

Guide stratégique sur les ventes saisonnnières

Sept stratégies liées à la messagerie professionnelle qui vous aideront à tirer le meilleur parti des conversations et à créer des moments de vente à forte valeur ajoutée



from  Meta



De nombreuses entreprises, en particulier dans le domaine du retail et de l'e-commerce, connaissent des périodes prévisibles tout au long de l'année au cours desquelles les ventes et les conversions augmentent. Ces périodes de pointe sont non seulement l'occasion d'augmenter les ventes et le chiffre d'affaires, mais aussi d'élargir et de fidéliser la clientèle.

Le Black Friday au Brésil, El Buen Fin au Mexique, Divali en Inde, le 11/11 et le 12/12 en Asie du Sud-Est.... Tous ces événements saisonniers sont désormais des incontournables pour les entreprises de toutes tailles.

Les graines que vous plantez et les relations que vous établissez pendant ces périodes chargées peuvent porter leurs fruits immédiatement et à long terme. Pour profiter de chaque instant, la messagerie professionnelle sur WhatsApp peut être une stratégie clé qui vous aidera à exploiter au mieux ces pics de ventes.

Ce guide présente sept façons dont WhatsApp for Business peut vous aider à tirer parti des événements saisonniers qui comptent le plus pour vous et votre clientèle.

Sommaire

01. La magie de la messagerie
02. WhatsApp et les opportunités de ventes saisonnières
03. Sept façons de bénéficier des vagues d'achats
 - Générer de nouveaux prospects
 - Proposer des promotions efficaces
 - Offrir une expérience d'achat consultative
 - Passer du commerce en ligne au commerce hors ligne
 - Ventes croisée et incitative de produits et de services
 - Récupérer les paniers abandonnés
 - Optimiser la communication sur le traitement des commandes
04. Comment relancer votre croissance

La magie de la messagerie

Pourquoi la messagerie professionnelle est un cadeau des plus prolifiques



La messagerie professionnelle est idéale pour mener des conversations propices au renforcement des relations et à la stimulation de la croissance tout au long du cycle de vie de la clientèle. Elle est précieuse tant pour les entreprises que pour la clientèle.

42 %

des personnes effectuant des achats pendant les fêtes ont communiqué avec une entreprise par message, et les jeunes en particulier font état de résultats positifs quant à cette expérience.

APAC : 57 %
EMEA : 22 %

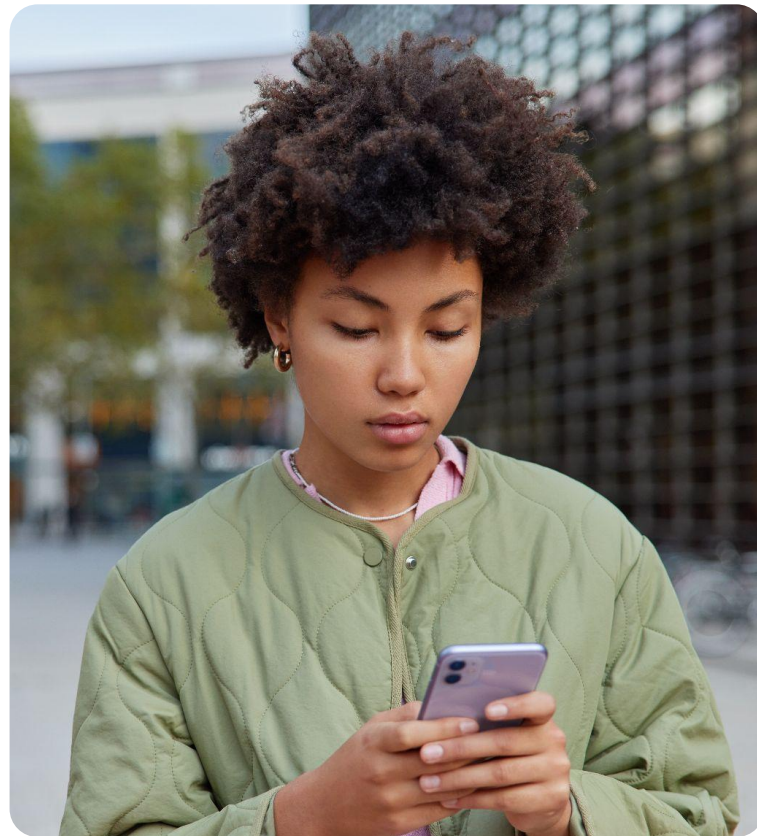
LATAM : 52 %
Am. du Nord : 35 %

55 %

des millennials et des membres de la génération Z effectuant des achats pendant les fêtes déclarent que l'échange de messages avec une entreprise leur permet de se sentir plus personnellement liés à la marque.

