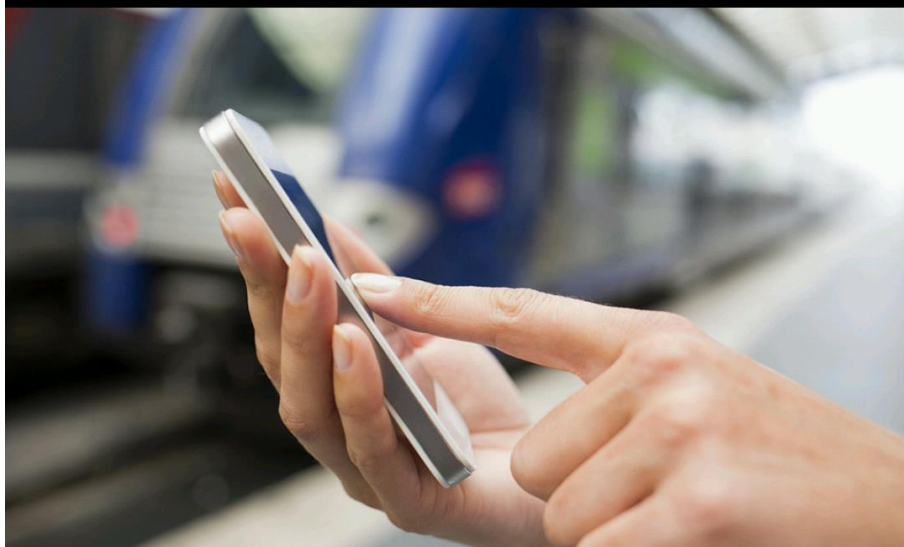


REPORTAGENS



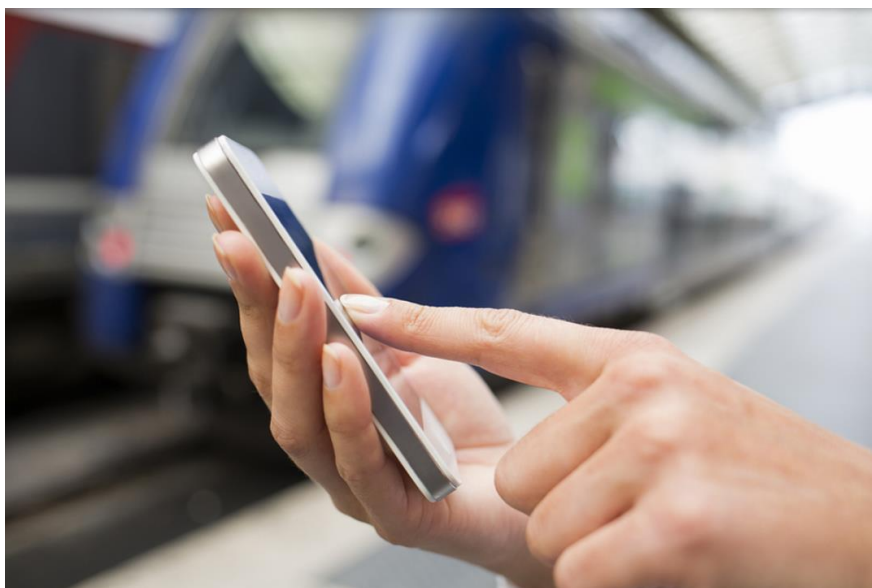
TECNOLOGIA

Como tirar proveito do WhatsApp Business

CARREIRA

As lições das CEOs mulheres





A ferramenta permite acompanhar vários indicadores, como os produtos de maior sucesso e a quantidade de mensagens lidas ou descartadas | LDprod/Shutterstock

TECNOLOGIA

Como tirar proveito do WhatsApp Business

Programar respostas automáticas, saber quem bloqueou a empresa... Especialistas ensinam a usar melhor os recursos da versão corporativa do WhatsApp

POR KARINA FUSCO

O WhatsApp ganhou, em janeiro, uma versão voltada aos negócios: o WhatsApp Business, que favorece a comunicação das empresas com os clientes e oferece funcionalidades que não estão no programa original. Por enquanto, o aplicativo, que é gratuito, só pode ser usado em smartphones com sistema Android.

Para André Guimarães, coordenador do MBA em Negócios Digitais da Inova Business School, em São Paulo, foram os usuários que mostraram a força do aplicativo para os negócios. “Tudo já é feito pelo WhatsApp: conversas entre colegas de empresa, negociação de serviços, confirmações de compromissos e de consultas”, afirma.

Na versão business, as companhias precisam da autorização dos consumidores para entrar em contato com eles. “E o cliente consegue bloquear o perfil da empresa quando não quiser mais conversar com ela”, afirma Edney Souza, professor de marketing digital na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM/SP).

Também há a exigência de que todos os cadastros corporativos tenham um número fixo de telefone para a verificação da existência da companhia, evitando a criação de perfis falsos. Um selo verde atesta a validação feita pelo WhatsApp.

Respostas automáticas

Entre as possibilidades de configuração está a oportunidade de as empresas programarem uma resposta automática, como as de saudação. “Quando não é possível retornar

mensagens de clientes em até 30 minutos, melhor usar as automáticas”, diz Edney Souza, da ESPM. “Nelas, é interessante informar questões práticas, como o horário de funcionamento. Se for um restaurante, já pode até comunicar os destaques do cardápio e o horário de entregas.” Palavras-chave podem acionar retornos instantâneos. Por exemplo, toda mensagem recebida com “ingresso” pode receber imediatamente informações sobre locais de compra e valores.

Listas de transmissão

As listas podem ter até 256 participantes. Mas, do outro lado, o cliente só recebe as mensagens se tem a empresa na agenda dele. Para conseguir maior êxito no alcance do público, os textos devem ser curtos e objetivos. Também é preciso manter a cordialidade. “Com um *print* da tela, o consumidor divulga para toda a rede de contatos dele que a companhia deu uma resposta atravessada”, alerta Souza.

Estatísticas

A geração de estatísticas é o grande insight da nova versão do WhatsApp, porque a comunicação empresa-cliente gera informações relevantes. “Essa tecnologia pode mostrar os produtos que mais agradam, quantas pessoas bloquearam a empresa, quantas leram a mensagem ou a descartaram”, afirma André Guimarães, da Inova Business School. Outro recurso é que os textos podem ser marcados com cores diferentes, facilitando a gestão das mensagens.

Uso com moderação

Apesar de a ferramenta ser a forma mais fácil de acessar o consumidor, ninguém quer ser importunado o tempo todo. “A tendência é que o WhatsApp Business seja uma segunda tela do e-commerce, dando um empurrãozinho para aquele cliente que não finalizou a compra no site”, diz Guimarães. “De qualquer forma, é preciso haver moderação no uso.” Mensagens insistentes sobre o mesmo assunto têm impacto negativo na imagem corporativa.