer ofertas, pois isto irá causar estanhamento por parte das pessoas: “Pera aí, me disseram que não iam fazer Spam”. Portanto, a ‘regra’ aqui é trabalhar com a oferta dentro do conteúdo, sem abusar. Por exemplo, ao compartilhar no WhatsApp um link de um conteúdo em seu blog, a oferta estará no conteúdo do Blog, não no WhatsApp.

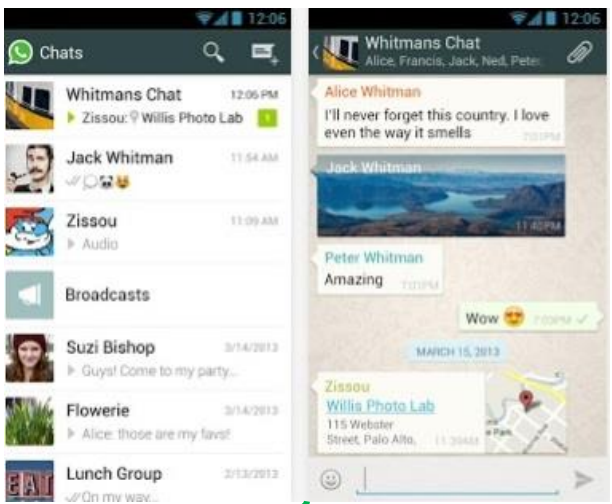
Por exemplo, ao compartilhar um vídeo sobre, por exemplo, alimentação para atletas, se você está vendendo açai, diga algo como “O açai é bom para dar energia e suportar os treinos, então vou mostrar como prepará-lo . Estou aqui tomando meu açai o Açai do Bom”. Se for um infoproduto, você pode colocar o link dele em uma imagem ou em um conteúdo com texto e vídeo. O importante é lembrar do propósito do grupo e o por que das pessoas estarem lá, e não quebrar o vínculo de confiança que você já criou com elas e teve tanto trabalho para fazer!



c-) Interesse, Contato individual e Lista de Transmissão

Se em determinado grupo uma ou mais pessoas demonstrarem interesse a respeito de algo que você tem a oferecer, você pode informar sua oferta diretamente no grupo e fornecer um link, um desconto, um bônus para converter o mais rápido possível, criar um grupo específico para aquelas pessoas e fazer uma oferta única de valor para aqueles que demonstraram interesse, chamar cada pessoa individualmente, utilizando da boa e velha lábia para gerar conversão e vender seu produto ou criar uma lista de transmissão no WhatsApp, para comunicar-se simultaneamente de forma pessoal com várias pessoas de uma determinada lista.

Veja que neste grupo, são compartilhados interesses como imagens de uma praia e até uma localização. São insights que podem ser aproveitados para criar uma promoção ou um produto, utilizando elementos que o próprio consumidor gera (o famoso Consumer Generated Media)



Tática #5

Grupos Premium



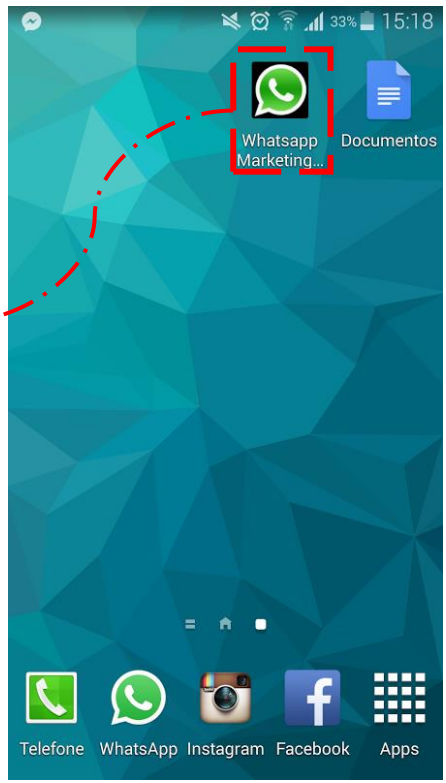
Para o Marketing no *WhatsApp*, a lógica do funil de conversão se mantém. Você quer qualificar e nutrir seus leads e clientes cada vez mais.