APAC : 61 %
EMEA : 39 %

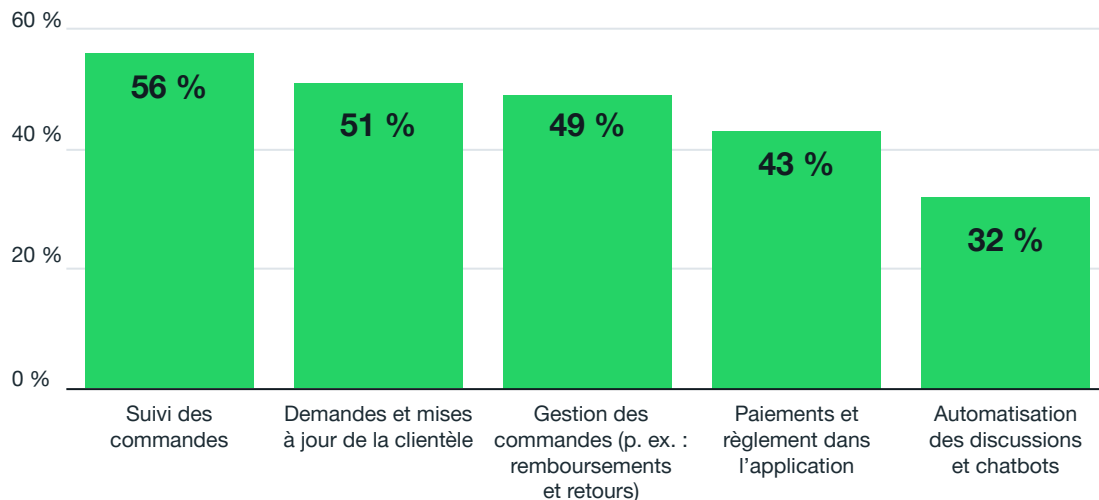
LATAM : 57 %
Am. du Nord : 59 %



Source : étude sur la saisonnalité de YouGov (étude en ligne commandée par Meta auprès de 18 727 personnes de 18 à 64 ans effectuant des achats pendant les fêtes en Australie, au Brésil, au Canada, en France, en Allemagne, en Indonésie, au Japon, au Mexique, en Corée du Sud, en Suède, en Thaïlande, au Royaume-Uni, aux États-Unis et au Vietnam), décembre 2024.

Les acheteurs et les acheteuses ont recours à la messagerie professionnelle pour répondre à différents besoins lorsque les ventes saisonnières s'intensifient. Les marques doivent y penser lorsqu'elles planifient leurs stratégies.

Quelles solutions de messagerie sont les plus utiles selon la clientèle ?

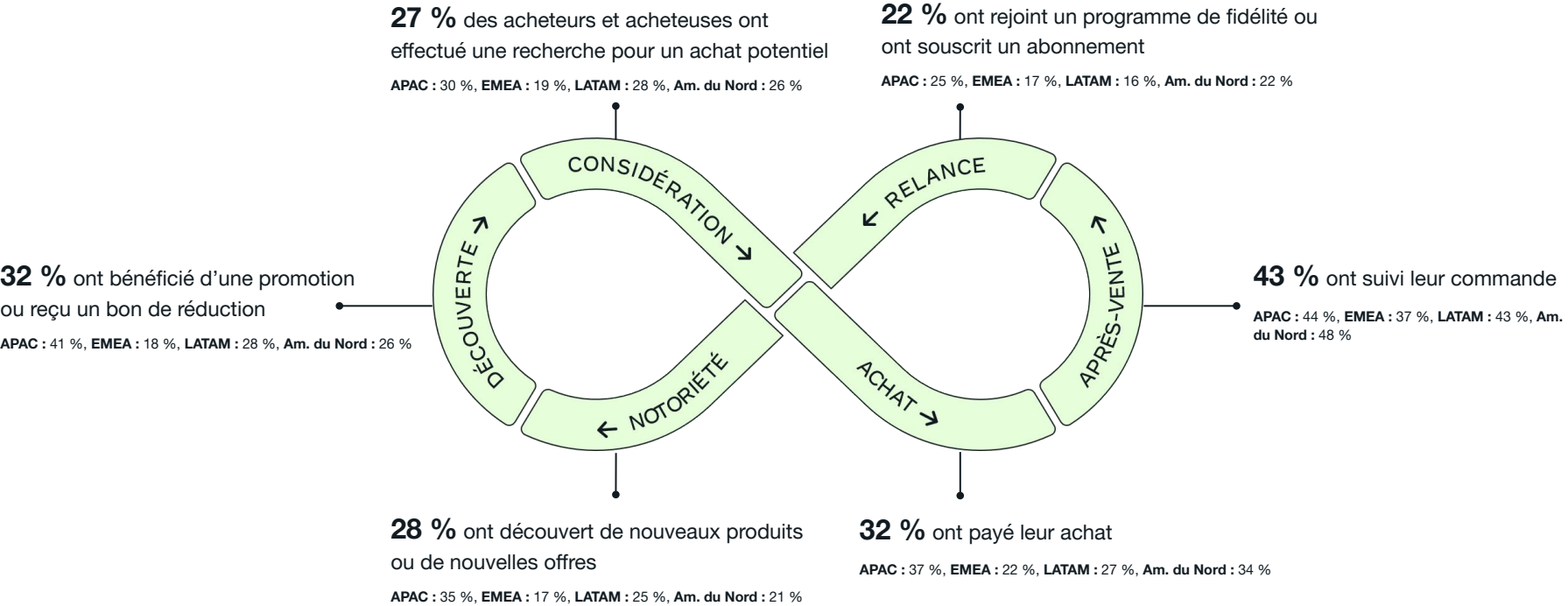


Si ses avantages pour la clientèle sont nombreux, les entreprises reconnaissent en tirent également parti, et ce, tout au long du cycle d'achat.

95 %

des marques affirment que la messagerie professionnelle améliore l'expérience de la clientèle. Elle permet aux entreprises d'approfondir la relation clientèle grâce à des conversations individuelles en continu et personnelles à grande échelle.

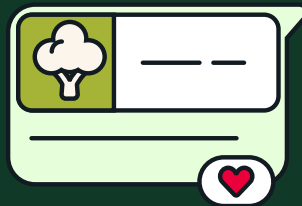
Pendant les périodes de ventes saisonnières et tout au long de l'année, les entreprises ont la possibilité d'attirer l'attention la clientèle en lui envoyant des messages à chaque étape du parcours d'achat.



