

Buku **Panduan** Penjualan Musiman

7 strategi pesan bisnis untuk memanfaatkan
percakapan untuk momen penjualan bernilai tinggi



from **Meta**

Banyak bisnis, terutama ritel dan ruang ecommerce, memiliki waktu terprediksi sepanjang tahun kapan penjualan dan konversi melonjak. Momen lonjakan itu bukan hanya peluang untuk mendorong penjualan dan pendapatan, tetapi juga kesempatan untuk mendapatkan pelanggan baru dan membangun loyalitas dengan pelanggan yang ada.

Baik Black Friday di Brazil, El Buen Fin di Meksiko, Diwali di India, maupun Hari Ganda seperti 11.11 dan 12.12 di Asia Tenggara, momen musiman seperti ini tidak dapat dilewatkan oleh bisnis besar dan kecil.

Benih yang Anda tanam dan hubungan yang Anda bangun selama periode penjualan ramai dapat terbayar secara seketika dalam jangka panjang. Guna memanfaatkan setiap momen, pesan bisnis di WhatsApp dapat menjadi strategi utama untuk membuat musim tersibuk Anda sukses.

Buku panduan ini akan memperlihatkan kepada Anda tujuh cara WhatsApp for Business membantu Anda memaksimalkan keberhasilan dari momen musiman yang sangat berarti untuk Anda dan pelanggan Anda.

Apa yang ada pada buku panduan ini

01. Keajaiban berkirim pesan
02. WhatsApp dan peluang penjualan musiman
03. 7 cara memenangkan lonjakan pembelian
 - Ciptakan prospek baru
 - Sampaikan promosi yang berkinerja tinggi
 - Tawarkan pengalaman pembelian yang bersifat konsultatif
 - Dorong perdagangan dari online ke offline
 - Cross-sell dan upsell produk serta layanan
 - Pulihkan keranjang yang ditinggalkan
 - Optimalkan komunikasi yang memuaskan
04. Cara melejitkan pertumbuhan Anda

Keajaiban Ber kirim Pesan

Mengapa pesan bisnis adalah hadiah yang terus diberikan



Berkirim pesan bisnis adalah hal yang ideal untuk percakapan yang membantu memperdalam hubungan dan mendorong pertumbuhan di seluruh siklus hidup pelanggan. Baik pelanggan maupun bisnis mendapatkan nilai.

42%

pembelanja saat liburan telah berkomunikasi dengan bisnis melalui berkirim pesan, dan pelanggan yang lebih muda pada khususnya melaporkan hasil positif dari pengalaman mereka.

APAC: 57% **LATAM:** 52%
EMEA: 22% **NA:** 35%

55%

pembelanja musiman dari generasi Milenial dan Gen Z mengatakan bahwa berkirim pesan dengan bisnis membuat mereka merasa terhubung secara pribadi dengan merek.

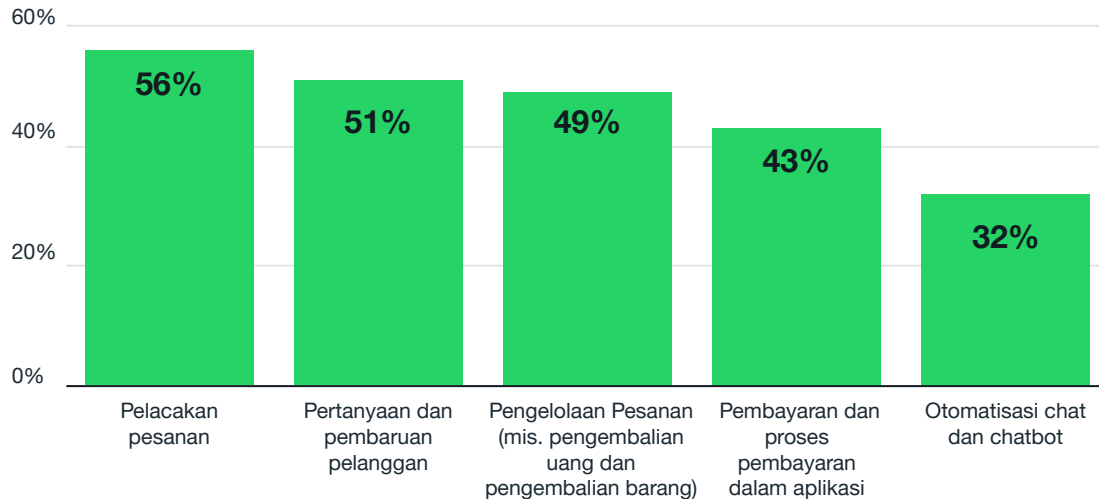
APAC: 61% **LATAM:** 57%
EMEA: 39% **NA:** 59%



Sumber: "Studi Liburan Musiman" oleh YouGov (studi online yang ditugaskan Meta terhadap 18.727 pembelanja saat liburan berusia 18-64 di Australia, Brasil, Kanada, Prancis, Jerman, Indonesia, Jepang, Meksiko, Korea Selatan, Swedia, Thailand, Inggris, AS, Vietnam), Desember 2024.

Pembelanja beralih ke pesan bisnis untuk memenuhi serangkaian kebutuhan saat penjualan musiman mulai ramai. Merek harus tetap memikirkan kasus penggunaan teratas ini saat merencanakan strategi mereka.

Solusi berkirim pesan mana yang menurut pelanggan paling membantu?