Portanto, é interessante que aqueles clientes que demonstrarem interesse em determinado produto, sejam qualificados a um novo grupo, com conteúdo mais premium e relacionamento mais personalizado. Se antes você dava retornos curtos e objetivos, agora você escreverá respostas de 3 linhas com links e passos para ajudá-lo. Se antes ele pagava R$ 1.000,00 agora ele terá acesso exclusivo a um preço de R$ 499,00 em seu produto. Você pode realizar a mesma ação com a lista de transmissão, qualificando usuários para listas espeeciais e de fundo de funil.

Este tipo de ação faz com que o usuário se sinta cada vez mais próximo de algo realmente bom. Trate de forma diferenciada quem é seu cliente, pois este dará depoimentos que irão ajudá-lo a converter mais clientes. É um ciclo sustentável. O melhor marketing sempre foi o boca a boca, hoje mais do que nunca.

Pergunte a seus leads se gostariam de participar de um grupo, explicando “Estou te incluindo em um grupo exclusivo e mais fechado (nomeie o grupo com algo como “Grupo PREMIUM”), onde irei compartilhar informações fechadas. Gostaria de fazer parte? “ Meu conselho é mantê-los em todos os grupos, pois uma pessoa que faz parte de um grupo fechado irá ajudá-lo a promover seus negócios em outros grupos e pode ser inclusive um parceiro para moderação, criação de conteúdo e respostas a dúvidas de outros usuários: Dê valor a quem te deu valor!

Para facilitar a comunicação com um grupo importante (e não se dispersar caso utilize seu WhatsApp pessoal) , você pode criar um atalho para ele na página inicial (ou seja, um “app” do Grupo). Com isso, você consegue conversar com aquele grupo e não precisa abrir o aplicativo.



No bônus no final do livro “Ferramentas para trabalhar Marketing no WhatsApp” eu explico passo a passo como fazer este atalho.

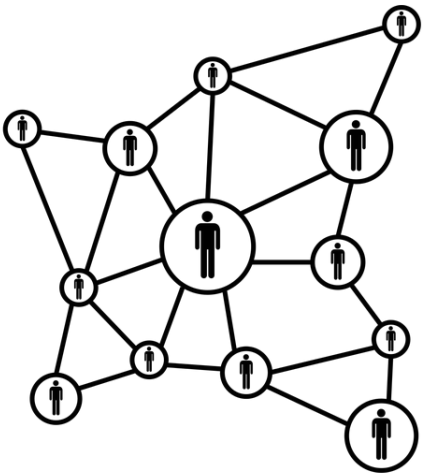
3- Conteúdos

que você pode criar para engajar seu público.

Conteúdo compartilhável

Eu falei bastante de Conteúdo aliado a nexo, relevância e relacionamento. Mas como trabalhar, na prática, o conteúdo no WhatsApp?

Nas páginas abaixo, listei ralgumas formas interessantes de se trabalhar, utilizando a interface que o aplicativo oferece.



Antes, é importante lembrarmos que a Web é um ambiente social, onde várias pessoas compartilham informações umas com as outras. Com isso, devemos focar nossas estratégias para que hajam o máximo de pessoas satisfeitas com seu serviço/produto/conteúdo, para que elas mesmas promovam nossa marca para outras pessoas.

Conteúdo compartilhável

Essa campanha do chocolate Klik mostra um pouco de como é criar engajamento com WhatsApp, investindo $ 0,00 no app, apenas tempo e equipe.



Clique no vídeo para assistí-lo!

Conteúdo #1

Texto

A forma mais básica de se comunicar através do WhatsApp pode ser a mais eficiente. Primeiro, porque o usuário lê instantaneamente o que você enviou, não precisando fazer download de nenhum conteúdo. Segundo, é que normalmente os usuários vão se comunicar com você por mensagem, tornando mais fácil inclusive a consulta ao histórico. Mas CUIDADO com o que você escreve.