Source : étude sur la saisonnalité de YouGov (étude en ligne commandée par Meta auprès de 18 727 personnes de 18 à 64 ans effectuant des achats pendant les fêtes en Australie, au Brésil, au Canada, en France, en Allemagne, en Indonésie, au Japon, au Mexique, en Corée du Sud, en Suède, en Thaïlande, au Royaume-Uni, aux États-Unis et au Vietnam), décembre 2024.

WhatsApp et les opportunités de ventes saisonnières

Allez à la rencontre de votre clientèle



Dans le monde entier, **74 %** des adultes en ligne déclarent vouloir pouvoir communiquer avec les entreprises de la même manière qu'avec leurs proches par le biais des messages¹.

Pendant les périodes de forte activité commerciale, comme les fêtes de fin d'année, le désir de communiquer facilement avec les entreprises devient encore plus évident.



Parmi les acheteurs et acheteuses qui ont déjà envoyé un message à une entreprise pendant les périodes commerciales chargées :

85 %
utilisent les technologies Meta

47%
utilisent WhatsApp dans le monde

Les personnes utilisant WhatsApp, en particulier, indiquent plus que jamais apprécier pouvoir envoyer un message directement à une entreprise pendant les périodes chargées².



¹Source : étude sur l'utilisation de la messagerie professionnelle par Kantar. (Étude en ligne commandée par Meta auprès de 6 513 adultes en ligne au Brésil, au Mexique, en Indonésie, en Thaïlande, au Vietnam, au Royaume-Uni, en Allemagne, en Espagne, en France, en Inde, aux États-Unis, aux Philippines et en Malaisie), mars 2024.

²Source : étude sur la saisonnalité par YouGov (étude en ligne commandée par Meta auprès de 18 727 personnes de 18 à 64 ans effectuant des achats pendant les fêtes en Australie, au Brésil, au Canada, en France, en Allemagne, en Indonésie, au Japon, au Mexique, en Corée du Sud, en Suède, en Thaïlande, au Royaume-Uni, aux États-Unis et au Vietnam), décembre 2024.

Les parcours de messagerie aident les entreprises à optimiser les opportunités de ventes saisonnières

WhatsApp offre divers moyens d'atteindre vos objectifs commerciaux pendant les périodes chargées, qu'il s'agisse de générer des prospects ou de communiquer l'état des commandes. Tout cela est possible grâce aux parcours de messagerie.

Un parcours de messagerie commence lorsqu'une personne rejoint la conversation par un point d'entrée, comme les [publicités clic vers WhatsApp](#) ou les codes QR en magasin. Le parcours de messagerie se poursuit par le biais d'expériences dans le fil basées sur des interactions entreprise-clientèle, et atteint son paroxysme lorsque le point de conversion souhaité, par exemple l'achat, est atteint.

Les points d'entrée (ou de ré-entrée), les expériences dans le fil et les points de conversion sont autant d'éléments qui permettent de créer des parcours de messagerie qui vous aident à atteindre les résultats commerciaux souhaités.

Alors que nous abordons les stratégies WhatsApp spécifiques à envisager pour votre prochain moment de vente clé, n'oubliez pas le cadre du parcours la messagerie.



Point d'entrée ou de ré-entrée

Comment les entreprises démarrent ou réactivent les parcours de messagerie et conduisent la clientèle vers un fil de discussion. Il peut s'agir de sources en ligne, comme les publicités clic vers WhatsApp, ou de sources hors ligne, comme les codes QR en magasin.



Expérience dans le fil

Toutes les interactions entre une entreprise et un membre de la clientèle sur WhatsApp, comme l'offre d'un bon de réduction ou la fourniture de recommandations personnalisées, qui amènent à la conversion souhaitée.

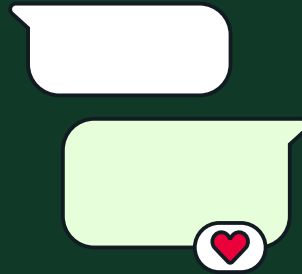


Point de conversion

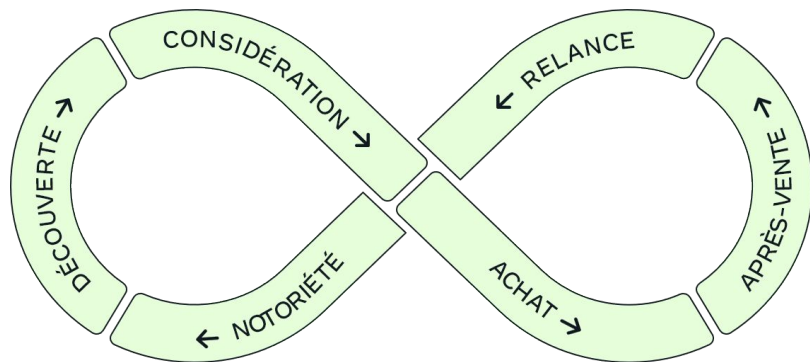
Une étape mesurable en vue de la réalisation d'un résultat commercial, tel que la prise d'un rendez-vous ou l'achat d'un produit.

Sept façons de bénéficier des vagues d'achats

Les conversations au service des moments de vente à forte valeur ajoutée



Tout au long du cycle de vie de la clientèle, vous pouvez utiliser WhatsApp pour créer des parcours de messagerie qui vous aideront à atteindre une multitude de résultats commerciaux.



Examinons sept stratégies saisonnières qui peuvent contribuer à accroître la notoriété, la découverte, la considération, les achats, l'expérience post-achat et les nouvelles interactions.

