

O manual de vendas sazonais

Sete estratégias de mensagens comerciais para
aproveitar melhor as conversas para momentos
de vendas de alto valor



from  Meta

Muitas empresas e, em especial, aquelas do espaço de varejo e comércio eletrônico, têm períodos de previsibilidade durante o ano em que as vendas e conversões aumentam. Esses momentos de pico não são apenas oportunidades de impulsionar as vendas e a receita, mas também são uma chance de conquistar novos clientes e gerar fidelidade com os já existentes.

Seja Black Friday no Brasil, El Buen Fin no México, Diwali na Índia ou Datas duplas como 11/11 e 12/12 no Sudeste Asiático, períodos sazonais como esses são oportunidades imperdíveis para pequenas e grandes empresas.

As sementes que você planta e os relacionamentos que você constrói durante períodos de pico de vendas podem render frutos tanto imediatamente quanto a longo prazo. Para aproveitar todos os momentos, as mensagens comerciais no WhatsApp podem ser uma importante estratégia para transformar sua temporada mais movimentada em um sucesso.

Este manual apresentará sete formas com as quais o WhatsApp Business pode ajudar você a maximizar o sucesso nos períodos sazonais que mais importam para você e seus clientes.

O que tem neste manual

01. A magia das mensagens
02. WhatsApp e a oportunidade de vendas sazonais
03. Sete formas de ter sucesso no aumento de compras
 - Gere novos leads
 - Entregue promoções de alto desempenho
 - Ofereça uma experiência de compra com consultas
 - Leve o comércio online para o offline
 - Promova a venda cruzada e o upsell de produtos e serviços
 - Salve carrinhos abandonados
 - Otimize a comunicação de atendimento
04. Como impulsionar seu crescimento

A magia das mensagens

Por que as mensagens comerciais trazem benefícios a longo prazo



As mensagens comerciais são ideais para conversas que ajudam a aprofundar o relacionamento e a impulsionar o crescimento durante o ciclo de vida do cliente. Tanto os clientes quanto as empresas se beneficiam com isso.

42%

dos compradores sazonais se comunicaram com uma empresa por meio de mensagens, e especialmente os consumidores mais jovens relataram ter tido resultados positivos com essa experiência.

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

55%

dos compradores sazonais das gerações Millennial e Z dizem que enviar mensagens a uma empresa faz com que eles se sintam conectados de modo mais pessoal com a marca.

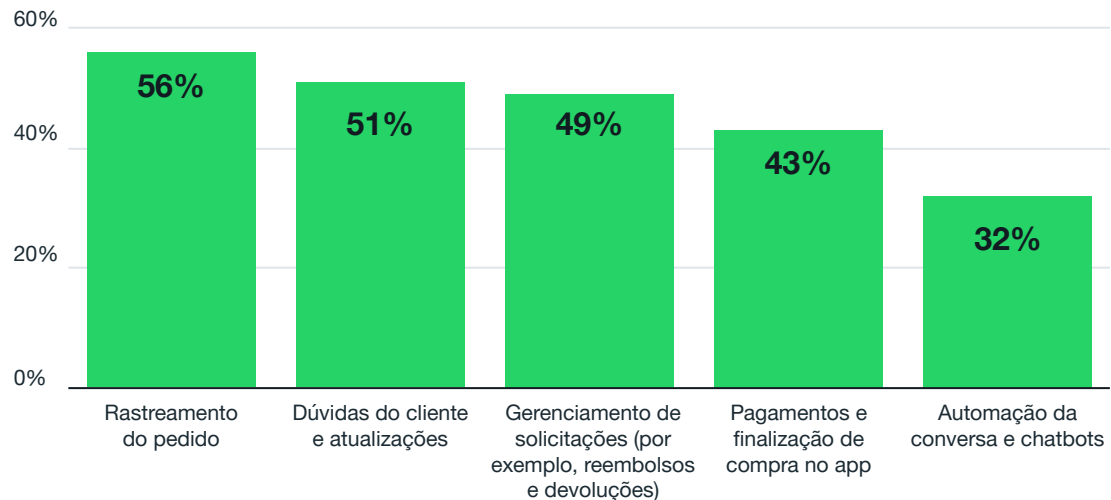
APAC: 61% **LATAM:** 57%
EMEA: 39% **NA:** 59%



Fonte: "Seasonal Holidays Study" da YouGov (Estudo online encomendado pela Meta realizado com 18.727 clientes que compraram para as festas de fim de ano com idade entre 18 e 64 anos nos seguintes países: Austrália, Brasil, Canadá, França, Alemanha, Indonésia, Japão, México, Coreia do Sul, Suécia, Tailândia, Reino Unido, EUA, Vietnã), dezembro de 2024.

Os compradores se utilizam das mensagens comerciais para atender a uma série de necessidades quando as vendas sazonais aumentam. As marcas devem considerar esses principais casos de uso ao planejarem suas estratégias.

Quais soluções de mensagens os consumidores consideram mais úteis?



Enquanto os compradores relatam vários benefícios das mensagens comerciais, as empresas também reconhecem os retornos durante todo o ciclo de vida do cliente.

