

Frases de abordagem de vendas pelo WhatsApp

leads^{2b}



Índice

Introdução	3
-------------------	----------

Como estruturar suas mensagens no WhatsApp	4
---	----------

Por que usar o WhatsApp Business?	5
-----------------------------------	---

Templates de mensagens do WhatsApp Business	6
---	---

Frases de abordagem de vendas pelo WhatsApp	9
--	----------

Prospecção ativa	10
-------------------------	-----------

Exemplo 1	11
-----------	----

Exemplo 2	12
-----------	----

Exemplo 3	13
-----------	----

Exemplo 4	14
-----------	----

Exemplo 5	15
-----------	----

Modelos de mensagens para inbound marketing	16
--	-----------

Exemplo 1	17
-----------	----

Exemplo 2	18
-----------	----

Exemplo 3	19
-----------	----

Exemplo 4	20
-----------	----

Exemplo 5	21
-----------	----

Conclusão	22
------------------	-----------

Introdução

O WhatsApp é o aplicativo mais usado pelos brasileiros, estando entre os principais canais de impulsionamento de vendas.

Sem falar que 40% dos empresários já adotaram o app para fins comerciais – uma parcela considerável quando se fala em comércio eletrônico.

Ou seja, **é uma das redes sociais que não pode faltar na sua estratégia de vendas.**

Se você ainda não aproveita o WhatsApp para vender seus produtos ou serviços por não saber como fazer as abordagens, **prepare-se para conhecer 20 frases de abordagem de vendas pelo WhatsApp** e inclua já esta mídia social em suas estratégias comerciais.

Como estruturar suas mensagens no WhatsApp

Antes de ver os modelos de mensagens de vendas pelo WhatsApp que separamos para você, é importante entender como elas são estruturadas e porque você deve adotar o WhatsApp Business.

Cabeçalho

Comece se identificando e explicando o objetivo do seu contato.

Conteúdo do corpo

Deve conter a essência da sua mensagem.

É aqui que você vai colocar as informações primárias e dizer ao usuário o que ele precisa saber.

No WhatsApp Business, as variáveis permitem que

você adicione certas informações para personalizar a mensagem, como localização do usuário, variações de pedido, números de rastreamento, etc.

Rodapé

Esta é uma linha curta no final de sua mensagem, que você pode usar para encerrar ou instruir as próximas etapas.

Botões (apenas para WhatsApp Business)

Em alguns casos, você pode desejar que o usuário clique em uma opção específica.

Os botões do WhatsApp Business permitem que você adicione uma opção de clique rápido para seus clientes.

Em vez de seguir instruções complexas, você pode simplesmente soltar um botão no chat, permitindo que eles iniciem a próxima etapa com um único clique.

No momento, você pode incluir botões para os seguintes CTAs:

- **Ligue agora** - para quem precisa que o cliente ligue para obter mais informações
- **Visite nosso site** - se for necessário realizar uma ação online
- **Resposta rápida** - permite que o cliente responda rapidamente com respostas simples como “sim”, “não” ou “mais informações”
- **Informações estáticas** - como seu endereço da web principal.

Após o envio, você pode verificar o status do seu modelo de mensagem do WhatsApp Business na seção “Modelos de mensagens do gerente de negócios”.

Por que usar o WhatsApp Business?

Com ele, você pode incluir informações dinâmicas localizadas e personalizadas em cada mensagem.

O WhatsApp Business permite a criação de modelos de mensagens que ajudam a aumentar seus números de envio de mensagens.

Os modelos de mensagens do WhatsApp Business trazem praticidade e personalização aos envios, melhorando a experiência do usuário.