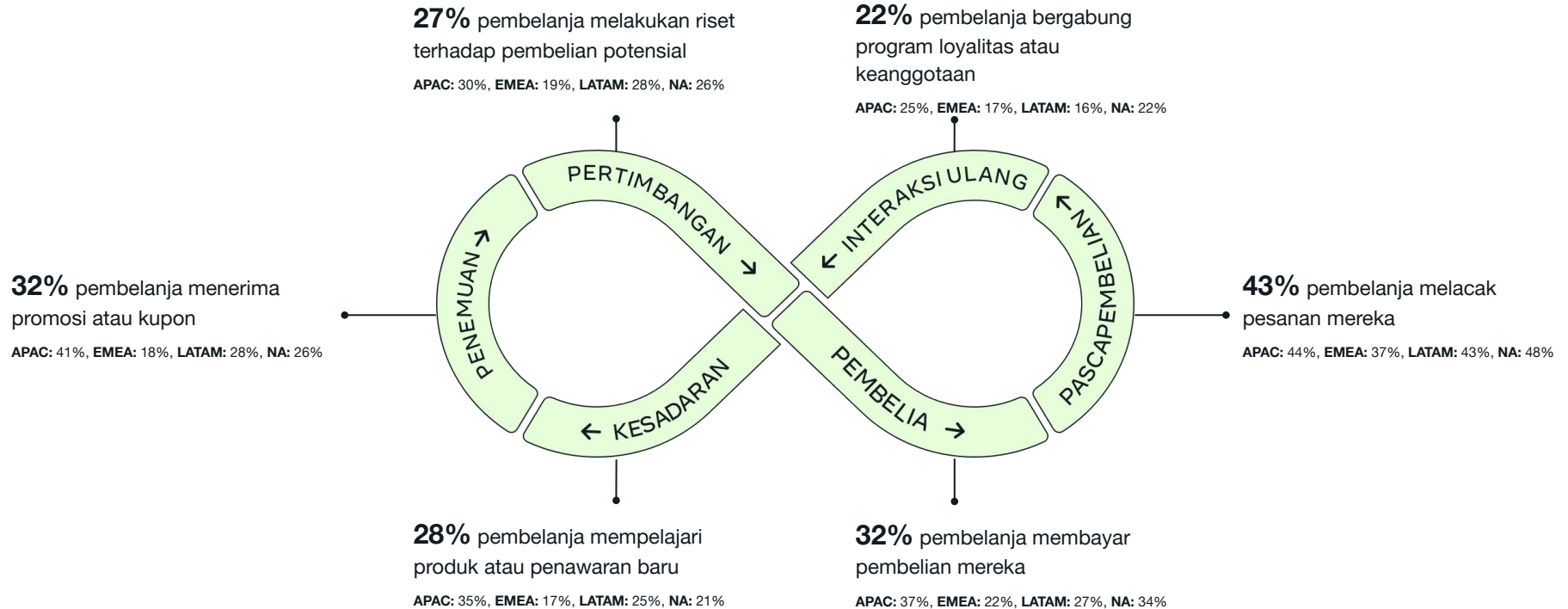


Saat pembelanja melaporkan banyak manfaat dari pesan bisnis, perusahaan juga mengenali keuntungan di seluruh siklus hidup pelanggan penuh.

95%

dari merek mengatakan pesan bisnis meningkatkan pengalaman pelanggan. Hal ini memungkinkan bisnis untuk memperdalam hubungan dengan pelanggan melalui percakapan satu-per-satu yang berkelanjutan dan pribadi dalam skala besar.

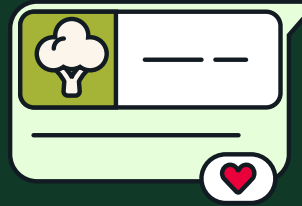
Ketika periode penjualan musiman yang ramai dan sepanjang tahun, bisnis memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan pelanggan melalui berkirim pesan di setiap jenjang penjualan mereka.



Sumber: "Studi Liburan Musiman" oleh YouGov (studi online yang ditugaskan Meta terhadap 18.727 pembelanja saat liburan berusia 18-64 di Australia, Brasil, Kanada, Prancis, Jerman, Indonesia, Jepang, Meksiko, Korea Selatan, Swedia, Thailand, Inggris, AS, Vietnam), Desember 2024.

WhatsApp dan Peluang Penjualan Musiman

Temui pelanggan Anda di tempat mereka berada



Di seluruh dunia, **74%** orang dewasa ingin dapat berkomunikasi bersama bisnis dengan cara yang sama mereka gunakan untuk berkomunikasi bersama teman dan keluarga yaitu melalui pesan.¹

Selama periode penjualan ramai, seperti liburan, keinginan untuk berkirim pesan dengan bisnis dengan mudah menjadi lebih jelas.



pembelanja musiman yang telah mengirimkan pesan kepada bisnis sebelumnya:

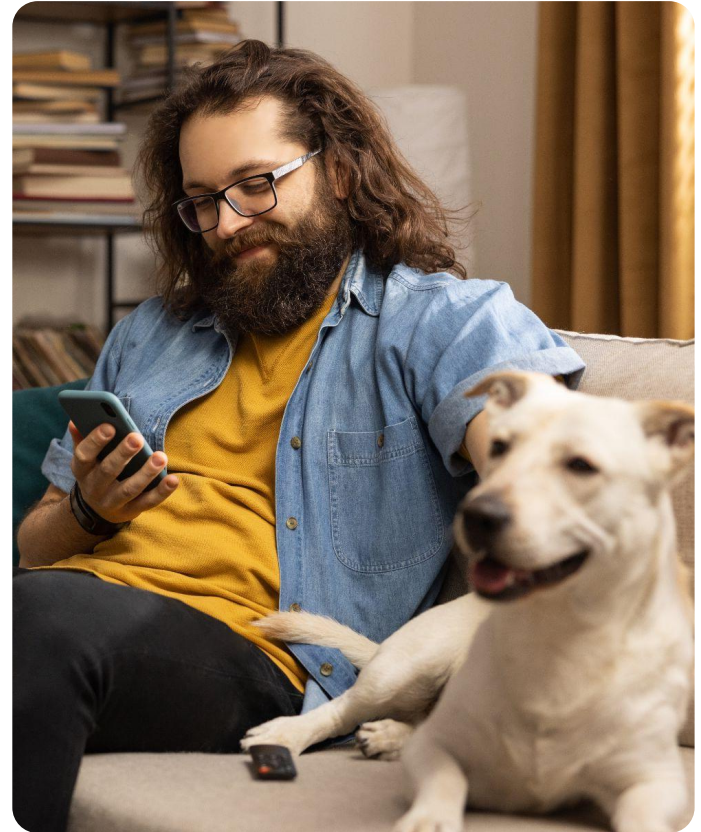
85%

menggunakan teknologi Meta

47%

secara global menggunakan WhatsApp

Pengguna WhatsApp secara khusus memberikan indeks yang lebih tinggi untuk mengatakan bahwa mereka senang dapat mengirim pesan langsung ke bisnis selama penjualan musiman.²



¹Sumber: Riset Penggunaan Pesan Bisnis oleh Kantar. (Studi online yang ditugaskan Meta terhadap 6.513 orang dewasa online di BR, MX, ID, TH, VN, UK, DE, ES, DR, IN, US, PH, MY), Maret 2024.

²Sumber: “Studi Liburan Musiman” oleh YouGov (studi online yang ditugaskan Meta terhadap 18.727 pembelanja saat liburan berusia 18-64 di Australia, Brasil, Kanada, Prancis, Jerman, Indonesia, Jepang, Meksiko, Korea Selatan, Swedia, Thailand, Inggris, AS, Vietnam), Desember 2024.