95%

das marcas dizem que as mensagens comerciais melhoram a experiência do cliente. Isso permite que as empresas aprofundem os relacionamentos com os clientes por meio de conversas individuais contínuas e pessoais em grande escala.

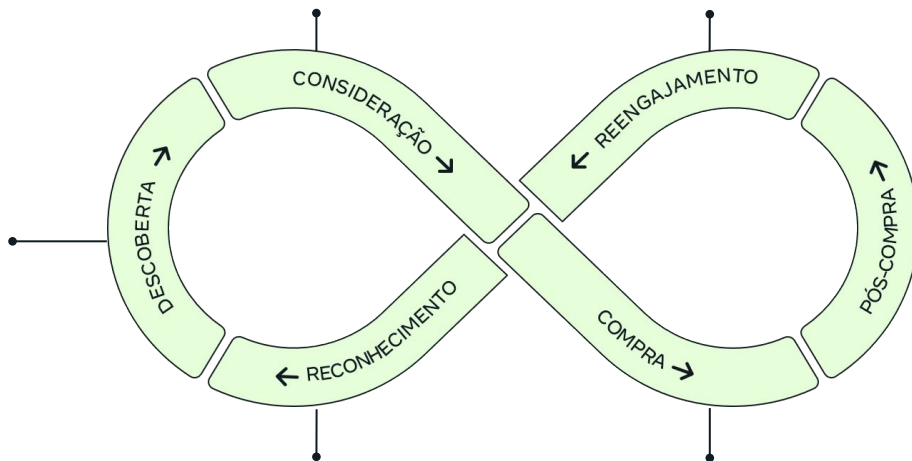
Durante os períodos de pico de vendas sazonais e durante o ano todo, as empresas têm oportunidades de engajar os clientes por meio de mensagens em todas as fases de suas jornadas.

27% dos compradores pesquisaram uma compra potencial

APAC: 30%, EMEA: 19%, LATAM: 28%, NA: 26%

22% dos compradores aderiram a um programa de fidelidade ou de associação

APAC: 25%, EMEA: 17%, LATAM: 16%, NA: 22%



32% dos compradores receberam uma promoção ou cupom

APAC: 41%, EMEA: 18%, LATAM: 28%, NA: 26%

43% dos compradores rastrearam seus pedidos

APAC: 44%, EMEA: 37%, LATAM: 43%, NA: 48%

28% dos compradores aprenderam sobre novos produtos ou ofertas

APAC: 35%, EMEA: 17%, LATAM: 25%, NA: 21%

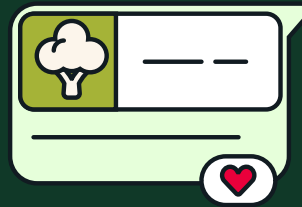
32% dos compradores pagaram pelas suas compras

APAC: 37%, EMEA: 22%, LATAM: 27%, NA: 34%

Fonte: "Seasonal Holidays Study" da YouGov (Estudo online encomendado pela Meta realizado com 18.727 clientes que compraram para as festas de fim de ano com idade entre 18 e 64 anos nos seguintes países: Austrália, Brasil, Canadá, França, Alemanha, Indonésia, Japão, México, Coreia do Sul, Suécia, Tailândia, Reino Unido, EUA, Vietnã), dezembro de 2024.

WhatsApp e a oportunidade de vendas sazonais

Atenda aos clientes onde eles já estão



No mundo todo, **74%** dos adultos online dizem querer se comunicar com as empresas da mesma forma que se comunicam com amigos e familiares por meio de mensagens.¹

Durante os períodos de pico de vendas, como datas próximas às festas de fim de ano, o desejo de enviar mensagens facilmente às empresas fica ainda mais claro.



Dos compradores sazonais que já enviaram mensagens a empresas:

85%

usam tecnologias da Meta

47%

usam o WhatsApp globalmente

Os usuários do WhatsApp em especial falam bastante que gostam de poder enviar mensagens diretamente a uma empresa durante as vendas sazonais.²



¹Fonte: pesquisa da Kantar sobre o uso de mensagens comerciais. (A Meta encomendou um estudo online com 6.513 adultos online nos seguintes países: Brasil, México, Indonésia, Tailândia, Vietnã, Reino Unido, Alemanha, Espanha, França, Índia, Estados Unidos, Filipinas, Malásia), março de 2024.

²Fonte: “Seasonal Holidays Study” da YouGov (Estudo online encomendado pela Meta realizado com 18.727 clientes que compraram para as festas de fim de ano com idade entre 18 e 64 anos nos seguintes países: Austrália, Brasil, Canadá, França, Alemanha, Indonésia, Japão, México, Coreia do Sul, Suécia, Tailândia, Reino Unido, EUA, Vietnã), dezembro de 2024.

As jornadas de mensagens ajudam as empresas a maximizar as oportunidades de vendas sazonais

O WhatsApp oferece diversas maneiras de atingir os seus objetivos de negócios durante os períodos de pico, desde a geração de leads até a comunicação do status do pedido. Tudo isso é possível por meio das jornadas de mensagens.

