

VENDAS POR WHATSAPP



AS PRINCIPAIS REGRAS DO WHATSAPP



AS PRINCIPAIS REGRAS DO WHATSAPP

Ativo X Receptivo

O WhatsApp não foi criado para ser uma plataforma ativa (onde você vai até o cliente), mas sim, uma plataforma de comunicação receptiva (onde o cliente vem até você).

Envio em massa e automação

O envio de mensagens para diversos números que você não teve contato anteriormente é proibido e pode causar bloqueios.

O WhatsApp está investindo pesado em tecnologias que identificam propagadores de spam e bloqueiam números com comportamento estranho. O próprio WhatsApp já revelou isso e está ação judicialmente plataformas que ofereçam esse serviço para as empresas.

Assim como o envio em massa, a automação também não é permitida pelo WhatsApp. A diferença aqui é que a automação não é o envio de apenas uma mensagem para quem nunca conversou, mas uma sequência de mensagens enviada, geralmente no intervalo de um dia, para qualquer pessoa ,seja cliente, amigo ou até mesmo alguém que já tenha conversado com você.

ESTRATÉGIAS E FERRAMENTAS



INBOUND MARKETING PARA WHATSAPP

A melhor estratégia

O WhatsApp é uma plataforma totalmente receptiva e não tem o objetivo de ser utilizada de forma ativa(Outbound). Levando isso em consideração o **Inbound Marketing** se mostra a melhor ferramenta para trabalhar com o whatsapp. 93% dos processos de compra começam com uma busca online. Por conta disso, foi necessário repensar a forma de fazer marketing e vendas. Ao invés de “atingir os clientes”, era necessário “atrai-los” e é aí que surge o Inbound Marketing. O Inbound é mais passivo e, tem uma comunicação mais indireta, modelo de comunicação em via dupla (mais diálogo e interação), custo relativamente mais baixo, engaja mais (pois o conteúdo da mensagem é mais envolvente e relevante para o público), é possível acompanhar resultados em tempo real e modificar a estratégia imediatamente, se necessário.

Whatsapp Click-to-Chat

Disponibilizar o seu número de WhatsApp, definitivamente é uma boa estratégia, mas deve ser feito da forma correta. Se o cliente tiver de anotar seu número, salvar na agenda, para só depois entrar em contato, a chance dele desistir no meio do caminho é grande. Por isso utilizamos o click-to-chat. Um link personalizado onde o cliente clica e já cai direto no whatsapp do vendedor.

WHATSAPP BUSINESS

Vantagens do aplicativo Whatsapp Business

O aplicativo do Whatsapp Business demonstra diversas vantagens para o atendimento dos clientes, em relação ao WhatsApp normal. Confira algumas delas:

Perfil comercial

Você irá inserir a descrição da empresa, configurar o horário de atendimento, adicionar o endereço, e-mail para contato a categoria do seu negócio.

Catálogo

Cadastre seus produtos para compartilhar com seus clientes. Além disso, em breve será disponibilizada a opção de pagamentos.

Etiquetas

Crie tags personalizadas para os seus clientes e classifique-os por categorias

Personalize mensagens

Crie mensagens de saudação, respostas rápidas e mensagens de ausência

COMO CONFIGURAR OPERFIL



COMO CONFIGURAR O PERFIL COMERCIAL

Foto do Perfil

Pessoas gostam de conversar com pessoas e, pensando bem, esse é o propósito do WhatsApp. Constatamos que fotos de logotipo da empresa no perfil do WhatsApp Business espantam as pessoas, porque elas acham que a conversa será com um robô.

Sugestão: Inserir uma foto pessoal, tirada com uma câmera de boa qualidade, com uma camisa da empresa e em um ambiente bem iluminado.

Dicas e orientações para melhorar percepção dos clientes

No **nome comercial**, eles preenchem seu nome e sobrenome (nada de colocar o nome da empresa).

Na **descrição**, eles escrevem uma breve explicação da empresa (que é padrão para todos).

No **horário de atendimento** é configurado o período de trabalho do colaborador.

No **site**, é inserido o site da empresa.

Em **endereço**, é configurado o local onde o escritório está localizado.

Em **endereço de e-mail**, é inserido o e-mail profissional do vendedor ou o e-mail oficial de atendimento da empresa.

E na **categoria**, é selecionado o segmento da empresa.