Perjalanan berkirir pesan membantu bisnis memaksimalkan peluang penjualan musiman

WhatsApp menawarkan beragam cara untuk mencapai tujuan bisnis Anda selama musim liburan, mulai dari menghasilkan prospek hingga mengomunikasikan status pesanan. Semua itu dimungkinkan melalui perjalanan berkirir pesan.

Perjalanan berkirir pesan dimulai ketika pelanggan bergabung dalam percakapan melalui sebuah titik masuk, seperti [iklan yang mengarahkan ke WhatsApp](#) atau kode QR di toko. Perjalanan berkirir pesan berlanjut melalui pengalaman bisnis dan interaksi pelanggan, dan mencapai puncaknya ketika mereka mencapai titik konversi yang Anda inginkan, seperti melakukan pembelian.

Titik masuk (atau masuk kembali), pengalaman dalam utas, dan titik konversi semuanya bersinergi dalam menciptakan perjalanan berkirir pesan yang membantu Anda mencapai hasil bisnis yang diinginkan.

Saat kita membahas strategi WhatsApp spesifik yang perlu dipertimbangkan untuk momen penjualan besar Anda berikutnya, ingatlah kerangka kerja perjalanan berkirir pesan.



Titik masuk atau Masuk Kembali

Cara bisnis memulai atau mengaktifkan kembali perjalanan berkirir pesan dan mendorong pelanggan ke utas pesan.

Dapat berasal dari sumber online, seperti iklan yang mengarahkan ke WhatsApp atau sumber offline, seperti kode QR toko.



Pengalaman di dalam Utas

Semua interaksi antara bisnis dan pelanggan di dalam WhatsApp, seperti penawaran kupon atau menyediakan rekomendasi yang dipersonalisasi, yang mengalihkan pelanggan ke konversi yang diinginkan.

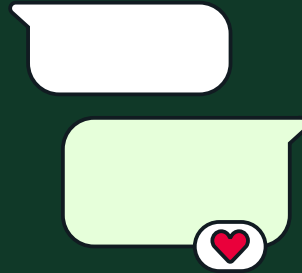


Titik Konversi

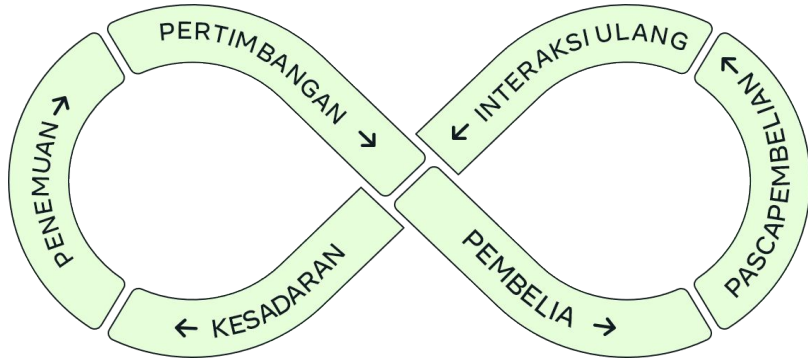
Capaian yang terukur untuk mencapai hasil bisnis, seperti membuat pelanggan menjadwalkan janji temu atau membeli produk.

7 Cara Memenangkan Lonjakan Pembelanjaan

Cara memanfaatkan percakapan untuk memaksimalkan keberhasilan saat momen penjualan bernilai tinggi



Di seluruh siklus hidup pelanggan, Anda dapat menggunakan WhatsApp untuk membangun pengalaman berkirim pesan yang mendorong serangkaian hasil bisnis yang beragam.



Mari jelajahi tujuh strategi musiman yang membantu dalam mendorong pertumbuhan kesadaran, penemuan, pertimbangan, pembelian, pengalaman pascapembelian, dan interaksi ulang.

01

Ciptakan prospek baru

Temukan dan berinteraksi dengan prospek yang tepat untuk mendorong pertumbuhan

02

Sampaikan promosi dengan berkinerja tinggi

Tingkatkan promosi yang dipersonalisasi kepada pembeli

03

Tawarkan pengalaman pembelian yang bersifat konsultatif

Fasilitasi penjualan produk dan layanan yang memerlukan pertimbangan lebih

04

Dorong perdagangan dari online ke offline

Tumbuhkan traffic ke toko dan fasilitasi pembelian dengan beberapa saluran

05

Cross-sell dan upsell produk serta layanan

Berinteraksi ulang dengan pembeli untuk menawarkan produk terkait guna mendorong penjualan inkremental

06

Peroleh kembali keranjang yang ditinggalkan

Tingkatkan penjualan dengan mendorong pembeli berniat tinggi untuk melakukan proses pembayaran.

07

Optimalkan komunikasi yang memuaskan

Penuhi pesanan dan izinkan perubahan pesanan sekaligus mengurangi volume kontak masuk

Strategi 01

Ciptakan prospek baru

Membangun saluran prospek yang kuat jauh sebelum lonjakan musiman tiba dapat mempersiapkan bisnis Anda untuk lonjakan penjualan. Di masa-masa tersibuk, bisnis juga bisa memanfaatkan momentum untuk menjaring prospek baru, mendorong pendapatan langsung sekaligus membangun basis pelanggan potensial untuk dijaga dan diaktifkan kembali di masa mendatang.

Dengan WhatsApp, ada banyak jalur menuju akuisisi pelanggan baru.

Hasil Nyata

Menekan biaya per prospek dengan iklan yang mengarahkan ke WhatsApp

PediaSure

64%

biaya lebih rendah per prospek vs. kampanye PediaSure biasa



[Pelajari selengkapnya](#)

Sumber: Tes A/B Meta,
Juli 11-25, 2023.



Bangun perjalanan berkirim pesan untuk menciptakan prospek

Menemukan pelanggan baru untuk menumbuhkan penjualan dimulai dengan membuat koneksi. Dengan menggunakan [iklan yang mengarahkan ke WhatsApp](#) yang ditargetkan, Anda dapat menjangkau prospek yang tepat di Facebook atau Instagram, lalu memulai utas percakapan WhatsApp.