Uma jornada de mensagens começa quando um cliente entra na conversa por meio de um ponto de entrada, como [anúncios de clique para o WhatsApp](#) ou QR codes em uma loja. A jornada de mensagens continua por meio das experiências dentro da conversa das interações entre empresas e clientes e culmina ao chegarem no ponto de conversão que você deseja, como a realização de uma compra.

Os pontos de entrada (ou reentrada), as experiências dentro da conversa e os pontos de conversão trabalham em conjunto para criar jornadas de mensagens que ajudam você a atingir os resultados comerciais desejados.

Conforme nos aprofundamos nas estratégias específicas do WhatsApp a serem levadas em consideração no seu próximo grande momento de vendas, mantenha a estrutura da jornada de mensagens em mente.



Ponto de entrada ou de reentrada

Como as empresas iniciam ou reativam jornadas de mensagens e levam os clientes a realizar uma conversa por mensagens. Elas podem surgir de fontes online como anúncios de clique para o WhatsApp ou de fontes offline como QR codes nas lojas.



Experiência dentro da conversa

Todas as interações entre uma empresa e um cliente no WhatsApp, como oferecer um cupom ou recomendações personalizadas, que levam os clientes a uma conversão desejada.

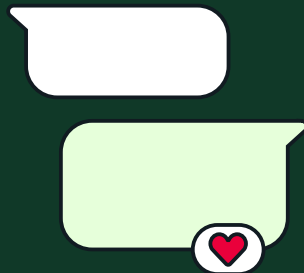


Ponto de conversão

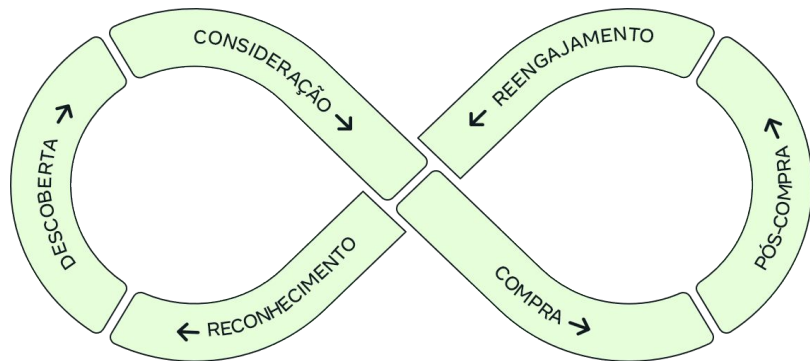
Um marco mensurável no caminho para alcançar um resultado comercial, como fazer com que um cliente agende um horário ou compre um produto.

Sete formas de ter sucesso no aumento de compras

Como aproveitar melhor as conversas para ajudar a maximizar o sucesso de momentos de vendas de alto valor



Durante o ciclo de vida do cliente, você pode usar o WhatsApp para criar jornadas de mensagens que ajudem a impulsionar uma ampla variedade de resultados comerciais.



Vamos explorar sete estratégias sazonais que podem ajudar a impulsionar o crescimento de fatores como reconhecimento, descoberta, consideração, compras, experiência pós-compra e reengajamento.

01

Gere novos leads

Encontre e engaje com os prospectos certos para impulsionar o crescimento

02

Entregue promoções de alto desempenho

Aumente as vendas com promoções personalizadas para os compradores

03

Ofereça uma experiência de compra com consultas

Facilite as vendas de produtos e serviços de alta consideração

04

Leve o comércio online para o offline

Aumente o tráfego para as lojas e facilite as compras multicanal

05

Promova a venda cruzada e o upsell de produtos e serviços

Reengaje os compradores com produtos relacionados para impulsionar as vendas incrementais

06

Salve carrinhos abandonados

Aumente as vendas ao incentivar compradores com alta intenção a finalizar a compra

07

Otimize a comunicação de atendimento

Atenda aos pedidos e permita alterações de pedidos com a redução simultânea do volume de contatos de entrada

Gere novos leads

Gerar um forte pipeline de leads bem antes dos picos sazonais pode ajudar a preparar sua empresa para as vendas quando esse momento chegar. Durante os períodos de vendas mais movimentados, as empresas também podem aproveitar o momento para capturar novos leads, ajudando a gerar receita imediata e a criar uma base de clientes prospectivos para serem cultivados e reengajados com o passar do tempo.

Com o WhatsApp, há muitos caminhos para a aquisição de novos clientes.

Resultados reais

Diminuir o custo por lead com os anúncios de clique para o WhatsApp



64%

a menos de custo por lead vs. campanha tradicional da PediaSure



[Saiba mais](#)

Fonte: Teste A/B da Meta, 11 a 25 de julho de 2023.



Crie jornadas de mensagens para a geração de leads

Para encontrar novos clientes para aumentar as vendas, é preciso começar fazendo uma conexão. Usando [anúncios de clique para o WhatsApp](#) direcionados, você consegue atingir os leads certos no Facebook ou Instagram e iniciar um tópico de conversa no WhatsApp.