Templates de mensagens do WhatsApp Business

Template	Caso de uso permitido	Exemplos
ATUALIZAÇÃO DA CONTA	Notifique o destinatário da mensagem sobre uma alteração nas configurações da conta.	O perfil foi alterado As preferências foram atualizadas As configurações foram alteradas A associação expirou A senha foi alterada
ATUALIZAÇÃO DE PAGAMENTO	Notifique o destinatário da mensagem sobre uma atualização de pagamento para uma transação existente.	Enviar um recibo Enviar uma notificação de falta de estoque Notificar que um leilão foi encerrado O status de uma transação de pagamento foi alterado
ATUALIZAÇÃO DE FINANÇAS PESSOAIS	Confirme a atividade financeira do destinatário da mensagem.	Lembretes de pagamento de contas Lembrete de pagamento agendado Notificação de recibo de pagamento Confirmação ou atualização de transferência de fundos Outras atividades transacionais em serviços financeiros
ATUALIZAÇÃO DE ENVIO	Notifique o destinatário da mensagem sobre uma mudança no status de envio de um produto que já foi comprado.	O produto é enviado Mudanças de status para em trânsito O produto é entregue O envio está atrasado
ATUALIZAÇÃO DE RESERVA	Notifica o destinatário da mensagem sobre atualizações de uma reserva existente.	Mudanças no itinerário Mudanças no local O cancelamento foi confirmado. A reserva do hotel foi cancelada. Mudanças no horário de retirada do aluguel de automóveis
ATUALIZAÇÃO DE NOMEAÇÃO	Notifique o destinatário da mensagem sobre uma alteração em um compromisso existente.	Mudanças no horário do compromisso Mudanças no local do compromisso O compromisso foi cancelado
ATUALIZAÇÃO DE TRANSPORTE	Notifique o destinatário da mensagem sobre atualizações em uma reserva de transporte existente.	Mudanças no status do voo Viagem cancelada Viagem iniciada A balsa chegou
ATUALIZAÇÃO DE BILHETE	Envie ao destinatário da mensagem atualizações ou lembretes de um evento para o qual uma pessoa já tenha um tíquete.	Mudanças no horário de início do show Mudanças no local do evento O show foi cancelado Uma oportunidade de reembolso é disponibilizada
RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS	Notifica o destinatário da mensagem sobre uma atualização de um problema de atendimento ao cliente que foi iniciado em uma conversa do Messenger, após uma transação.	O problema foi resolvido O status do problema foi atualizado O problema requer uma solicitação de informações adicionais
ALERTA	Notifique o destinatário da mensagem sobre algo informativo	Horário comercial / horário de disponibilidade Horários de check-in / check-out

Além disso, o WhatsApp Business, traz outras facilidades e oportunidades. Como, por exemplo:

Informações empresariais

Ao utilizar o WhatsApp Business, você pode fazer a descrição do seu produto ou serviço, acompanhada por imagens.

Com essas informações acessíveis, além de passar maior credibilidade aos seus potenciais clientes, seus compradores já podem tirar algumas dúvidas simples só de acessar seu perfil.

Portanto, aproveite para informar – em seu perfil – dados como:

- Localização
- Tipo da empresa
- Segmento do seu negócio
- E-mail para contato
- Link para o site da sua empresa
- Breve descrição de seus produtos/serviços.

Outra funcionalidade bacana que você pode aproveitar ao fazer vendas pelo WhatsApp Business é indicar se sua empresa foi verificada.

Com isso, você aumenta sua credibilidade e idoneidade aos olhos do cliente.

Etiquetas

Uma funcionalidade muito útil em estratégias de vendas pelo WhatsApp é usar as etiquetas.

Elas são ideais para organizar os contatos e as conversas, fazendo classificações e mantendo tudo em ordem.

Acompanhamento da estratégia

Uma parte bacana de fazer vendas pelo WhatsApp Business é que ele oferece acesso a algumas métricas.

Como, por exemplo, número de mensagens entregues, quantidade de mensagens abertas e volume de mensagens lidas.

Com isso, você pode mensurar suas ações com métricas específicas e analisar os resultados.

Além de conseguir fazer uma relação entre o número de mensagens e a conversão. Ou seja, depois de quantas mensagens seu potencial cliente converte em uma venda.

Frases de abordagem de vendas pelo WhatsApp

Independentemente da modalidade das suas abordagens de vendas pelo WhatsApp (inbound ou outbound), você precisa ter em mente que essas mensagens precisam seguir uma cadência adequada para os seus contatos-alvo.

Ou seja, é preciso observar as especificidades do comportamento pessoal deles e do segmento em que atuam para entender se você deve enviar as mensagens 3 vezes por semana, semanalmente ou a cada 15 dias, por exemplo.

Lembrando que afogar seus potenciais clientes em

um mar de mensagens pode afugentá-los, fazendo com que bloqueiem seu número.

Portanto, estabeleça uma cadência que faça sentido e não esqueça de que um fluxo eficiente é composto por mais pontos de contato.

Ou seja, mescla abordagens em diferentes canais: ligações telefônicas, e-mails e mensagens em outras redes sociais (como o LinkedIn).

Para montar fluxos de cadência estratégicos, confira [este outro e-book](#).

Prospecção ativa

As frases de abordagem na prospecção ativa precisam ser elaboradas cuidadosamente. Afinal, será o primeiro contato que você terá com seu potencial cliente.

Tendo ainda o agravante de que este cliente não solicitou seu contato.

Por isso, é fundamental que você se apresente (dizendo seu nome e empresa que representa), além de informar como você conseguiu o número dele – antes de iniciar qualquer proposta.