Setelah menjangkau orang-orang melalui iklan, kesempatan untuk membina dan mengonversi prospek melalui percakapan menjadi hal yang tak terbatas. Mitra Pesan Bisnis dapat membantu Anda membangun pengalaman penciptaan prospek dalam utas seperti:



Menyampaikan kupon yang dipersonalisasi



Membuat pengalaman tanya-jawab untuk menjangkau informasi kontak relevan dan menyaring prospek



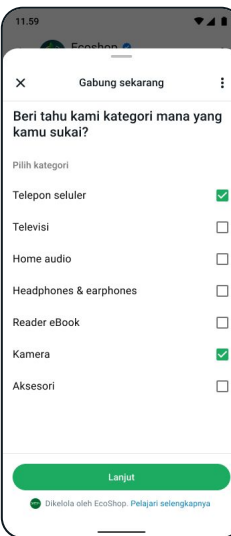
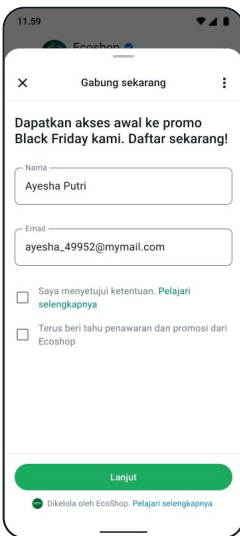
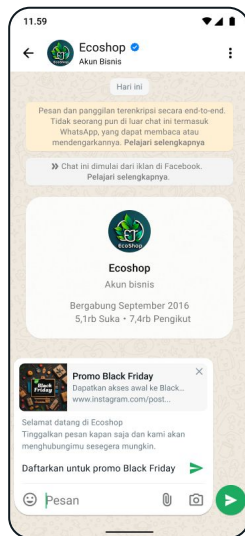
Membangun formulir penciptaan prospek kustom dengan [WhatsApp Flows](#)



Memastikan keikutsertaan untuk jenis pesan lain, seperti [pesan marketing](#) untuk promosi atau [pesan utilitas](#) untuk membagikan pembaruan pesan

Tanpa melihat bagaimana pengalaman dalam utas Anda, WhatsApp dapat membantu Anda membangun perjalanan berkirim pesan yang membawa pelanggan potensial baru untuk penjualan musiman yang ramai dan lainnya.

Ciptakan dan saring prospek menggunakan formulir kustom WhatsApp Flows



Titik Masuk

Raih pemirsa target Anda dengan iklan yang mengarahkan ke WhatsApp

Pengalaman di dalam Utas

Pelanggan mengonfirmasi minat saat mendaftar guna mendapatkan akses awal untuk promo

Pelanggan memberikan preferensi menggunakan formulir kustom yang dibuat dengan WhatsApp Flows

Pelanggan memberikan preferensi, yang nantinya dapat digunakan untuk rekomendasi yang dipersonalisasi

Titik Konversi

Pelanggan mendaftar akses awal untuk promo, prospek berhasil dijaring

Sampaikan promosi yang berkinerja tinggi

Saat orang-orang secara aktif mencari promo pembelian untuk diri mereka sendiri dan orang lain, promosi dapat membantu Anda mengapitalisasi pengeluaran pelanggan yang meningkat untuk mendorong penjualan dan pendapatan.

Hasil Nyata

Mendorong penjualan kopi dengan WhatsApp

kopi kenangan 

3X

peningkatan konversi pemesanan kopi menggunakan pemberitahuan berisi promosi melalui WhatsApp vs. SMS



[Pelajari selengkapnya](#)

Hasil dilaporkan sendiri dan tidak dapat diulang. Secara umum, hasil yang diharapkan secara individu akan berbeda.



Strategi 02

Bangun perjalanan berkirim pesan untuk kampanye berisi promosi

Anda mungkin memulai perjalanan berkirim pesan dengan pembelian di Facebook atau Instagram melalui iklan yang mengandung insentif promosi dan mendorong percakapan di WhatsApp.



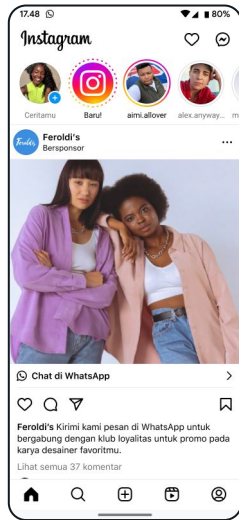
Setelah seseorang bersedia menerima komunikasi dari bisnis Anda, Anda dapat mengirim [pesan marketing](#) untuk menyampaikan kupon yang dipersonalisasi atau penawaran spesial selama periode lonjakan penjualan dan lainnya.



Untuk memperbesar skala percakapan bernilai tinggi dengan pelanggan, Mitra Pesan Bisnis dapat membantu Anda membangun interaksi pengalaman di dalam utas yang menyertakan katalog produk atau chatbot untuk memandu pembeli ke konversi.



Distribusikan promosi dan kupon yang dipersonalisasi untuk penjualan musiman



Titik Masuk

Raih pemirsa target Anda dengan iklan yang mengarahkan ke WhatsApp



Kumpulkan keikutsertaan dan insight pelanggan



Pengalaman di dalam Utas

Kirimkan promosi yang dipersonalisasi berdasarkan insight pelanggan



Bantu pelanggan membuat keputusan pembelian



Titik Konversi

Pelanggan menambahkan item di keranjang

Tawarkan pengalaman pembelian yang bersifat konsultatif

Khususnya selama Hari Mega Sales atau lonjakan pembelian, pelanggan mengharapkan perhatian pribadi dan semua pertanyaan mereka dijawab. Hal ini terutama berlaku untuk produk dan layanan yang bernilai tinggi atau yang memiliki pertimbangan tinggi.

Penjualan yang bersifat konsultatif memerlukan pembangunan kepercayaan, pemahaman kebutuhan pelanggan, dan penyediaan pendampingan untuk membantu mengubah pencari informasi menjadi pembeli.

Membuat perjalanan berkiriman pesan yang berorientasi pada pelayanan di WhatsApp bisa membantu.

Hasil Nyata

Meningkatkan pendapatan dan traffic dengan penjualan yang dipersonalisasi

FRÁVEGA ➤

11X

peningkatan pendapatan, dikaitkan dengan pembelian yang dipersonalisasi di Platform WhatsApp Business



[Pelajari selengkapnya](#)

Hasil dilaporkan sendiri dan tidak dapat diulang. Secara umum, hasil yang diharapkan secara individu akan berbeda.



Bangun pengalaman berkirim pesan untuk penjualan yang bersifat konsultatif

Seperti perjalanan berkirim pesan yang lain, Anda bisa memulai percakapan dengan menjangkau pelanggan potensial dengan [iklan yang mengarahkan ke WhatsApp](#).

Atau Anda bisa menggunakan [pesan marketing](#) di WhatsApp untuk mengirimkan promosi yang dipersonalisasi untuk kontak yang ada guna memantik pengalaman pembelian baru.