Depois de chegar até as pessoas por meio dos anúncios, as possibilidades de cultivar e converter leads por meio de conversas são virtualmente infinitas. Um Parceiro de mensagens comerciais pode ajudar você a criar experiências envolventes de geração de leads dentro da conversa, como:



Entregar cupons personalizados



Criar experiências de perguntas e respostas para capturar informações de contato relevantes e qualificar os leads



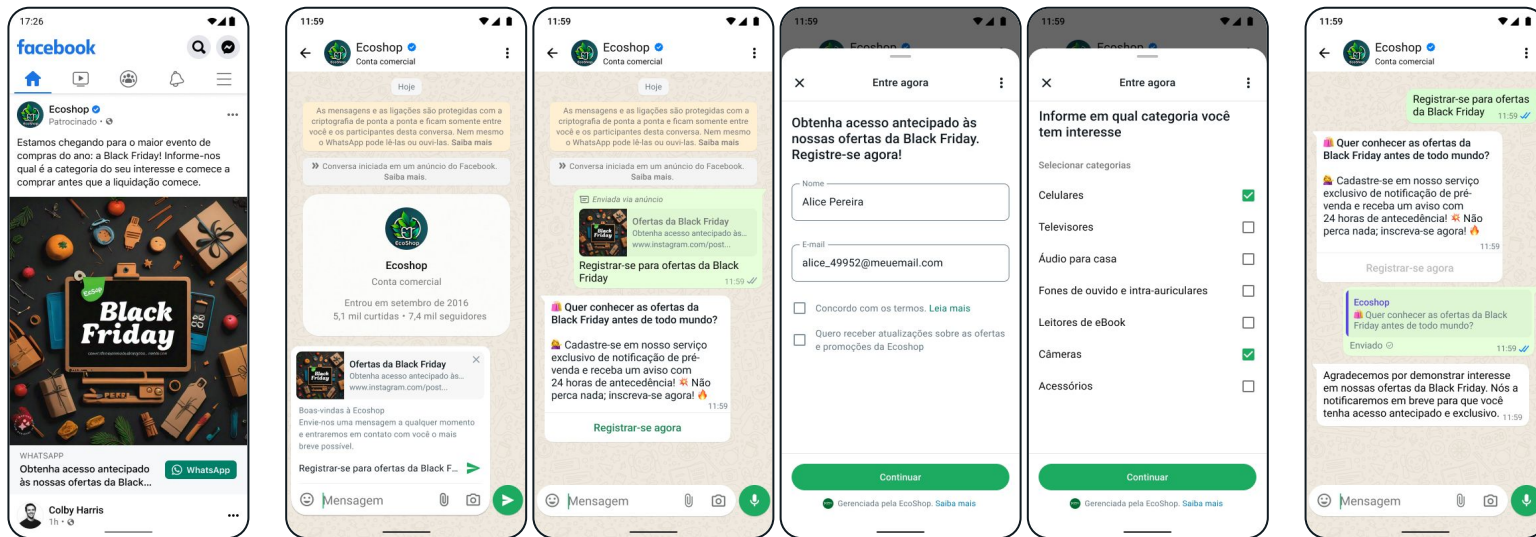
Criar formulários personalizados de geração de leads com o [WhatsApp Flows](#)



Obter os consentimentos de outros tipos de mensagens, como [mensagens de marketing](#) para promoções ou [mensagens de utilidade](#) para compartilhar atualizações dos pedidos

Não importa a aparência da sua experiência dentro da conversa, o WhatsApp pode ajudar você a criar jornadas de mensagens que atraiam novos clientes em potencial para o período de pico de vendas e depois dele.

Gere e qualifique leads usando um formulário personalizado do WhatsApp Flows



Ponto de entrada

Alcance seu público-alvo com os anúncios de clique para o WhatsApp

Experiência dentro da conversa

O cliente confirma o interesse em se registrar para obter o acesso antecipado a ofertas

O cliente fornece detalhes usando o formulário personalizado criado com o WhatsApp Flows

O cliente informa suas preferências, que podem ser usadas posteriormente para recomendações personalizadas

Ponto de conversão

O cliente é registrado para obter acesso antecipado a ofertas; lead capturado

Entregue promoções de alto desempenho

Quando as pessoas estão ativamente em busca de ofertas de compras para si mesmas ou para terceiros, as promoções podem ajudar você a capitalizar o aumento dos gastos do consumidor para impulsionar as vendas e a receita.

Resultados reais

Impulsionar as vendas de café usando o WhatsApp

kopi kenangan 

3x

de aumento nas conversões de pedidos de café usando notificações promocionais via WhatsApp vs. SMS



[Saiba mais](#)

Os resultados foram autorrelatados e não podem ser repetidos de forma identificável. Em geral, os resultados individuais esperados serão diferentes.



Estratégia 02

Crie jornadas de mensagens para campanhas promocionais

Você pode iniciar uma jornada de mensagens com um comprador no Facebook ou Instagram por meio de um anúncio contendo um incentivo promocional e que direciona para uma conversa no WhatsApp.



Depois de alguém ter aceitado receber comunicações da sua empresa, você pode enviar [mensagens de marketing](#) para entregar cupons personalizados ou ofertas especiais durante o período de pico de vendas e depois dele.



Para dimensionar conversas de alto valor com os clientes, os Parceiros de mensagens comerciais podem ajudar você a criar experiências envolventes dentro da conversa com catálogos de produtos ou chatbots para guiar os compradores à conversão.