Dito isso, vamos às frases de abordagem de vendas para WhatsApp.

Exemplo 1

Oi, [nome do contato-alvo], tudo bem?

Sou o(a) [seu nome] e queria entrar em contato porque [explique como obteve as informações de contato do cliente e como se relacionou com eles: conversei com um colega, vi sua empresa online etc].

A [empresa que você trabalha] está com uma nova funcionalidade que pode ajudar [empresa-alvo].

Sei que [sua solução] pode ajudar [empresa-alvo] a [obter um benefício de alto nível].

Você está disponível para uma ligação rápida [hora e data]?



Exemplo 2

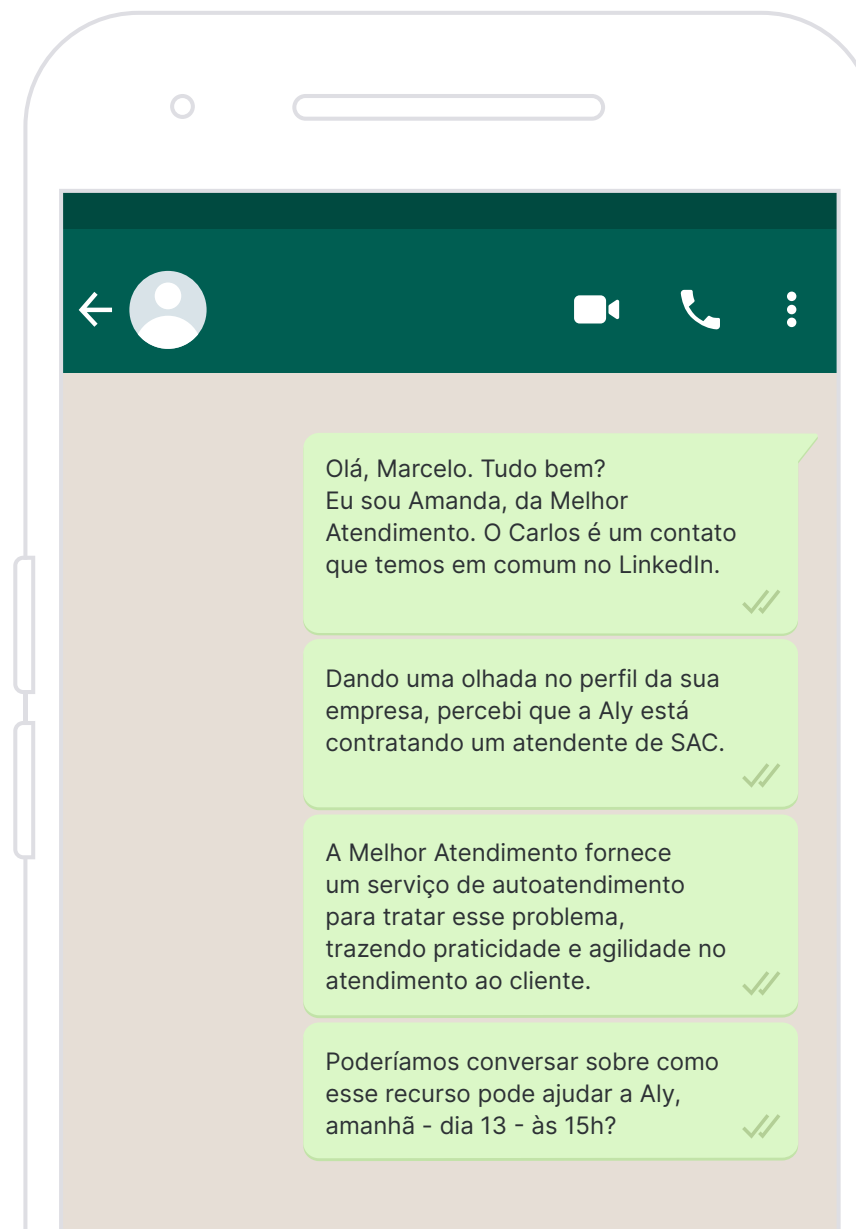
Olá, [nome do contato-alvo]. Tudo bem?

Eu sou [seu nome], da [nome da sua empresa]. O [nome do contato que vocês têm em comum] é um contato que temos em comum no LinkedIn.

Dando uma olhada no perfil da sua empresa, percebi que a [empresa do contato-alvo] está [com uma dor percebida].

A [sua empresa] possui uma [funcionalidade específica ou solução para tratar esse problema], trazendo [benefício].

Poderíamos conversar sobre como [sua solução] pode ajudar a [nome da empresa do seu contato-alvo], dia [data] às [hora]?



Exemplo 3

Olá, [nome do contato-alvo]. Tudo bem?