*Pembayaran di WhatsApp tersedia di Brasil dan India

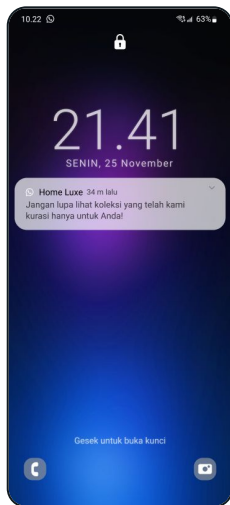
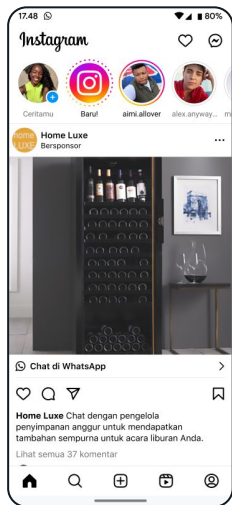


Dalam utas, pendekatan yang dipersonalisasi dalam berkirim pesan dapat membuat perubahan yang signifikan. Anda dapat membantu pembeli menemukan opsi menggunakan katalog produk atau media yang kaya, sebagai contoh.

Kemudian, chatbot atau agen manusia dapat mengumpulkan preferensi, menyediakan rekomendasi yang disesuaikan, dan memfasilitasi proses pembayaran di dalam utas* atau saluran lain.



Pandu pelanggan Anda dari penemuan ke pembelian melalui penjualan yang bersifat konsultatif



Titik Masuk

Raih pemirsa target Anda dengan iklan yang mengarahkan ke WhatsApp

Pengalaman di dalam Utas

Sediakan rekomendasi berdasarkan kebutuhan pelanggan

Titik Masuk Ulang

Bawa pelanggan kembali ke percakapan dengan pengingat otomatis melalui pesan pemasaran

Pengalaman di dalam Utas

Fasilitasi percakapan dengan promosi yang dipersonalisasi

Titik Konversi

Pelanggan menambahkan item ke keranjang; penjualan selesai di luar utas

Dorong perdagangan dari online ke offline

Untuk bisnis dengan lokasi fisik—apakah gerai ritel atau salon yang mengalami lonjakan kunjungan selama musim perayaan besar—membawa pelanggan ke toko dapat menjadi penting dalam meningkatkan pendapatan.

Pesan bisnis di WhatsApp dapat cara efisien dan efektif untuk mendorong traffic offline dan penjualan.

Hasil Nyata

Membangun loyalitas pelanggan dengan pendaftaran online



4X

peningkatan pada anggota program loyalitas yang didapatkan setiap bulan melalui WhatsApp, dibandingkan SMS dan pendaftaran di toko



[Pelajari selengkapnya](#)

Semua hasil dilaporkan sendiri oleh merek dan tidak dapat diulang. Secara umum, hasil yang diharapkan secara individu tentunya akan berbeda.



Bangun perjalanan berkirim pesan untuk mendorong penjualan tatap muka

Untuk memantik traffic kunjungan ke toko dan penjualan offline, mulai dengan membuat koneksi secara online menggunakan [iklan yang mengarahkan ke WhatsApp](#), atau berinteraksi ulang dengan kontak yang ada di WhatsApp dengan [pesan marketing](#) yang relevan.

Kemudian, sesuaikan pengalaman di dalam utas untuk mendorong percakapan langsung. Contohnya, peritel kosmetik Meksiko saat El Buen Fin bisa jadi:



Memesan konsultasi kecantikan di dalam toko menggunakan [WhatsApp Flows](#)



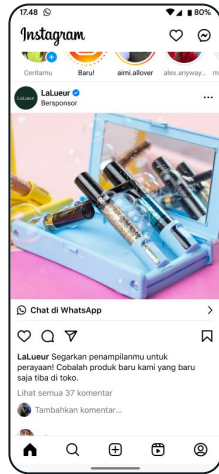
Menyampaikan pemberitahuan status pesanan otomatis menggunakan [pesan utilitas](#), ingatkan pelanggan tentang pesanan mereka yang dibeli online, diambil di toko



Membagikan informasi toko lokal dengan cara yang cepat dan dipersonalisasi



Fasilitasi perdagangan dari online-ke-offline dengan menemukan pelanggan online dan membawa mereka ke toko Anda



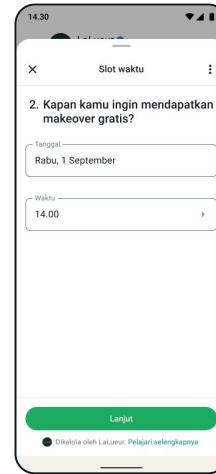
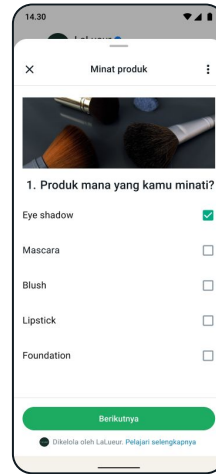
Titik Masuk

Raih pemirsa target Anda dengan iklan yang mengarahkan ke WhatsApp



Pengalaman di dalam Utas

Ajak pelanggan untuk menjelajahi produk baru dengan janji temu di toko



Titik Konversi

Janji temu pelanggan terkonfirmasi

Cross-sell dan upsell produk serta layanan

Saat Black Friday atau Hari Ganda tiba, pembeli musiman sering kali berada dalam mode belanja, secara aktif mencari ide dan penawaran. Setiap pembelian memberikan Anda petunjuk tentang preferensi mereka dan insight tentang produk atau layanan lain yang mungkin mereka sukai.

Selama periode penjualan bernilai tinggi, bertindak berdasarkan petunjuk tersebut dapat membantu Anda mengubah keranjang belanja kecil menjadi keranjang belanja yang lebih besar, dan memberikan pengalaman pelanggan yang positif dalam prosesnya.