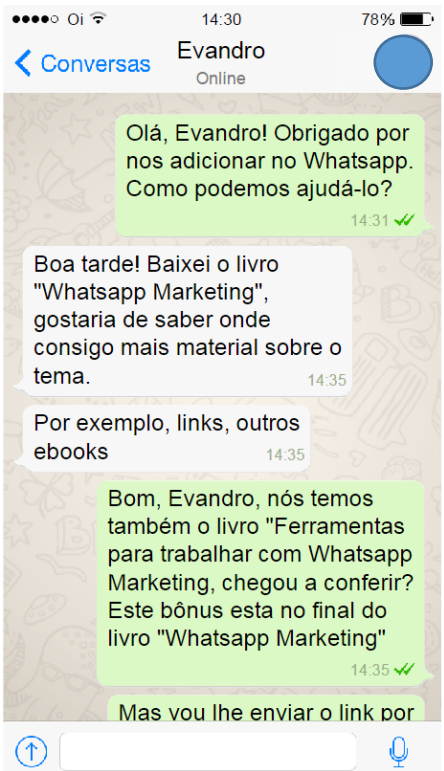
Nunca envie nada sem revisar, pois uma má interpretação pode gerar danos (ainda mais com o famigerado corretor ortográfico ativo). Não há o botão de “ironia” no WhatsApp, então o que você disser tem que ser muito bem escrito.

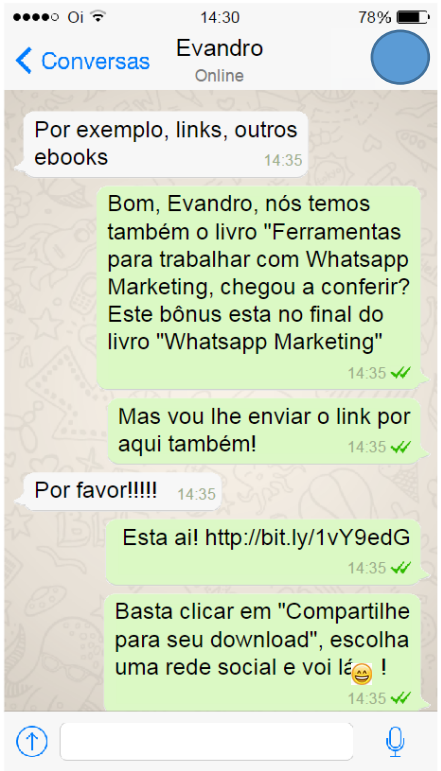
O texto deve ter valor para o usuário e as interações devem ser respondidas com precisão. Não perca o foco, não pense que é um grupo de bate-papo. Se você se perder, o grupo também se perde. Seja um moderador, escreva somente o que for necessário, intervenha quando algo polêmico ou fora das normas for iniciado e não alimente discussões.

Seja uma pessoa simpático, prestativa e agradável, mas nunca deixe de demonstrar autoridade sobre um grupo ou interação.

Lembre-se também de utilizar os emoticons. Eles são muito bem aceitos pelo usuário e podem te ajudar a demonstrar algum sentimento ao escrever uma frase, impedindo uma má interpretação. Por exemplo, as vezes você envia um “Adorei” e a pessoa te acha seco e irônico. Ao invés disso, envie um “Adorei😄!”.

Veja como ficou bem mais simpático com um simples emoticon 😉.





Conteúdo #2

Links

Compartilhar links não é diferente de texto, porém vale ressaltar que você não deve compartilhar links isolados e sempre envie URLs encurtadas ou você pode gerar repulsa ao invés de conversão.