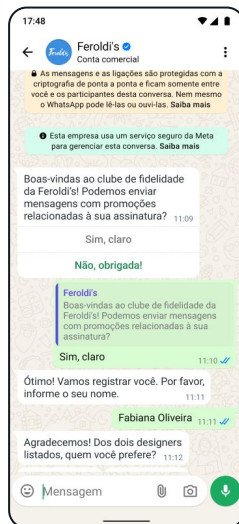


Distribua promoções e cupons personalizados para as vendas sazonais



Ponto de entrada

Alcance seu público-alvo com os anúncios de clique para o WhatsApp



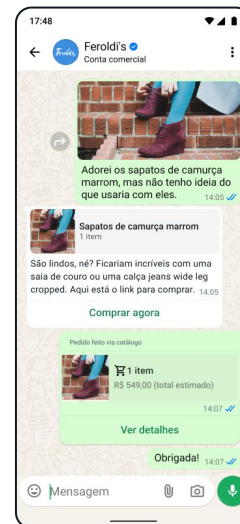
Colete consentimentos e insights do cliente



Envie promoções personalizadas com base nos insights do cliente



Ajude o cliente a tomar decisões de compra



Ponto de conversão

O cliente adiciona um item ao carrinho

Ofereça uma experiência de compra com consultas

Especialmente durante os grandes eventos de vendas ou outros períodos de aumento de compras, os clientes esperam receber atenção pessoal e ter todas as suas perguntas respondidas. Isso é especialmente verdadeiro para produtos e serviços de alto valor ou de alta consideração.

A venda com consultas requer a geração de confiança, o entendimento das necessidades de clientes e o fornecimento de orientação para ajudar a transformar os visitantes em compradores.

A criação de jornadas de mensagens centradas no serviço no WhatsApp pode ajudar.

Resultados reais

Aumentar a receita e o tráfego com vendas personalizadas

FRÁVEGA »

11x

de aumento em receita, atribuído à compra personalizada na Plataforma do WhatsApp Business



[Saiba mais](#)

Os resultados foram autorrelatados e não podem ser repetidos de forma identificável. Em geral, os resultados individuais esperados serão diferentes.



Crie jornadas de mensagens para vendas com consultas

Assim como outras jornadas de mensagens, você pode iniciar uma conversa alcançando clientes em potencial com os [anúncios de clique para o WhatsApp](#).

Ou você pode usar as [mensagens de marketing](#) no WhatsApp para enviar promoções personalizadas aos contatos existentes para despertar uma nova experiência de compra.

*Pagamentos no WhatsApp disponível no Brasil e na Índia

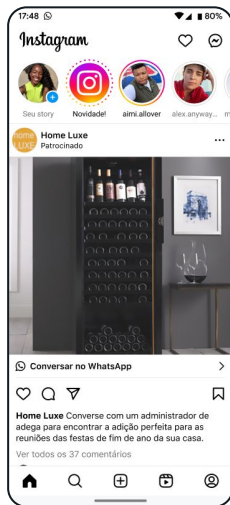


Dentro da conversa, uma abordagem personalizada das mensagens pode fazer toda a diferença. Você pode ajudar os compradores a descobrir opções usando um catálogo de produtos ou uma mídia avançada, por exemplo.

Depois, um chatbot ou um agente humano pode reunir preferências, fornecer recomendações personalizadas e facilitar a finalização da compra dentro da conversa* ou em outro canal.

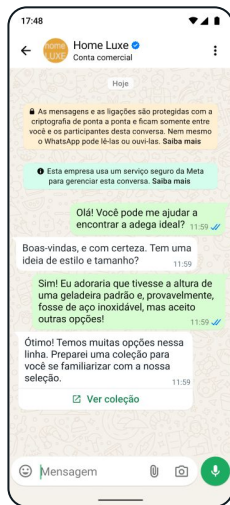


Guie seus clientes desde a descoberta até a compra por meio da venda com consultas



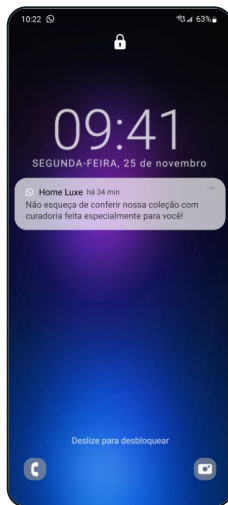
Ponto de entrada

Alcance seu público-alvo com os anúncios de clique para o WhatsApp



Experiência dentro da conversa

Forneça recomendações com base nas necessidades do cliente



Ponto de reentrada

Traga o cliente de volta à conversa com lembretes automatizados por meio de mensagens de marketing



Experiência dentro da conversa

Facilite a conversão com uma promoção personalizada



Ponto de conversão

Os clientes adicionam itens ao carrinho; a compra é concluída fora da conversa

Leve o comércio online para o offline

Para empresas com localizações físicas — seja uma vitrine de varejo ou um salão que observa um aumento próximo a temporadas de grandes datas comemorativas —, fazer os clientes entrarem na loja pode ser essencial para aumentar a receita.