Eu sou [seu nome], da [nome da sua empresa]. Estava pesquisando por empresas [segmento da empresa-alvo] no LinkedIn e encontrei a [empresa do contato-alvo], onde vi seu perfil como [cargo do contato-alvo].

Ao lidar com empresas [no segmento da empresa-alvo], sempre me deparo com [dor percebida no segmento da empresa-alvo]. Isso também acontece na [empresa do contato-alvo]?

Gostaria de marcar uma conversa na [data] às [horário] para entender se a [nome da empresa em que você trabalha] também pode ajudar a [empresa do contato-alvo] com isso. Esse horário seria interessante para você?



Exemplo 4

Olá, [nome do contato-alvo]. Tudo bem?

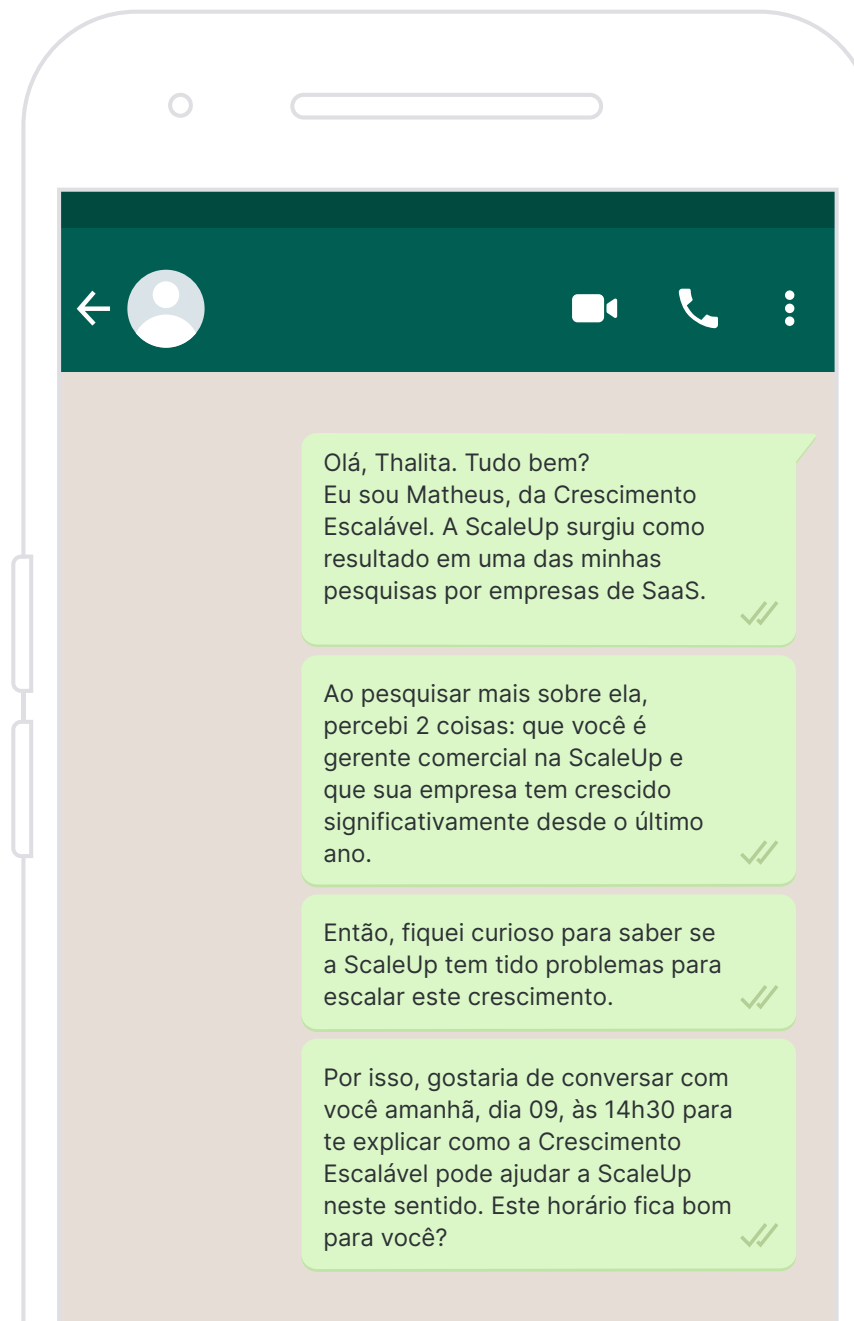
Eu sou [seu nome], da [nome da sua empresa]. A [empresa do contato-alvo] surgiu como resultado em uma das minhas pesquisas por empresas de [segmento da empresa do contato-alvo].