Hasil Nyata

Menyampaikan rekomendasi kustom berdasarkan riwayat pelanggan

Venchi

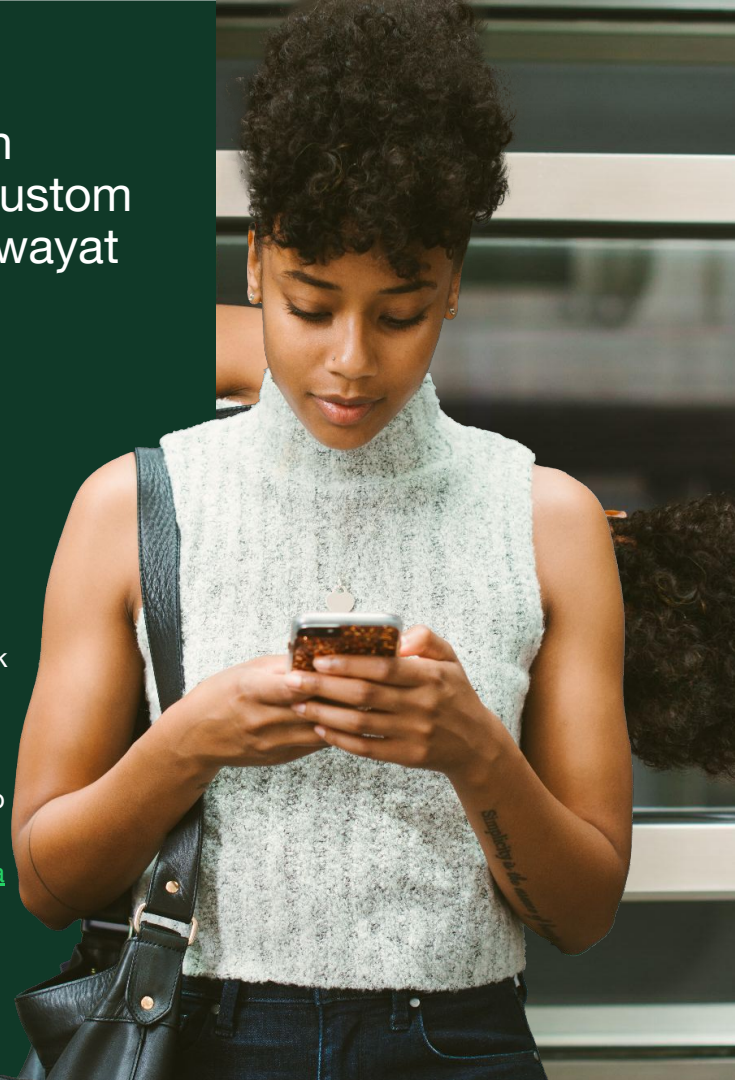
2X

penjualan kupon, termasuk dari penawaran terkait pembelian yang lalu, terutama yang diatribusikan ke WhatsApp



[Pelajari selengkapnya](#)

Semua hasil dilaporkan sendiri dan tidak dapat diulang. Secara umum, hasil yang diharapkan secara individu akan berbeda.



Bangun perjalanan berkirim pesan untuk melakukan cross-sell dan upsell

Mendorong penjualan inkremental menggunakan insight pembelian untuk berinteraksi ulang dengan pelanggan dengan produk terkait.

Anda dapat memantik percakapan menggunakan [pesan marketing](#) untuk menyampaikan promosi cross-selling yang dipersonalisasi berdasarkan perilaku sebelumnya dari pelanggan. Atau sarankan saja upsell atau cross-sell yang sesuai sebagai bagian dari chat tempat Anda menawarkan pengalaman belanja konsultatif.

Bahkan pesan pengingat tentang keranjang belanja yang ditinggalkan atau interaksi umpan balik pelanggan dapat membuka jalan ke peluang cross-selling atau upselling di WhatsApp.

Mitra Pesan Bisnis dapat membantu Anda membawa strategi ini ke level selanjutnya dengan:



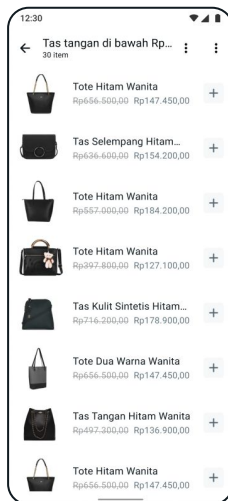
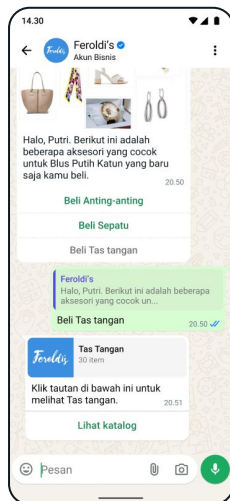
Menggunakan chatbot atau agen manusia untuk membuat rekomendasi produk yang dipersonalisasi berdasarkan pembelian sebelumnya atau pertanyaan dari pelanggan



Membuat peluang pembelian di dalam utas tambahan menggunakan katalog produk atau media yang kaya untuk menampilkan penawaran terkait



Tingkatkan penjualan dengan rekomendasi produk bernilai tambah



Titik Masuk

Berinteraksi kembali dengan pelanggan dengan rekomendasi yang dipersonalisasi menggunakan pesan marketing

Pengalaman di dalam Utas

Bantu pelanggan membeli produk yang mungkin mereka minati berdasarkan riwayat pembelian dan preferensi

Titik Konversi

Pelanggan menambahkan item ke keranjang dan menyelesaikan pembelian di dalam utas* atau di luar utas

Pulihkan keranjang yang ditinggalkan

Keranjang belanja yang ditinggalkan, yang sangat umum dan sering membuat frustrasi, dapat dengan cepat mengurangi kesenangan (dan profitabilitas) dari penjualan musiman bagi bisnis. Itulah sebab kampanye interaksi ulang menjadi bagian yang sangat penting dari setiap strategi pemasaran, terutama selama penjualan dengan nilai tinggi.

Hasil Nyata

Berinteraksi dengan pelanggan menggunakan kampanye pemulihan keranjang belanja



50-83%

peningkatan pada pertumbuhan konversi online yang diatribusikan ke WhatsApp



[Pelajari selengkapnya](#)

Hasil dilaporkan sendiri dan tidak dapat diulang. Secara umum, hasil yang diharapkan secara individu akan berbeda.



Bangun pengalaman berkirim pesan untuk mengurangi keranjang ditinggalkan

Pedagang dapat meningkatkan penjualan dengan mendorong pembeli yang berniat tinggi untuk menyelesaikan proses pembayaran ketika produk sudah ada di keranjang mereka.

Ketika pelanggan telah memilih untuk ikut serta, langkah pertama adalah menyiapkan [pesan marketing](#) di WhatsApp yang secara otomatis diaktifkan oleh keranjang yang ditinggalkan di peristiwa web. Pesan dapat dipersonalisasi dengan tautan langsung ke keranjang pelanggan.