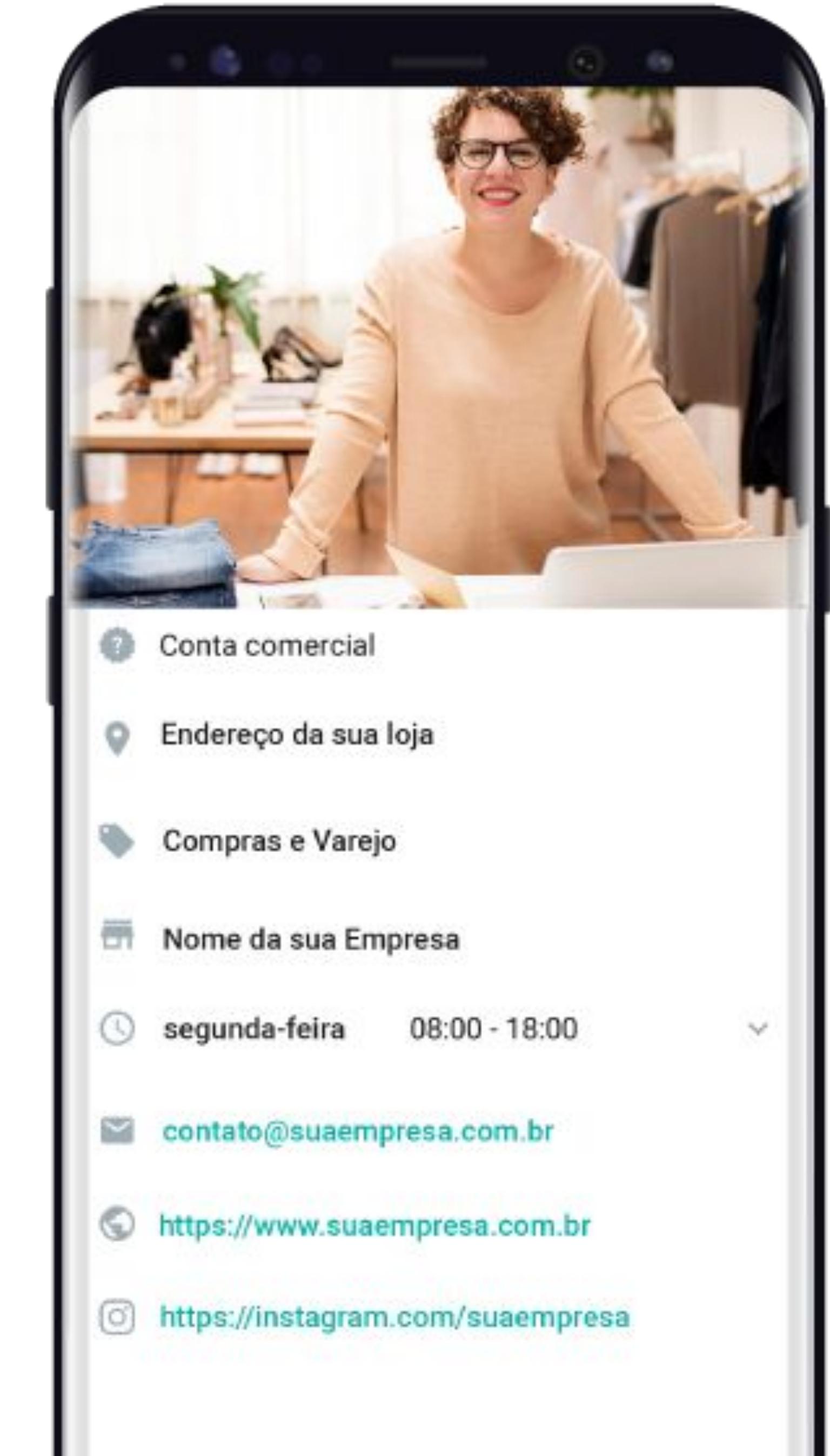
COMO CONFIGURAR O PERFIL COMERCIAL

Mensagem de ausência

Pode ser utilizado: Olá, não estou disponível agora, mas fique tranquilo(a), assim que eu estiver online, lhe responderei o mais rápido possível. Fique a vontade para enviar sua mensagem..."

Mensagem de Saudação

O ideal é que a mensagem de saudação permaneça desabilitada, pois os vendedores devem responder os clientes rapidamente.



TÉCNICAS DE VENDAS



TÉCNICAS DE VENDAS NO WHATSAPP

Saudação

Como é o seu cliente que irá clicar no link (e, teoricamente, é ele que inicia a conversa), caso seja feita uma pergunta ou pedido, é importante responde-lo. Mas não deixe de tentar gerar uma conexão, se apresentar e estabelecer um rapport o mais cedo possível com o seu cliente.

Exemplo 1

Mensagem do lead: Olá, preciso encontrar um presente para a minha namorada

Resposta: Olá Fulano (a), tudo bem com você? Aqui é o Ciclano (a) da Nome da Empresa. Claro, vou te ajudar a escolher o presente ideal. Me conta um pouco mais sobre as preferências e o estilo da sua namorada? P.S: Interessante fazer uma pergunta aberta, para incentivar o cliente a falar.

Exemplo 2

Mensagem do lead: Oi, quero ver o catálogo de produtos, preciso encontrar um presente bom e barato para minha namorada.

Resposta: Olá Fulano (a), tudo bem com você? Aqui é o Ciclano (a) da Nome da Empresa. Perfeito, posso te mostrar nosso catálogo. Me informe, por gentileza, quais peças ela costuma usar?