Ao pesquisar mais sobre ela, percebi 2 coisas: que você é [cargo do contato-alvo na empresa] e que [empresa do contato-alvo] tem [padrão percebido durante a pesquisa].

Então, fiquei curioso para saber se a [empresa do contato-alvo] tem tido problemas para [enfrentar uma situação que pode ter sido desencadeada pelo padrão percebido].

É que a [empresa em que você trabalha] ajuda muitas outras empresas a superar este mesmo desafio.

Por isso, gostaria de conversar com você amanhã, dia [data], às [hora] para te explicar como a [empresa que você trabalha] pode ajudar a [empresa do contato-alvo] neste sentido. Este horário fica bom para você?



Exemplo 5

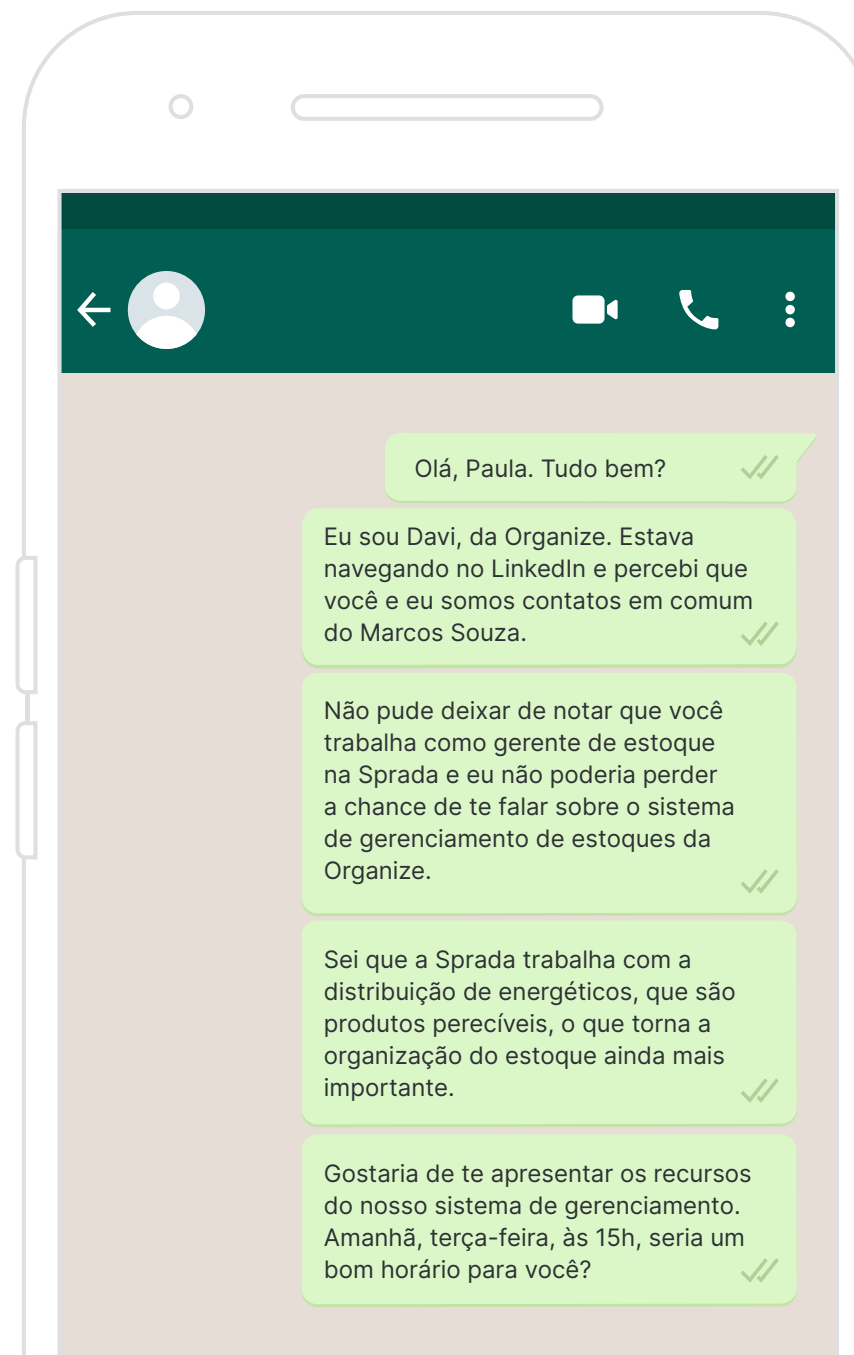
Olá, [primeiro nome do contato]. Tudo bem?