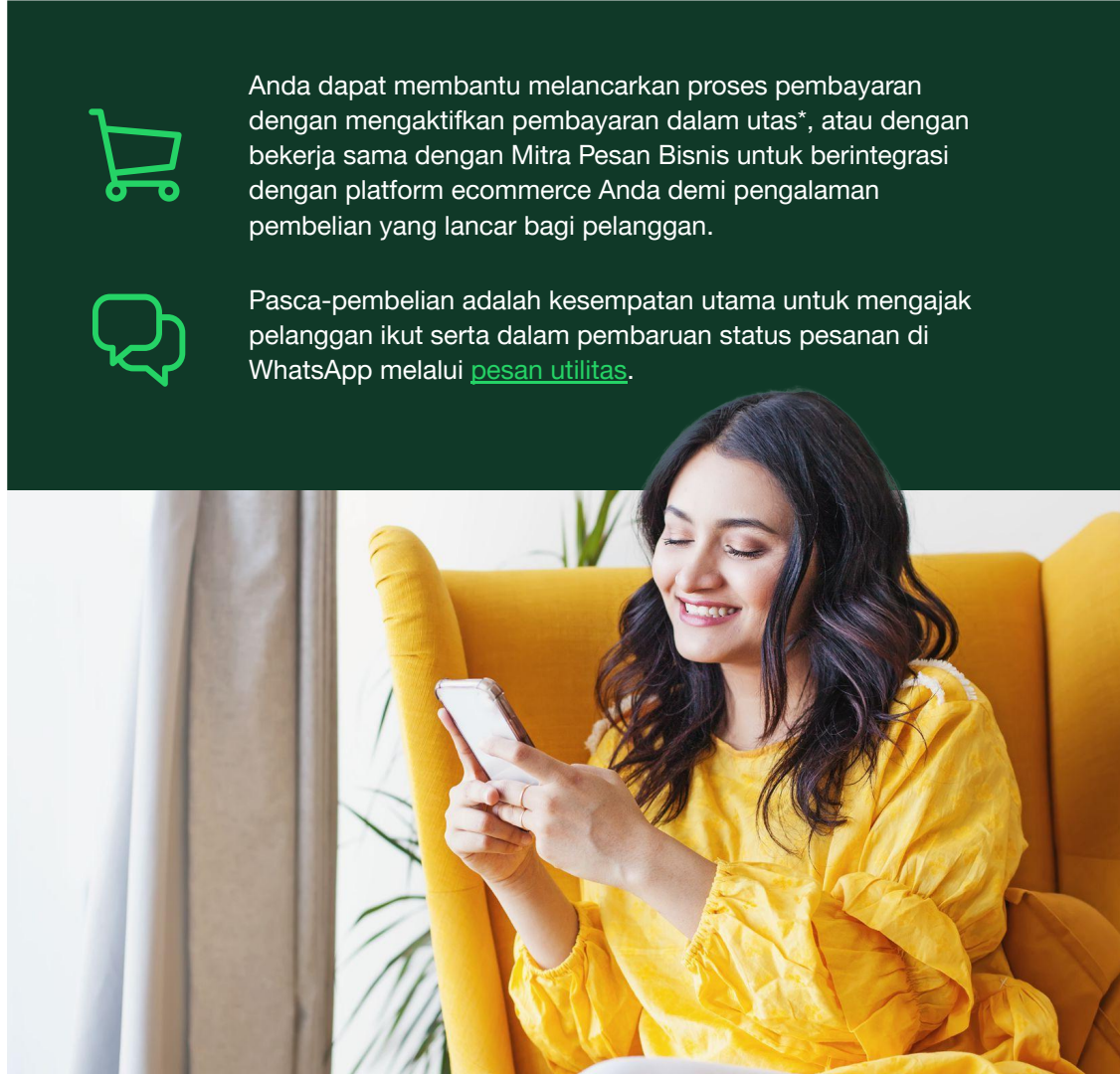
*Pembayaran di WhatsApp tersedia di Brasil dan India



Anda dapat membantu meluncurkan proses pembayaran dengan mengaktifkan pembayaran dalam utas*, atau dengan bekerja sama dengan Mitra Pesan Bisnis untuk berintegrasi dengan platform ecommerce Anda demi pengalaman pembelian yang lancar bagi pelanggan.



Pasca-pembelian adalah kesempatan utama untuk mengajak pelanggan ikut serta dalam pembaruan status pesanan di WhatsApp melalui [pesan utilitas](#).

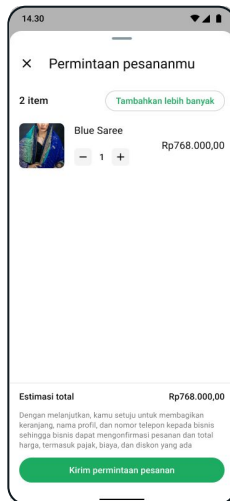


Pulihkan keranjang yang ditinggalkan untuk meningkatkan penjualan



Titik Masuk

Aktifkan pesan marketing yang memfasilitasi pembelian



Pengalaman di dalam Utas

Kembali ke situs untuk proses pembayaran (atau proses pembayaran dalam utas*)



Titik Konversi

Pelanggan menyelesaikan pembelian dan menerima konfirmasi

Optimalkan komunikasi yang memuaskan

Selama Hari Mega Sales dan puncak penjualan musiman yang sibuk lainnya, Anda ingin setiap pelanggan mendapatkan pengalaman positif dengan bisnis Anda dari awal hingga akhir. Komunikasi pemenuhan pesanan yang proaktif-dengan pesan yang peka terhadap waktu mengenai status pesanan atau pembaruan pengiriman-adalah cara yang cerdas untuk memberi informasi kepada pelanggan dan mengurangi volume kontak yang masuk. Dengan pesan utilitas di WhatsApp, Anda terlindungi.

Hasil Nyata

Memastikan penyampaian yang lebih cepat dan akurat, serta layanan pelanggan yang ditingkatkan

SPL
50%

pengurangan waktu tunggu di pusat panggilan yang diatribusikan ke WhatsApp



[Pelajari selengkapnya](#)

Semua hasil dilaporkan sendiri dan tidak dapat diulang. Secara umum, hasil yang diharapkan secara individu akan berbeda.



Buat perjalanan berkirim pesan untuk mengotomatiskan pembaruan pemenuhan transaksi

Pesan utilitas yang diprakarsai oleh bisnis di WhatsApp merupakan titik masuk yang berguna untuk pemberitahuan pelanggan dan pembaruan otomatis yang penting. Gunakan untuk memberi informasi kepada pelanggan, memfasilitasi pemenuhan setiap pesanan dengan lancar, dan mengurangi kemungkinan pembeli musiman membanjiri tim layanan pelanggan Anda dengan pertanyaan.

Pesan utilitas disampaikan tepat waktu dan sangat jelas terlihat, sehingga menarik perhatian dan membantu meningkatkan tingkat keterbukaan dibandingkan dengan saluran lain seperti email dan SMS.