As mensagens comerciais no WhatsApp podem ser uma forma eficiente e eficaz de aumentar o tráfego e as vendas offline.

Resultados reais

Gerar fidelidade do cliente com o registro online



4x

de aumento de membros do programa de fidelidade adquiridos a cada mês via WhatsApp em comparação ao registro por SMS e na loja



[Saiba mais](#)

Todos os resultados foram autorrelatados pela marca e não podem ser repetidos de forma idêntica. Em geral, os resultados individuais esperados serão necessariamente diferentes.



Crie jornadas de mensagens para impulsionar as vendas presenciais

Para despertar o tráfego de clientes presenciais na loja e as vendas offline, comece fazendo novas conexões online por meio dos [anúncios de clique para o WhatsApp](#) ou reengajando contatos existentes no WhatsApp com [mensagens de marketing](#) relevantes.

Depois, personalize a experiência dentro da conversa para impulsionar conversões presenciais. Por exemplo, durante o El Buen Fin, um varejista de cosméticos mexicano pode:



Fazer agendamentos de consultas de beleza na loja usando o [WhatsApp Flows](#)



Entregar notificações automatizadas de status de pedidos usando as [mensagens de utilidade](#), lembrando os clientes sobre seus pedidos de compra online e retirada na loja



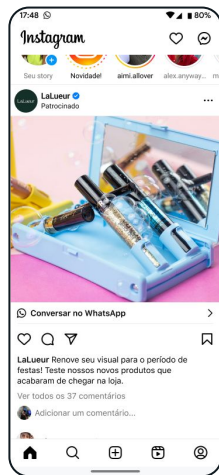
Compartilhar informações da loja local de uma forma rápida e personalizada



Estratégia 04

Veja em ação

Facilite a transição do comércio online para offline encontrando clientes online e trazendo-os para as suas lojas



Ponto de entrada

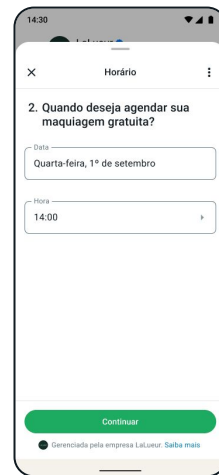
Alcance seu público-alvo com os anúncios de clique para o WhatsApp



Convide o cliente a explorar novos produtos com um atendimento presencial na loja



O cliente agenda um horário por meio de um formulário personalizado criado no WhatsApp Flows



Ponto de conversão

O atendimento do cliente está confirmado

Promova a venda cruzada e o upsell de produtos e serviços

Quando a Black Friday ou as Datas duplas chegam, os compradores sazonais geralmente entram no modo gastador, procurando ativamente por ideias e ofertas. Cada compra oferece pistas sobre as preferências e insights dos clientes e sobre de quais outros produtos ou serviços eles também podem gostar.

Durante os períodos de vendas de alto valor, tomar medidas com base nessas pistas pode ajudar a aumentar a quantidade de itens nos carrinhos de compras e a entregar uma experiência positiva ao cliente durante o processo.

Resultados reais

Entregar recomendações personalizadas com base no histórico do cliente

Venchi

2x

mais vendas com cupom, incluindo ofertas relacionadas a compras anteriores, principalmente atribuíveis ao WhatsApp



[Saiba mais](#)

Todos os resultados foram autorrelatados e não podem ser repetidos de forma identificável. Em geral, os resultados individuais esperados serão diferentes.



Crie jornadas de mensagens para vendas cruzadas e upsell

A geração de vendas incrementais começa com o uso dos insights de compra para reengajar os clientes com os produtos relacionados.

Você pode iniciar a conversa usando [mensagens de marketing](#) para entregar promoções de venda cruzada personalizadas baseadas em um comportamento anterior do cliente. Ou simplesmente sugira um upsell ou uma venda cruzada apropriados como parte de uma conversa existente, na qual você está oferecendo uma experiência de compra com consultas.

Até mesmo mensagens de lembrete sobre um carrinho de compras abandonado ou uma interação de feedback do cliente podem abrir a possibilidade para fazer uma venda cruzada ou upsell no WhatsApp.

Os Parceiros de mensagens comerciais podem ajudar você a levar essa estratégia para o próximo nível ao:



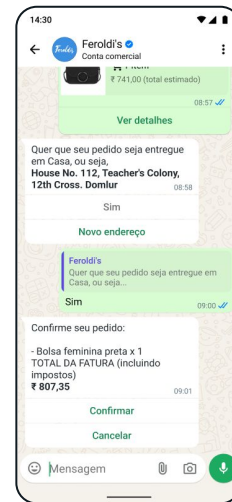
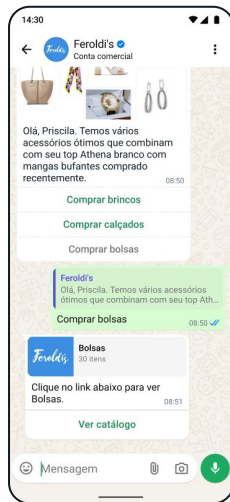
Usar chatbots ou agentes humanos para fazer recomendações personalizadas de produtos com base em compras ou consultas anteriores de um cliente