Obs: A mensagem deve ser o mais personalizada possível. Pode até mesmo ser feita em formato de áudio

TÉCNICAS DE VENDAS NO WHATSAPP

Qualificação

A pergunta feita após a saudação é conhecida como pergunta de fuga. Ela serve para desviar o foco da explicação do problema/serviço (algo que a maioria das pessoas fariam, mas que dificilmente dá certo, pois você precisa primeiro qualificar o lead e, não sair “metralhando” de informações, sem nem antes saber com quem está falando).

Situação e problema

Quem mais pergunta, é quem domina a negociação. Então, você precisa encontrar o equilíbrio entre fazer as perguntas certas, não ter medo de fazê-las e deixar o lead falar. Cada negócio terá suas perguntas específicas.

Exemplo 3

Resposta: Perfeito! Quais acessórios você lembra de já ter visto ela usando?

Resposta: Obrigado pela resposta! Qual estilo de jóias mais combina com o estilo dela?

TÉCNICAS DE VENDAS NO WHATSAPP

Dores

Nesse momento, muito provavelmente o lead já irá ter exposto suas principais dores. Caso ele ainda não tenha deixado claro, faça perguntas do tipo:

Exemplo 4

Resposta: Entendi. Hoje, qual tipo de acessório você acredita que mais deixaria ela surpresa?

Resposta: Compreendi. Quando ela comenta sobre as preferências dela com você, ela costuma falar o que?

O processo de mapeamento de dores é fundamental. Saber o que incomoda seu cliente, os medos e dores te propiciam informações importantíssimas para mostrar ao seu cliente a solução ideal para o seu problema. É interessante nesses casos, anotar as palavras chave que o cliente digita e se comunicar com essas mesmas palavras.

TÉCNICAS DE VENDAS NO WHATSAPP

Reforço da dor

Essa é a fase onde você irá utilizar as principais dores do lead e irá reforça-las, mostrando as consequências e impactos negativos caso ele não faça nada para contornar o problema.

Contraste

Essa fase irá anteceder a apresentação da solução, por isso é importante estabelecer um comparativo entre a sua solução e as principais dores do cliente. Vale também fazer comparativo com soluções inferiores ao seu produto

Exemplo 5

Resposta: Certo. Se você não surpreender a sua namorada, qual vai ser a reação dela?

Exemplo 6

Resposta: Você já disse o quanto seria especial presentear sua namorada com um item especial e único. Imagine como seria mais impactante para ela ganhar uma jóia sofisticada, ao invés de uma bijouteria/ semijoia

TÉCNICAS DE VENDAS NO WHATSAPP

Apresente a solução

Agora é a hora de mostrar ao lead que a sua solução é única e que poderá resolver o problema.

Apresente-a e questione se faz sentido para ele

Exemplo 6

Resposta: Certo, já entendi que você quer surpreender a sua namorada e presenteá-la com uma jóia exclusiva. Temos esse belíssimo colar em ouro, você acha que sua namorada ficaria feliz e surpresa ao ganhar uma jóia exclusiva como essa?

Aqui você poderá dar exemplo de clientes que já compraram e ficaram muito felizes, comentar de relatos de clientes sobre o produto etc.

TÉCNICAS DE VENDAS NO WHATSAPP

Fechamento

É chegada a hora de fazer a chamada pra ação e concretizar a venda. Tenha atitude e seja convicto.

Exemplo 6

Resposta: Que ótimo que você gostou. Irei te enviar o link para pagamento. Irá pagar no cartão ou boleto?

TÉCNICAS DE VENDAS NO WHATSAPP

Dicas

Formatação das mensagens:

Escreva de maneira amigável e tente ser o mais breve possível. Os clientes odeiam mensagens longas.

Saiba a hora de sair:

Se perceber que o cliente não está respondendo suas mensagens ou se perceber que a conversa esfriou, experimente ligar para ele para reaquecer o interesse.

Envie áudios:

Ouvir a voz de quem está do outro lado é uma ótima forma de gerar confiança e transmitir segurança

Cuidado com a escrita:

Tente ser o mais claro possível e utilize corretamente a acentuação e o espaço entre as palavras. Não utilize gírias e nem seja formal demais. Tome cuidado com os erros ortográficos. Não seja redundante, procure não repetir palavras e expressões

Utilize sempre perguntas abertas:

Perguntas abertas incentivam o cliente a falar, pois elas demandam uma explicação ou opinião do cliente.

4 ERROS MAIS COMUNS NO ATENDIMENTO

Demora para atender o cliente: Quanto antes atender o cliente, maiores as chances de fechar a venda

“Metralhar o cliente de informações”: Para concretizar uma venda, antes você precisa entender qual a necessidade do cliente. Somente a partir dessa descoberta você deverá apresentar as soluções.

Achar que o cliente irá comprar na primeira conversa: Mesmo quebrando todas as objeções do cliente já no primeiro contato, muitas das vezes não irá ser concretizada a venda. Nesses casos, é aconselhável deixar o cliente registrado na base e voltar a falar com ele em um outro momento.

Confundir atendimento e vendas: Generalizar o atendimento ao cliente e o setor de vendas não é uma boa idéia. O ideal é que cada canal tenha seu número específico

OBRIGADO