Untuk membawa strategi ini ke tingkat berikutnya, Mitra Pesan Bisnis dapat membantu Anda mengotomatiskan pengalaman di dalam utas dengan fitur-fitur seperti chatbot untuk menjawab pertanyaan tentang pesanan dan memfasilitasi perubahan atau pengembalian.



Terus beri informasi kepada pelanggan tentang pembaruan status pesanan



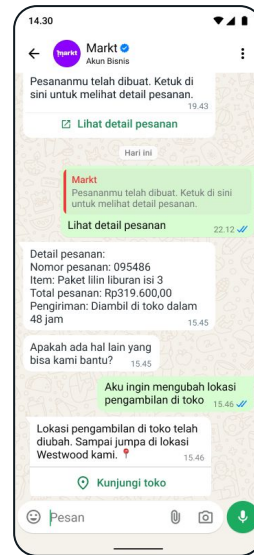
Titik Masuk

Kirim pembaruan status pesanan menggunakan pesan utilitas



Pengalaman di dalam Utas

Berikan pelanggan kesempatan untuk meninjau dan memverifikasi perincian pesanan

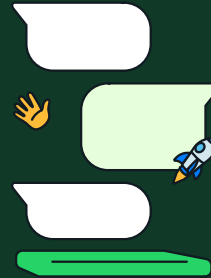


Titik Konversi

Pelanggan memperbarui perincian pesanan

Cara Melejitkan Pertumbuhan Anda

Mulai sekarang untuk memperdalam hubungan
dan mendorong pertumbuhan di seluruh siklus
hidup pelanggan



Maksimalkan momen penjualan bernilai tinggi dengan interaksi pelanggan secara menyeluruh

Semua strategi yang tercakup dalam buku panduan dapat membantu bisnis Anda memanfaatkan peluang yang menghampiri bersama dengan aktivitas pelanggan yang meningkat di sekitar masa liburan dan Hari Mega Sales.

Selain itu, dengan menyatukan berbagai strategi, Anda dapat menciptakan perjalanan menyeluruh bagi pelanggan dan mencapai berbagai sasaran bisnis.



Berikan pengalaman pelanggan tanpa hambatan

Berikut adalah contoh bagaimana bisnis ecommerce dapat menyatukan semuanya untuk memaksimalkan penjualan dan memperdalam hubungan dengan pelanggan di WhatsApp.

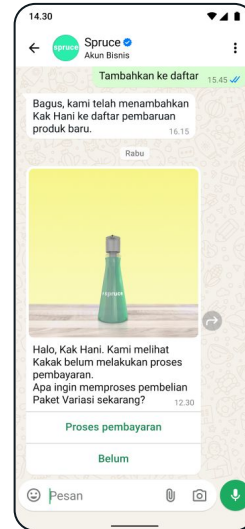
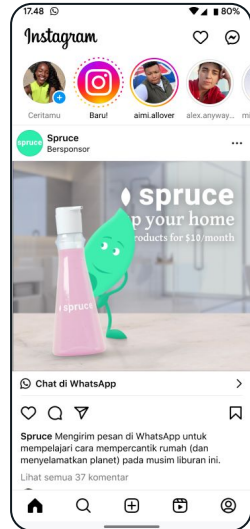
Sampaikan promosi dan penjualan konsultatif



Cross-sell dan upsell



Pulihkan keranjang yang ditinggalkan dan otomatisasi komunikasi yang memuaskan



Targetkan pemirsa Anda di Instagram dan Facebook dengan iklan yang mengarahkan ke WhatsApp

Sediakan rekomendasi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan

Fasilitasi percakapan dan kirim pesan utilitas

Saatnya mempersiapkan momen penjualan besar berikutnya adalah sekarang. Perencanaan strategis dan strategi menyeluruh dapat membuat perbedaan besar saat keinginan pelanggan Anda untuk berbelanja meningkat.

Baik Anda sedang mencari Mitra Pesan Bisnis untuk memulai, bekerja sama dengan mitra yang ada untuk naik level, maupun membangun Platform WhatsApp Business sendiri, berikut ini adalah beberapa hal penting yang perlu diingat untuk memulai strategi yang kuat.

Integrasi sistem dan fondasi data

- Bangun integrasi dengan sistem backend seperti CRM, e-commerce, pusat kontak, manajemen pesanan, dan pemenuhan untuk menyederhanakan proses dan meningkatkan efisiensi
- Gunakan [Conversions API untuk Pesan Bisnis](#) untuk mengoptimalkan penargetan iklan, mengurangi biaya per tindakan, mengukur hasil di seluruh teknologi Meta, dan membuat keputusan kampanye berdasarkan data

Penjaringan data dan personalisasi

- Kumpulkan data pelanggan untuk dimanfaatkan dalam komunikasi yang dipersonalisasi di masa mendatang
- Tindak lanjuti dengan rekomendasi upsell dan cross-sell yang dipersonalisasi melalui [pesan marketing](#) berdasarkan pembelian terakhir dari pelanggan yang ikut serta

Pengalaman dan interaksi pelanggan

- Buat pengalaman khusus dengan [WhatsApp Flows](#) untuk memfasilitasi interaksi yang lebih kompleks di dalam utas, seperti mendapatkan penawaran, membuat janji temu, dan melakukan pembelian
- Tampilkan insentif dalam kampanye pesan marketing untuk mendorong interaksi dan konversi
- Gunakan [pesan utilitas](#) dengan kemampuan media yang kaya dan fitur interaktif untuk meningkatkan interaksi dengan notifikasi yang peka terhadap waktu

Basis data marketing dan persetujuan

- Buat daftar marketing Anda melalui iklan yang mengarahkan ke WhatsApp dan titik-titik keikutsertaan lainnya, seperti situs web atau POS Anda
- Pastikan pelanggan secara eksplisit memilih untuk menerima komunikasi dari bisnis Anda

Memulai semudah melibatkan Mitra Pesan Bisnis Anda saat ini, atau menjelajahi mitra baru untuk membantu Anda mencapai target penjualan musiman.



[Jelajahi Mitra](#)

Bersiaplah untuk tahun terbaik Anda

Sebelum, ketika, dan setelah momen penjualan bernilai tinggi, WhatsApp dapat membantu Anda meningkatkan penjualan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat, kemudian mendapatkan keuntungan sepanjang tahun.

Mulai sekarang, dan Anda akan siap meraih momentum di waktu yang tepat.



[Pelajari selengkapnya tentang memulainya sekarang](#)



[Jelajahi lebih banyak sumber tentang penjualan musiman](#)



from  Meta