- 01 Générer de nouveaux prospects**
Trouver et qualifier les bons prospects pour stimuler la croissance
- 02 Proposer des promotions efficaces**
Augmenter les ventes grâce à des promotions personnalisées
- 03 Proposer une expérience d'achat consultative**
Faciliter la vente de produits et de services à considération élevée
- 04 Favoriser le commerce en ligne et hors ligne**
Booster le trafic en magasin et faciliter les achats multicanaux
- 05 Vente croisée et vente incitative**
Proposer des produits connexes pour générer des ventes supplémentaires
- 06 Récupérer les paniers abandonnés**
Stimuler les ventes en encourageant la récupération des paniers.
- 07 Optimiser la communication sur le traitement**
Traiter les commandes et permettre leur modification tout en réduisant le volume de contacts entrants

Générer de nouveaux prospects

La constitution d'un solide pipeline de prospects bien avant les pics saisonniers peut aider votre entreprise à se préparer à vendre lorsque l'affluence sera au rendez-vous. Pendant les périodes de ventes les plus chargées, les entreprises peuvent également profiter de l'occasion pour attirer de nouveaux prospects, et ainsi générer des revenus immédiats et constituer une clientèle potentielle à entretenir et avec laquelle interagir à nouveau au fil du temps.

WhatsApp propose de nombreux moyens d'élargir sa clientèle.

Résultats réels

Réduire le coût par prospect avec des publicités clic vers WhatsApp



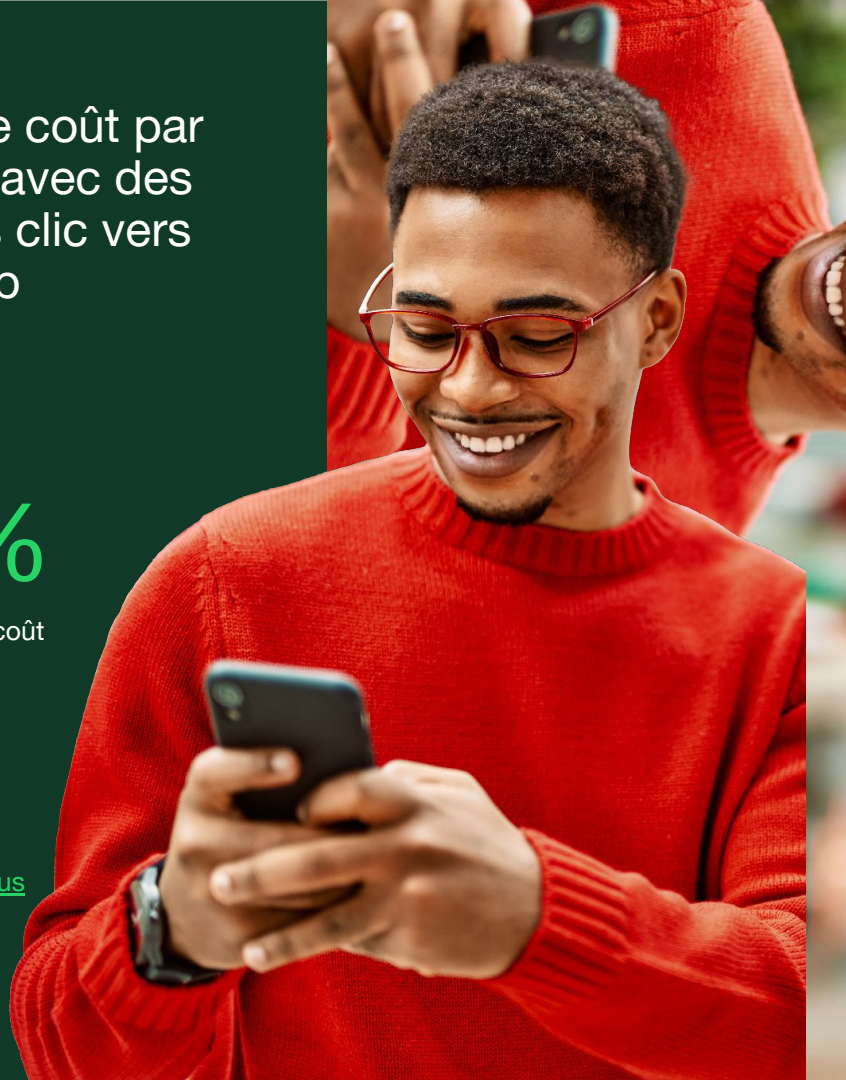
64 %

de réduction du coût par prospect par rapport aux campagnes habituelles de PediaSure



[En savoir plus](#)

Source : test A/B Meta,
11-25 juillet 2023.



Créer des parcours de messagerie pour la génération de prospects

L'élargissement d'une clientèle pour augmenter les ventes commence par l'établissement de liens. En utilisant des [publicités clic vers WhatsApp](#) ciblées, vous pouvez toucher les bons prospects sur Facebook ou Instagram et entamer la conversation sur WhatsApp.