Criar oportunidades adicionais de compra dentro da conversa usando um catálogo de produto ou uma mídia avançada para demonstrar as ofertas relacionadas



Aumente as vendas com recomendações de produtos de valor agregado



Ponto de entrada

Reengaje o cliente com recomendações personalizadas usando mensagens de marketing

Experiência dentro da conversa

Ajude o cliente a comprar produtos nos quais ele possa estar interessado com base em seu histórico de compras e preferências

Ponto de conversão

O cliente adiciona itens no carrinho e finaliza a compra dentro* ou fora da conversa

Salve carrinhos abandonados

Algo frustrantemente comum são os carrinhos de compras abandonados, o que pode rapidamente tirar a graça (e a lucratividade) das vendas sazonais para as empresas. É por isso que as campanhas de reengajamento são uma parte essencial de qualquer estratégia de marketing, especialmente em relação às vendas de alto valor.

Resultados reais

Engajar os clientes com campanhas de recuperação de carrinho



50 a 83%

de aumento no uplift de conversão online atribuível ao WhatsApp



[Saiba mais](#)

Os resultados foram autorrelatados e não podem ser repetidos de forma identificável. Em geral, os resultados individuais esperados serão diferentes.



Crie jornadas de mensagens para reduzir o abandono de carrinhos

Os comerciantes podem aumentar as vendas ao incentivar os compradores com alta intenção de compra a concluírem o processo quando os produtos já estiverem em seus carrinhos.

Quando os clientes já tiverem dado seu consentimento, a primeira etapa é configurar as [mensagens de marketing](#) no WhatsApp, as quais são acionadas automaticamente por eventos da Web do carrinho abandonado. As mensagens podem ser personalizadas com um link diretamente ao carrinho do cliente.

*Pagamentos no WhatsApp disponível no Brasil e na Índia



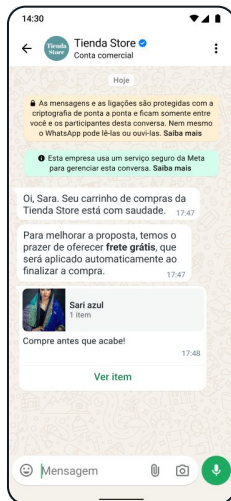
Você pode ajudar a facilitar o processo de finalização de compra ativando os pagamentos dentro da conversa* ou trabalhando com um Parceiro de mensagens comerciais para fazer a integração com a sua plataforma de comércio eletrônico e proporcionar uma experiência de compra simples para os clientes.



A pós-compra é uma excelente oportunidade para obter o consentimento do cliente para atualização de status do pedido no WhatsApp por meio de [mensagens de utilidade](#).



Recupere carrinhos abandonados para ajudar a impulsionar as vendas



Ponto de entrada

Aciona uma mensagem de marketing que facilita a compra



Experiência dentro da conversa

Direcione de volta ao site para finalizar a compra (ou a faça dentro da conversa*)



Ponto de conversão

O cliente conclui a compra e recebe a confirmação

Otimize a comunicação de atendimento

Durante os grandes eventos de vendas e outros picos de vendas sazonais movimentados, é importante que cada cliente tenha uma experiência positiva com a sua empresa do início ao fim. As comunicações de atendimento proativas — com mensagens urgentes sobre o status do pedido ou atualizações de entrega — são uma forma inteligente de manter os clientes informados e reduzir o volume de contatos de entrada. Com as mensagens de utilidade do WhatsApp, você não precisa se preocupar.

Resultados reais

Garantir entregas mais rápidas e precisas, além de um melhor atendimento ao cliente

SPL

50%

de redução do tempo de espera no call center atribuível ao WhatsApp



[Saiba mais](#)

Todos os resultados foram autorrelatados e não podem ser repetidos de forma identificável. Em geral, os resultados individuais esperados serão diferentes.



Crie jornadas de mensagens para automatizar as atualizações de atendimento transacionais

As [mensagens de utilidade](#) iniciadas pela empresa no WhatsApp são um ponto de entrada útil para notificações críticas de clientes e atualizações automatizadas. Use-as para manter os clientes informados, facilitar o atendimento sem contratempos de cada pedido e diminuir a probabilidade de os compradores sazonais sobrecarregarem sua equipe de atendimento ao cliente com perguntas.

As mensagens de utilidade são oportunas e altamente visíveis, chamando atenção e ajudando a aumentar as taxas de abertura em comparação a outros canais, como e-mail e SMS.



Para levar essa estratégia para o próximo nível, os Parceiros de mensagens comerciais podem ajudar você a automatizar a experiência dentro da conversa com recursos como chatbots para lidar com dúvidas sobre pedidos e facilitar alterações ou devoluções.