Eu sou [seu nome], da [nome da sua empresa]. Estava navegando no LinkedIn e percebi que você e eu somos contatos em comum do [nome e sobrenome do contato em comum].

Não pude deixar de notar que você trabalha como [cargo do contato-alvo] na [empresa do contato-alvo] e eu não poderia perder a chance de te falar sobre [solução que sua empresa oferece].

Sei que [informação que comprova a relevância da sua solução para a empresa].

Gostaria de te apresentar os recursos de [solução que sua empresa oferece]. [data], às [hora], seria um bom horário para você?



Modelos de mensagens para inbound marketing

[Voltar para o índice](#)

As mensagens inbound são aquelas enviadas para clientes que forneceram seus números em formulários, em troca de algum material (white paper, e-book) ou condição especial (descontos, promoções).

Por isso, nesses casos o potencial cliente já espera receber algum contato promocional sobre seu produto ou serviço no número dele.

Porém, nunca se esqueça de que as mensagens promocionais devem ser limitadas. Você não deve bombardear os potenciais clientes com ofertas e promoções.

Afinal, isso pode afastá-los. E, uma vez que bloqueiem seu contato, a interação com estes clientes pode ser perdida definitivamente.

Exemplo 1

Olá, [nome do contato-alvo].

Lançamos o [nova funcionalidade ou recurso] ideal para [nome da empresa do contato-alvo].

Saiba mais clicando em [inserir o link].



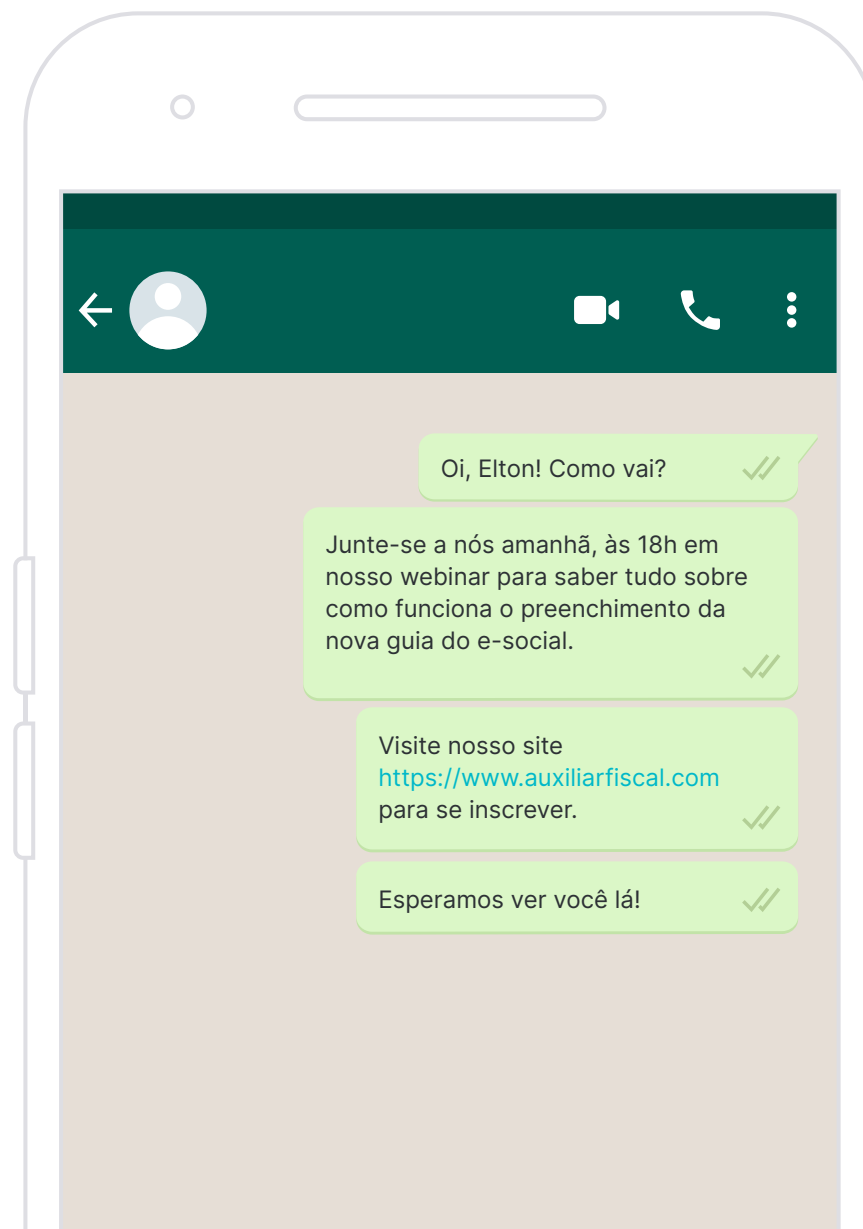
Exemplo 2

Oi, [nome do contato-alvo]! Como vai?