Après avoir touché des personnes par le biais de publicités, les possibilités de convaincre et de convertir les prospects par le biais de conversations sont pratiquement infinies. Un partenaire de messagerie professionnelle peut vous aider à créer des expériences convaincantes de génération de prospects dans le fil de discussion :



Fourniture de bons de réduction personnalisés



Expériences de questions/réponses pour obtenir des coordonnées utiles et qualifier les prospects



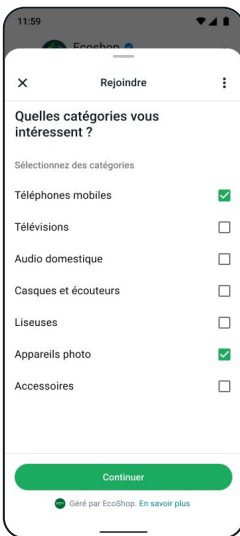
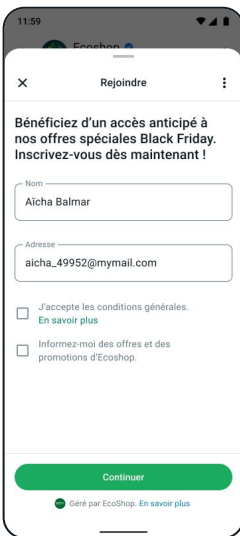
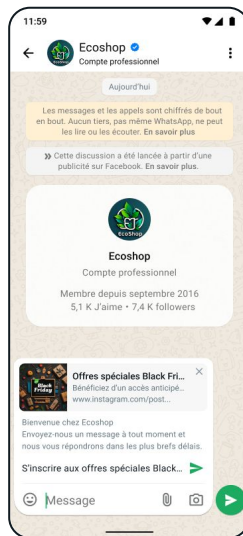
Formulaires de génération de prospects personnalisés avec [WhatsApp Flows](#)



Obtention du consentement pour d'autres types de messages, tels que des [messages marketing](#) pour des promotions ou des [messages utilitaires](#) pour partager des mises à jour de commandes.

Quelle que soit la nature de votre expérience, WhatsApp peut vous aider à créer des parcours de messagerie qui vous permettront d'attirer de nouveaux prospects pour les périodes chargées et même après.

Générer et qualifier des prospects à l'aide d'un formulaire personnalisé WhatsApp Flows



Point d'entrée

Vous touchez votre cible grâce à des publicités clic vers WhatsApp

Expérience dans le fil

Le client ou la clientèle confirme son souhait d'inscription pour bénéficier d'un accès anticipé aux offres.

Le client ou la cliente fournit des informations à l'aide d'un formulaire personnalisé créé avec WhatsApp Flows.

Le client ou la cliente indique ses préférences, qui peuvent être utilisées pour des recommandations personnalisées.

Point de conversation

Le client ou la cliente s'inscrit pour bénéficier d'un accès anticipé aux offres : le prospect est capturé

Proposer des promotions efficaces

Lorsqu'on cherche activement à faire des économies sur ses achats et sur ceux des autres, les promotions peuvent aider à tirer parti de l'augmentation des dépenses de consommation pour stimuler les ventes et le chiffre d'affaires.

Résultats réels

Stimuler les ventes de café grâce à WhatsApp

kopi kenangan 

x 3

Augmentation des conversions pour les commandes de café grâce aux notifications promotionnelles via WhatsApp par rapport aux SMS



[En savoir plus](#)

Les résultats sont autodéclarés, ne sont pas reproductibles et diffèrent généralement d'un individu à l'autre.



Créer des parcours de messagerie pour les campagnes promotionnelles

Vous pouvez commencer un parcours de messagerie avec une personne sur Facebook ou Instagram par le biais d'une publicité proposant une incitation promotionnelle et conduisant à une conversation sur WhatsApp.



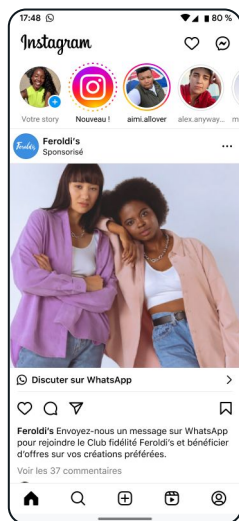
Une fois qu'une personne a choisi de recevoir des communications de votre entreprise, vous pouvez lui envoyer des messages marketing pour lui proposer des bons de réduction personnalisés ou des offres spéciales pendant la période chargée et même après.



Pour développer les conversations à forte valeur ajoutée avec la clientèle, les partenaires de messagerie professionnelle peuvent vous aider à créer des expériences convaincantes dans le fil d'actualité, avec des catalogues de produits ou des chatbots pour guider les acheteurs et les acheteuses jusqu'à la conversion.



Distribution de promotions personnalisées et de bons de réduction pour les ventes saisonnières



Point d'entrée

Vous touchez votre cible grâce à des publicités clic vers WhatsApp



Recueil des consentements et des informations clientèle



Expérience dans le fil

Envoi de promotions personnalisées basées sur les informations clientèle



Aide à la prise de décision d'achat



Point de conversation

Le client ou la cliente ajoute l'article à son panier

Offrir une expérience d'achat consultative

La clientèle s'attend à recevoir une attention personnelle et à obtenir une réponse à toutes ses questions, en particulier lors des journées de promotions ou d'autres périodes d'affluence. C'est particulièrement le cas pour les produits et services de grande valeur ou de grande importance.

La vente consultative consiste à instaurer un climat de confiance, à comprendre les besoins de la clientèle et à fournir des conseils pour encourager l'achat.

La création de parcours de messagerie centrés sur le service sur WhatsApp peut être utile.

Résultats réels

Augmenter le chiffre d'affaires et le trafic grâce à des ventes personnalisées

FRÁVEGA 

x 11

Augmentation du chiffre d'affaires attribuée aux achats personnalisés sur la plateforme WhatsApp Business.



[En savoir plus](#)

Les résultats sont autodéclarés, ne sont pas reproductibles et diffèrent généralement d'un individu à l'autre.



Créer des parcours de messagerie pour la vente consultative

Comme pour d'autres parcours de messagerie, vous pouvez entamer une conversation en touchant des prospects avec des [publicités clic vers WhatsApp](#).

Vous pouvez également utiliser des [messages marketing](#) sur WhatsApp pour envoyer des promotions personnalisées à des contacts existants afin d'encourager une nouvelle expérience d'achat.