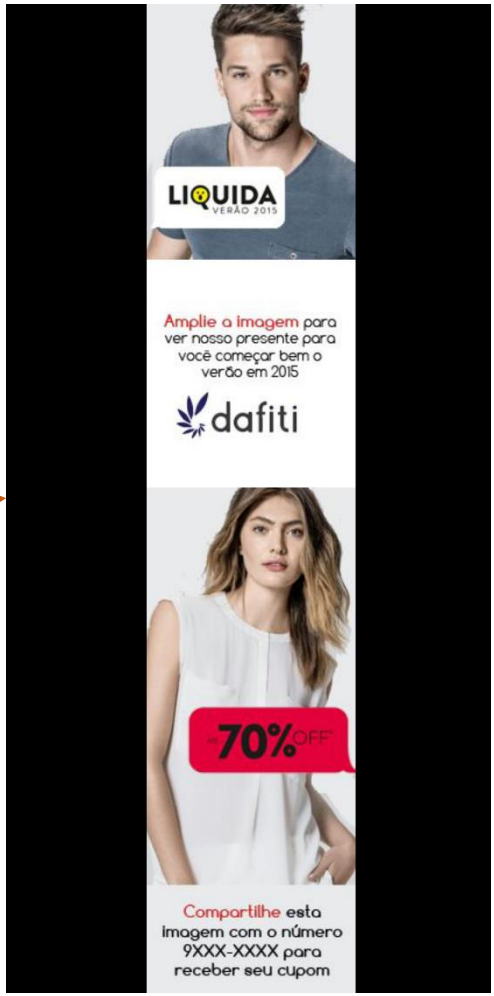
Para links, prefira enfatizá-los através de Headlines que despertem a curiosidade das pessoas. Utilize os famosos "7 dicas para. .." "Como fazer. .." "5 coisas que você não sabia sobre...". Até hoje tem funcionado muito bem! Mas seja criativo, pense no que pode atiçar a curiosidade do seu público. O WhatsApp pode ser uma ótima ferramenta para você enviar links de páginas que você deseja compartilhar, links de afiliados e novidades.

Conteúdo #3

Imagens

As imagens podem ser utilizadas de diversas formas e com muita criatividade! Mais um axioma que vale ressaltar “Uma imagem vale mais do que mil palavras”. Ao compartilhar uma imagem, você tem a oportunidade de editá-la como quiser, através de algum programa de edição (como Photoshop). Além disso, na imagem você pode incluir o link para seu site ou oferta.





Conteúdo #4

Vídeo



Mais uma para você anotar: “Um vídeo vale mais que mil imagens”

Um vídeo tem um poder de retenção muito grande, pois a pessoa fica focada assistindo aquilo que você publicou. Videos que tem uma boa receptvidade são aqueles que brincam ou se referem ao grupo, que falam diretamente ao usuário em determinado contexto ou mesmo que possuam algum tipo de humor e a capacidade de ser viralizado. Ou seja, não adianta compartilhar um vídeo apenas por compartilhar, ele tem que fazer sentido para determinado contexto.

Se você tem uma marca de roupa e possui um grupo, mostre um vídeo com você utilizando aquela roupa, explicando combinações que funcionam e entregando algo de valor neste conteúdo - e logo em seguida, envie o link daquele produto em seu site para quem quiser adquirir aquele kit que você montou.

Utilize o vídeo também para você dar algum comunicado ou mesmo informar as normas do grupo.

Além de diminuir a dispersão, o vídeo também evita más interpretações, quando o roteiro é bem planejado.



Exemplo de um Storytelling divertido e com potencial para viralizar! Clique e assita!



Apesar de bobo, o vídeo ao lado mostra um conteúdo feito exclusivamente para grupo de WhatsApp. Nas eleições de 2014 isso foi muito utilizado.

Serve de ideia para você criar seus vídeos. Clique e assista!

Conteúdo #5

Áudio

O áudio no WhatsApp é uma maneira mais rápida de comunicação, mas podemos utilizá-lo para algum engajamento específico. Por exemplo, na mensagem de áudio, para um de seus grupos faça um Call-to-action , algo como “Se gostaria de receber dicas sobre decoração, responda em áudio, texto ou vídeo “Vou decorar!”, e vamos enviar para você um e-book grátis”.