Junte-se a nós [data e hora] em nosso [evento - podcast, webinar, etc] para saber tudo sobre [tema a ser abordado no evento].

Visite nosso site [inserir link] para se inscrever.

Esperamos ver você lá!



Exemplo 3

Olá, [nome do contato-alvo]. Tudo bem?

Indique um amigo a qualquer momento durante [período estipulado para a promoção] e ganhe [valor do desconto] se ele [fechar negócio: contratar a plataforma, realizar a compra, assinar o contrato]!

Toque no link [inserir link] para saber mais.



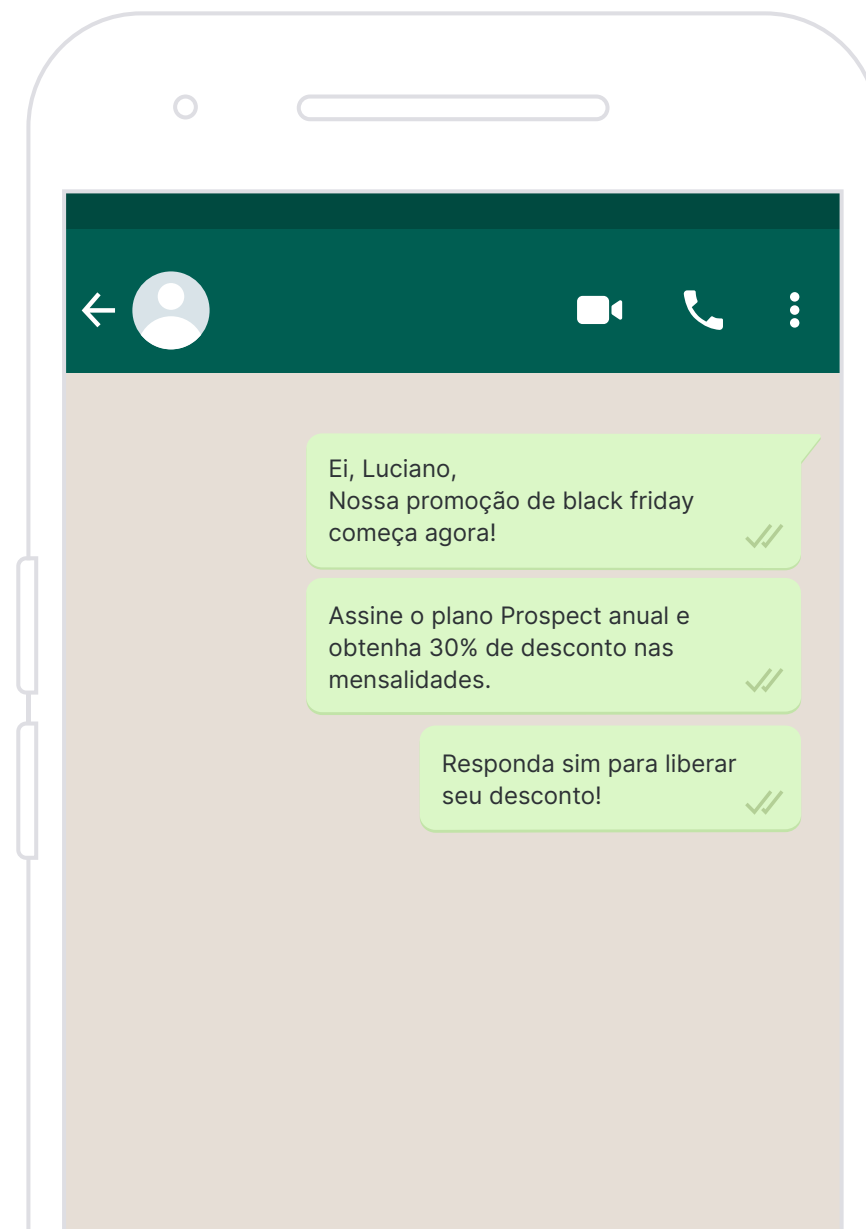
Exemplo 4

Ei, [nome do contato-alvo]

Nossa promoção de [temporada] começa agora!

[indique uma ação que o contato-alvo deve tomar] e obtenha [desconto, promoção ou condição especial].

Ligue agora para aproveitar!