* Paiements sur WhatsApp disponibles au Brésil et en Inde

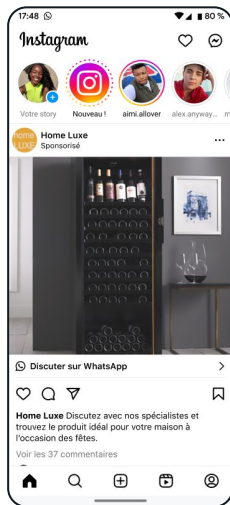


Une approche personnalisée de la messagerie dans le fil de discussion peut faire toute la différence. Vous pouvez par exemple aider les acheteurs et les acheteuses à découvrir des options à l'aide d'un catalogue de produits ou d'un contenu multimédia enrichi.

Ensuite, un chatbot ou un-e agent-e humain-e peut recueillir les préférences, fournir des recommandations personnalisées et faciliter le paiement dans le fil de discussion* ou sur un autre canal.

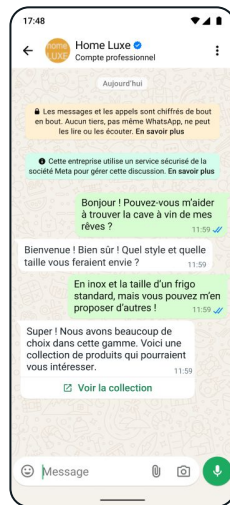


De la découverte à l'achat grâce à la vente consultative



Point d'entrée

Vous touchez votre cible grâce à des publicités clic vers WhatsApp



Expérience dans le fil

Recommandations basées sur les besoins



Point de ré-entrée

Retour à la conversation grâce à des rappels automatisés par le biais de messages marketing



Expérience dans le fil

Conversion facilitée grâce à une promotion personnalisée



Point de conversation

Le client ou la cliente ajoute un article à son panier, l'achat est effectué en dehors du fil

Passer du commerce en ligne au commerce hors ligne

Pour les entreprises disposant d'un emplacement physique (qu'il s'agisse d'un magasin de détail ou d'un salon de coiffure qui connaît un regain d'activité à l'occasion des fêtes de fin d'année), il peut être essentiel d'amener la clientèle à franchir le seuil de la porte pour accroître le chiffre d'affaires.

La messagerie professionnelle sur WhatsApp peut être un moyen efficace de stimuler le trafic et les ventes hors ligne.

Résultats réels

Fidéliser la clientèle grâce à l'abonnement en ligne



x 4

Augmentation du nombre de membres du programme de fidélité acquis chaque mois via WhatsApp, par rapport aux SMS et à l'inscription en magasin



[En savoir plus](#)

Tous les résultats sont déclarés par la marque et ne sont pas reproductibles à l'identique. Les résultats individuels généralement attendus seront forcément différents.



Créer des parcours de messagerie pour stimuler les ventes en personne

Pour stimuler la fréquentation en magasin et les ventes hors ligne, commencez par tisser de nouveaux liens en ligne via des [publicités clic vers WhatsApp](#), ou interagissez de nouveau avec des contacts existants sur WhatsApp grâce à des [messages marketing pertinents](#).

Ensuite, adaptez l'expérience dans le fil pour favoriser les conversions en personne. Par exemple, pendant El Buen Fin, un retailer mexicain de produits cosmétiques peut :



Réserver des consultations de beauté en magasin via [WhatsApp Flows](#)



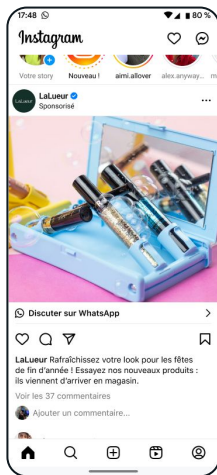
Envoyer des notifications automatisées sur l'état des commandes à l'aide de [messages utiles](#) rappelant l'état des commandes à venir récupérer en magasin



Partager des informations sur les magasins locaux de manière rapide et personnalisée



Passer du commerce en ligne au commerce hors ligne en trouvant encourageant les visites en magasin

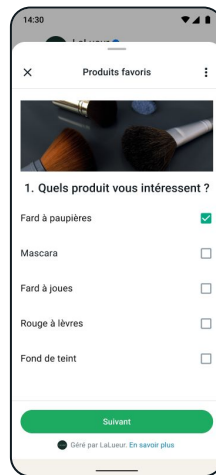


Point d'entrée

Vous touchez votre cible grâce à des publicités clic vers WhatsApp



Invitation du client ou de la cliente à découvrir de nouveaux produits lors d'un rendez-vous en magasin



Expérience dans le fil

Le client ou la cliente prend rendez-vous avec un formulaire personnalisé créé à l'aide de WhatsApp Flows



Point de conversation

Confirmation de rendez-vous

Ventes croisée et incitative de produits et de services

À l'approche du Black Friday, du 11/11 et du 12/12, par exemple, la clientèle est souvent en mode dépenses, à la recherche d'idées et de bonnes affaires. Chaque achat vous donne des indices sur leurs préférences et vous permet de savoir quels autres produits ou services sont susceptibles d'être appréciés.

Pendant les périodes de vente à forte valeur ajoutée, l'utilisation de ces indices peut vous aider à transformer les petits paniers en paniers plus importants, tout en proposant une expérience clientèle positive.

Résultats réels

Fournir des recommandations personnalisées basées sur l'historique d'achat

Venchi

x 2

Augmentation des ventes de bons de réduction, et notamment des offres liées à des achats antérieurs, principalement attribuable à WhatsApp



[En savoir plus](#)

Tous les résultats sont autodéclarés, ne sont pas reproductibles et diffèrent généralement d'un individu à l'autre.