Com isso, você consegue mensurar o retorno de sua ação, se as pessoas tiveram curiosidade de ouvir seu áudio, medindo através das respostas.



Lembre-se sempre de conferir os “vs”, quando há 2 azuis, significa que a mensagem foi lida!

Veja abaixo exemplos de conteúdo que você pode fazer com áudio para seus grupos (clique nas imagens para ouvir):

Teaser



Oferta

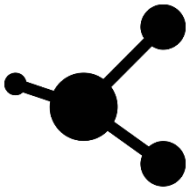


Motivação



Conteúdo #6

Contatos e Localizações



Dentre os vários bons recursos do WhatsApp, existem dois que são muito bons para gerar conversão, pois são uma espécie de Call-to-Action (ou seja, um incentivo para o consumidor gerar uma ação).

O primeiro é o “Compartilhar contato”. Com este recurso, você pode enviar um número para seus consumidores entrarem em contato. Lembre-se de descrever o motivo! Se você trabalha com uma imobiliária, pode enviar um contato de vendedor para um lead quente e dizer para chamá-lo para conhecer um determinado apartamento.

No caso da localização, se você está fazendo um evento, sua empresa é nova e deseja lançá-la, ou deseja apenas indicar o local de algo interessante, compartilhe uma localização.

Conteúdo #7

Impulsividade!



Até então você viu que é possível utilizar o WhatsApp para captar leads, se relacionar com clientes e fazer ofertas. Mas isso ainda pode ser pouco. Para isso, podemos entender e utilizar alguns recursos do próprio WhatsApp para aumentarmos o poder de conversão.

- O WhatsApp é para mensagens instantâneas (e para gerar ansiedade);

O WhatsApp nos “entrega” quem visualizou nossa mensagem e o usuário sabe disso. Em qualquer interação, quando um lead ou prospect receber uma mensagem sua, ficará inclinado a responder rápido, pois ele sabe que você tem essa informação e não se sentirá completamente confortável em não dar uma satisfação.

Conteúdo #8

Ligação via WhatsApp



Antes de pensar em ligar para um prospect, garanta que este tenha seu número registrado na agenda (a forma de saber isso é se está respondendo interações de sua Lista de Transmissão). A ligação já pode ser considerada uma ação mais “invasiva” e extremamente pessoal. O ideal é que sejam realizadas com objetivo de 100% de conversão.

Porém, a eficiência de uma ligação é muito grande, é pessoal e conclusiva. Nunca ligue para algum contato como se fosse o call center de um banco querendo vender “mais uma oportunidade imperdível”...

Com este novo recurso, devemos tomar o cuidado também de, ou delegar a responsabilidade de atender as ligações de cliente para alguém da sua empresa ou, em segundo caso, deixar claro para o lead que há outro número telefônico.

O ideal é que seja muito fácil para ele entrar em contato, principalmente se for para a manutenção do relacionamento!

4- Bônus

Ferramentas para trabalhar com WhatsApp.

Bônus!

Parabéns! Você chegou ao final do ebook *WhatsApp Marketing* e tenho certeza de que devem ter surgido várias ideias. Ao mesmo tempo, sei que faltaram muitas coisas e você deve estar se perguntando: como eu me organizo com tudo isso? Como, de fato, eu começo? Não se preocupe! Justamente nessa página lhe ofereço, novamente de forma **gratuita,** o ebook *Ferramentas WhatsApp Marketing.*

Você verá ferramentas para:

- ✓ Automação de *WhatsApp*
- ✓ *Autoresponders* simples de utilizar
- ✓ Gerencie o *WhatsApp* através de seu computador
- ✓ Crie listas de contatos muito além dos e-mails
- ✓ Mensure e acompanhe seus resultados!



CLIQUE AQUI

PARA BAIXAR SEU EBOOK GRÁTIS

Até logo!