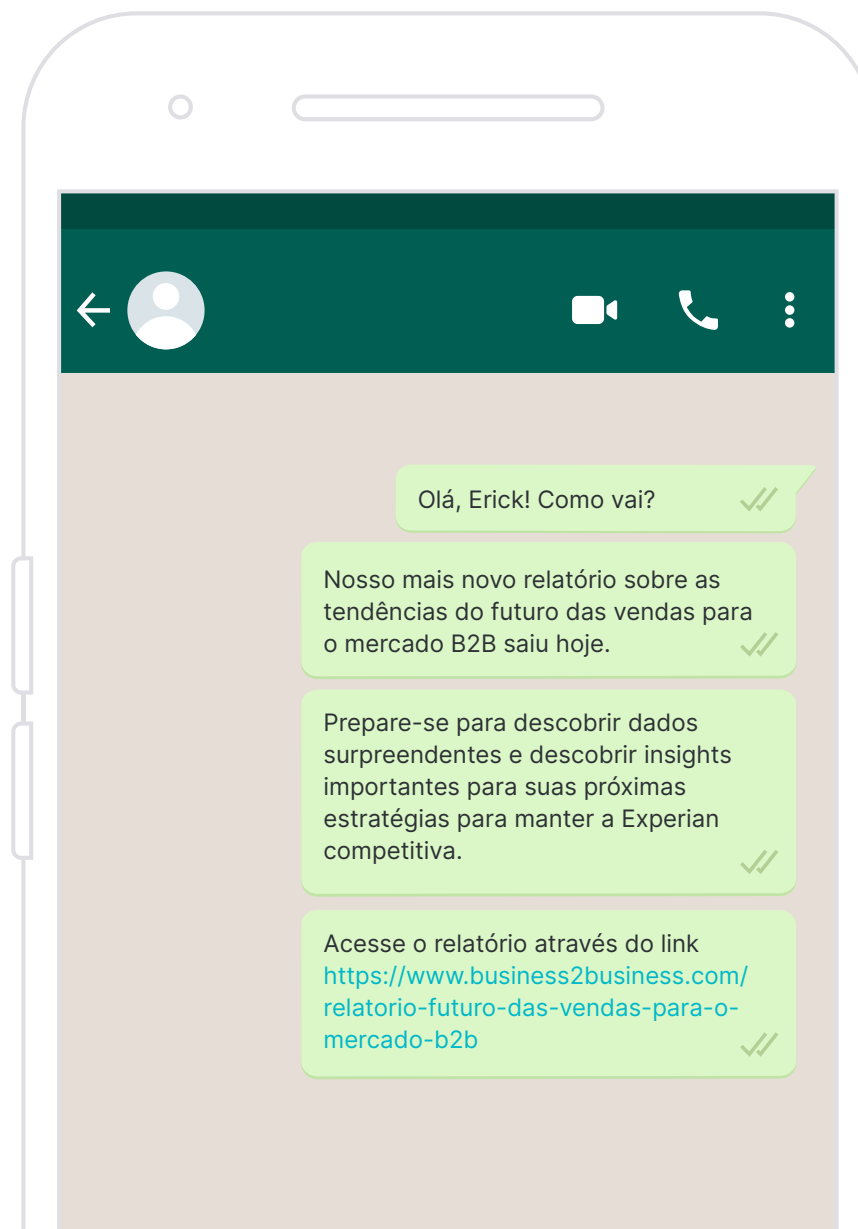
Exemplo 5

Olá, [nome do contato-alvo]! Como vai?

Nosso mais novo [material rico relevante] saiu hoje.

Prepare-se para descobrir [assuntos abordados no material rico] que serão fundamentais para [utilidade do material para a empresa do contato-alvo].

Acesse o [material rico] através do link [insira o link].



Conclusão

Independente da sua abordagem ser ativa (sem a solicitação do contato-alvo) ou inbound (com a permissão do contato-alvo), **é fundamental entender a cadência do envio das mensagens**, evitando sobrecarregar seu cliente ou possível comprador.

Além disso, sempre tenha em mente a relevância das suas mensagens. Ou seja, **nunca envie nada que não vá trazer real valor para o cliente.**

Afinal, forçar vendas que não fazem sentido é inútil para seus resultados, já que os clientes acabam deixando sua empresa quando percebem que a solução que ela oferece não é relevante para eles.

Mas, seguindo as boas práticas e observando a entrega real de valor, as vendas pelo WhatsApp serão importantes aliadas para a receita da sua empresa.

Tudo pronto para testar as abordagens que você aprendeu aqui?

Boas vendas!

Texto



Assistente de conteúdo

Jéssica Muller

in

Revisão



Gerente de marketing

Fabio Santos

in

Diagramação



Designer

Larissa Pires

in

leads^{2b}