Créer des parcours de messagerie pour la vente croisée et la vente incitative

Pour générer des ventes supplémentaires, il faut d'abord utiliser les informations sur les achats pour proposer des produits connexes à la clientèle.

Vous pouvez engager la conversation en utilisant des [messages marketing](#) pour proposer des ventes croisées personnalisées basées sur le comportement antérieur d'un client ou d'une cliente. Vous pouvez aussi simplement suggérer une vente incitative ou croisée appropriée dans le cadre d'une discussion existante au cours de laquelle vous proposez une expérience d'achat consultative.

Même les messages de rappel concernant un panier abandonné ou une interaction avec un client ou une cliente peuvent ouvrir la voie à une opportunité de vente croisée ou de vente incitative sur WhatsApp.

Un partenaire de messagerie professionnelle peut vous aider à faire passer cette stratégie au niveau supérieur :



Utilisez des chatbots ou des agent-es humain-es pour faire des recommandations de produits personnalisées sur la base des achats précédents ou des demandes de renseignements.



Créez des opportunités d'achat supplémentaires dans le fil de discussion à l'aide d'un catalogue de produits ou d'un contenu multimédia enrichi pour présenter des offres connexes.



Augmentation des ventes grâce à des recommandations de produits à valeur ajoutée



Point d'entrée

Nouvelle interaction avec le client ou la cliente avec des recommandations personnalisées à l'aide de messages marketing

Expérience dans le fil

Aide pour acheter des produits pertinents en fonction de l'historique d'achat et des préférences

Point de conversation

Le client ou la cliente ajoute des articles à son panier et termine son achat dans le fil de discussion* ou en-dehors fil de discussion

Récupérer les paniers abandonnés

Les paniers d'achat abandonnés, source de frustration, peuvent rapidement réduire l'engouement (et la rentabilité) des ventes saisonnières pour les entreprises. Les campagnes basées sur les nouvelles interactions sont ainsi un élément essentiel de toute stratégie marketing, en particulier pour les ventes à forte valeur ajoutée.

Résultats réels

Interagir avec la clientèle grâce à des campagnes de récupération des paniers



50-83 %

d'augmentation des conversions en ligne attribuable à WhatsApp



[En savoir plus](#)

Les résultats sont autodéclarés, ne sont pas reproductibles et diffèrent généralement d'un individu à l'autre.



Créer des parcours de messagerie pour réduire les abandons de panier

Les entreprises peuvent booster leurs ventes en encourageant les personnes les plus exigeantes à terminer le processus de paiement lorsque les produits se trouvent déjà dans leur panier.

Lorsqu'une personne a donné son consentement, la première étape consiste à mettre en place des [messages marketing](#) sur WhatsApp qui sont automatiquement déclenchés par les événements Web liés aux paniers abandonnés. Les messages peuvent être personnalisés avec un lien direct vers le panier.

* Paiements sur WhatsApp disponibles au Brésil et en Inde



Vous pouvez faciliter le processus de paiement en activant les paiements dans le fil*, ou en travaillant avec un partenaire de messagerie professionnelle pour intégrer votre plateforme d'e-commerce afin de proposer une expérience d'achat fluide.



L'après-vente est une excellente occasion d'obtenir le consentement nécessaire pour envoyer des mises à jour de l'état des commandes sur WhatsApp par le biais de [messages utiles](#).

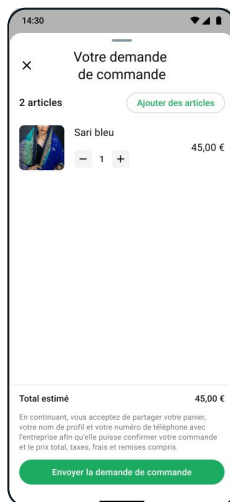


Récupération des paniers abandonnés pour stimuler les ventes



Point d'entrée

Déclenchement d'un message marketing qui facilite l'achat



Expérience dans le fil

Retour sur le site pour payer (ou paiement dans le fil*)



Point de conversation

Le client ou la cliente effectue l'achat et reçoit une confirmation

Optimiser la communication sur le traitement des commandes

Lors des journées de promotions et d'autres pics de ventes saisonniers, vous souhaitez que chaque client et cliente bénéficie d'une expérience positive avec votre entreprise, du début à la fin. Des communications proactives sur le traitement des commandes, avec des messages opportuns sur l'état des commandes ou les mises à jour de livraison, sont un moyen intelligent de tenir la clientèle informée et de réduire le volume de contacts entrants. Les messages utilitaires sur WhatsApp sont là pour vous aider.

Résultats réels

Des livraisons plus rapides et plus précises et un meilleur service clientèle

SPL

50 %

de réduction des temps d'attente dans les centres d'appel grâce à WhatsApp



[En savoir plus](#)

Tous les résultats sont autodéclarés, ne sont pas reproductibles et diffèrent généralement d'un individu à l'autre.



Créer des parcours de messagerie pour automatiser les mises à jour transactionnelles

Les [messages utilitaires](#) initiés par les entreprises sur WhatsApp constituent un point d'entrée utile pour les notifications importantes et les mises à jour automatisées. Utilisez-les pour tenir la clientèle informée, faciliter le traitement sans faille de chaque commande et réduire la probabilité de submersion de votre service clientèle par les questions.

Les messages utilitaires sont à la fois opportuns et très visibles, attirant l'attention et contribuant à augmenter les taux d'ouverture par rapport à d'autres canaux tels que l'e-mail et le SMS.