Mantenha os clientes informados com atualizações de status do pedido



Ponto de entrada

Enviar atualizações de status do pedido usando mensagens de utilidade



Experiência dentro da conversa

Dá ao cliente a oportunidade de analisar e verificar os detalhes do pedido

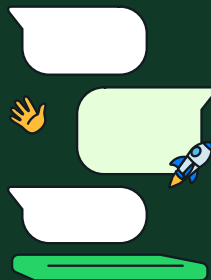


Ponto de conversão

O cliente atualiza os detalhes do pedido

Como impulsionar seu crescimento

Comece agora mesmo para aprofundar os relacionamentos e impulsionar o crescimento ao longo do ciclo de vida do cliente



Maximize momentos de vendas de alto valor com o engajamento de ponta a ponta do cliente

Todas as estratégias abordadas neste manual ajudam sua empresa a aproveitar a oportunidade gerada pelo aumento da atividade do consumidor próximo às datas festivas e grandes eventos de vendas.

E, ao unir várias estratégias, você pode criar jornadas de ponta a ponta para os seus clientes e atingir uma grande variedade de metas de negócios.



Proporcione uma experiência perfeita ao cliente

Aqui temos um exemplo de como um negócio de comércio eletrônico pode unir tudo isso para maximizar as vendas e aprofundar os relacionamentos com o cliente no WhatsApp.

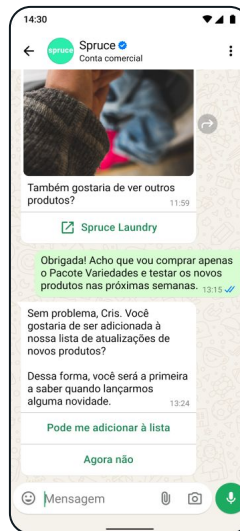
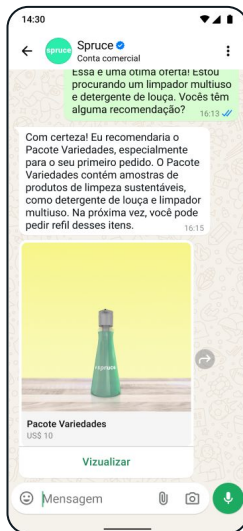
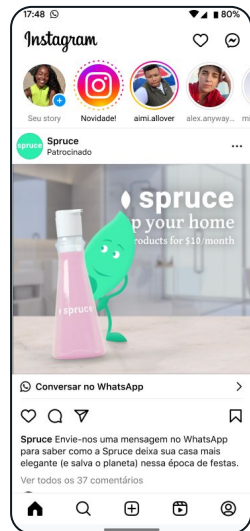
Ofereça promoções e vendas com consultas



Venda cruzada e upsell



Recupere os carrinhos abandonados e automatize a comunicação de atendimento



Segmente seu público no Instagram e Facebook com anúncios de clique para o WhatsApp

Forneça recomendações do produto com base nas necessidades do cliente

Facilite a conversão e envie mensagens de utilidade

A hora de se preparar para o próximo grande momento de vendas é agora. O planejamento estratégico e uma estratégia de ponta a ponta podem fazer toda a diferença quando seus clientes estão mais predispostos a comprar.

Quer você esteja buscando um Parceiro de mensagens comerciais para começar, já esteja trabalhando com um parceiro existente para subir de nível ou esteja criando por conta própria usando a Plataforma WhatsApp Business, aqui estão algumas coisas importantes para lembrar para iniciar uma estratégia forte.

Integrações de sistemas e base de dados

- Crie integrações com sistemas de back-end como CRM, comércio eletrônico, central de atendimento, gerenciamento de pedidos e atendimento para simplificar processos e aprimorar a eficiência
- Use a [API de Conversões das mensagens comerciais](#) para otimizar a segmentação de anúncios, diminuir o custo por ação e medir os resultados das tecnologias da Meta e tomar decisões de campanha baseadas em dados

Captura e personalização de dados

- Colete dados de clientes para aproveitar futuras comunicações personalizadas
- Faça o acompanhamento com recomendações personalizadas de upsell e venda cruzada por meio de [mensagens de marketing](#) com base em compras recentes de clientes que deram seu consentimento

Experiência e engajamento do cliente

- Crie experiências personalizadas com o [WhatsApp Flows](#) para facilitar interações mais complexas dentro da conversa, como obter orçamentos, agendar atendimentos e fazer compras
- Apresente incentivos nas campanhas de mensagens de marketing para impulsionar o engajamento e as conversões
- Use as [mensagens de utilidade](#) com recursos de mídia avançada e recursos interativos para aumentar o engajamento com as notificações urgentes

Banco de dados e consentimento de marketing

- Crie sua lista de marketing por meio de anúncios de clique para o WhatsApp e outros pontos de consentimento, como seu site ou POS
- Garanta que os clientes tenham consentido explicitamente em receber comunicações da sua empresa

Para começar, basta envolver seu atual Parceiro de mensagens comerciais ou explorar novos parceiros para ajudar você a atingir suas metas de vendas sazonais.



[Explorar parceiros](#)

Prepare-se para o seu melhor ano até hoje

Antes, durante e após os momentos de vendas de alto valor, o WhatsApp pode ajudar você a aumentar as vendas e criar relacionamentos sólidos com os clientes que podem gerar retornos durante o ano todo.

Comece agora mesmo e você estará pronto para capturar o ímpeto do momento.

→ [Saiba mais sobre como começar hoje mesmo](#)

→ [Explore mais recursos de vendas sazonais](#)



from  Meta