Pour améliorer cette stratégie, les partenaires de messagerie professionnelle peuvent vous aider à automatiser l'expérience dans le fil avec des fonctionnalités telles que les chatbots pour traiter les questions relatives aux commandes et faciliter les modifications ou les retours.



Tenir la clientèle informée grâce aux mises à jour du statut



Point d'entrée

↑

Envoi de mises à jour sur l'état de la commande à l'aide de messages utilitaires



Expérience dans le fil

Le client ou la cliente peut examiner et vérifier les détails de sa commande



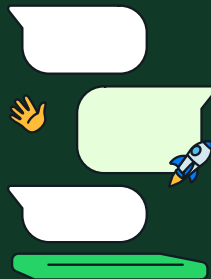
Point de conversation

↓

Le client ou la cliente met à jour les détails de sa commande

Comment relancer votre croissance

Commencez dès maintenant à approfondir les relations et à stimuler la croissance tout au long du cycle de vie de la clientèle



Maximiser les moments de vente à forte valeur ajoutée grâce à des interactions de bout en bout

Toutes les stratégies présentées dans ce guide peuvent aider votre entreprise à saisir les opportunités qui découlent de l'activité de consommation accrue à l'occasion des fêtes et des journées de promotions.

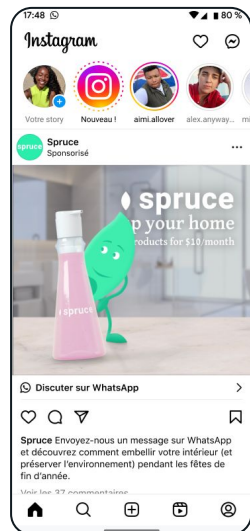
En associant plusieurs stratégies, vous pouvez créer des parcours de bout en bout pour votre clientèle et atteindre divers objectifs commerciaux.



Une expérience clientèle sans faille

Voici un exemple de la façon dont une entreprise d'e-commerce pourrait réunir tous ces éléments pour maximiser les ventes et approfondir les relations avec sa clientèle sur WhatsApp.

Promotions et ventes consultatives



Ciblage de l'audience sur Instagram et Facebook avec des publicités clic vers WhatsApp.



Vente croisée et vente incitative



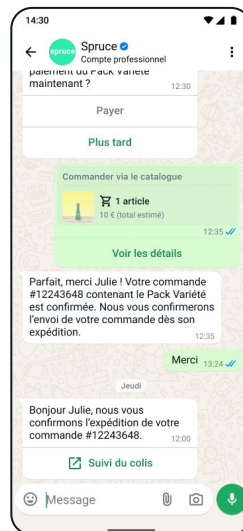
Recommandations de produits en fonction des besoins



Récupération des paniers abandonnés et automatisation de la communication sur le traitement des commandes



Conversion facilitée et envoi de messages utiles



C'est maintenant qu'il faut se préparer pour le prochain pic de ventes. Une planification et une stratégie de bout en bout peuvent faire toute la différence lorsque l'envie d'acheter s'intensifie.

Que vous recherchiez un partenaire de messagerie professionnelle pour vous lancer, que vous travailliez avec un partenaire existant pour passer à la vitesse supérieure ou que vous fassiez les choses vous-même à l'aide de la plateforme WhatsApp Business, voici quelques éléments clés à retenir pour suivre une stratégie efficace.

Intégrations de systèmes et bases de données

- Créez des intégrations avec des systèmes back-end de type CRM, e-commerce, centre de contact, gestion des commandes et traitement afin de simplifier les processus et d'améliorer l'efficacité.
- Utilisez l'[API Conversions pour la messagerie professionnelle](#) pour optimiser le ciblage des publicités, réduire le coût par action, mesurer les résultats sur l'ensemble des technologies Meta et prendre des décisions de campagne basées sur les données.

Capture des données et personnalisation

- Recueillez des données sur la clientèle afin de les exploiter dans le cadre de futures communications personnalisées.
- Assurez un suivi avec des recommandations de vente incitative et de vente croisée personnalisées grâce à des [messages marketing](#) basés sur les achats récents des personnes qui ont donné leur consentement.

Expérience et interactions de la clientèle

- Créez des expériences personnalisées avec [WhatsApp Flows](#) pour faciliter des interactions plus complexes dans le fil, telles que l'obtention de devis, la prise de rendez-vous et les achats.
- Proposez des incitations dans les campagnes de messages marketing pour stimuler les interactions et les conversions.
- Utilisez des [messages utilitaires](#) dotés de fonctionnalités multimédias et interactives afin d'accroître les interactions avec les notifications urgentes.

Base de données marketing et consentement

- Constituez votre liste marketing grâce à des publicités clic vers WhatsApp et à d'autres points d'entrée, comme votre site Web ou votre point de vente.
- Assurez-vous que les membres de la clientèle ont explicitement consenti à recevoir des communications de la part de votre entreprise.

Pour commencer, faites simplement appel à votre partenaire de messagerie professionnelle actuel ou à un autre pour vous aider à atteindre vos objectifs de vente saisonniers.



[Découvrir les partenaires](#)

Préparez-vous à vendre comme jamais auparavant

Avant, pendant et après les moments de vente à forte valeur ajoutée, WhatsApp peut vous aider à augmenter vos ventes et à nouer de solides relations avec votre clientèle et ainsi générer des retours tout au long de l'année.

Lancez-vous dès maintenant et pour en profiter le moment venu.



[Découvrez comment vous lancer dès aujourd'hui](#)



[Découvrez d'autres ressources sur les ventes saisonnières](#)



WhatsApp



from  Meta