


Magnata



**Como
vender
mais pelo**

WHATSAPP

E-Book


Magnata

**Como
vender
mais pelo
WHATSAPP**

E-Book

Por que
utilizar o
WhatsApp?



Por que utilizar o WhatsApp

Dados recentes da Fundação Getúlio Vargas apontam que o número de smartphones ativos é o dobro do número de habitantes. Ou seja, cada habitante possui em média 2 celulares. Considerando isso, por que deixar passar a oportunidade de vender mais e melhor pelo WhatsApp?

A verdade é que ele é uma poderosa ponte que liga o seu negó-

cio ao cliente, pois é prática e utilizada pela maioria de usuários de smartphones.

Boas práticas de abordagem



Boas práticas de abordagem

O WhatsApp se destaca desde quando foi criado, em 2009, e de lá pra cá já passou a fazer parte da vida de milhões de pessoas. Como você já deve observar, é um aplicativo bem democrático e versátil, pois nele temos pessoas de diversas idades com diferentes intenções; sejam elas profissionais ou pessoais.

Apesar de ser um app utilizado

por todos, de maneira bem informal e prática, você precisa ter uma boa postura e tomar alguns cuidados no contato com o cliente e não trabalhar com o aplicativo de forma amadora, sem planejamento.

CLAREZA

Ser claro e objetivo nas mensagens é essencial, pois a comunicação pode ajudar ou atrapalhar a imagem do seu negócio, uma vez que seu cliente não tem contato com a expressão facial de quem o atende. Portanto, pode ser que

alguma informação seja interpretada de uma maneira equivocada. Para isso você precisa de mensagens curtas e bem diretas no que diz respeito ao seu produto ou proposta.

Como já diz Yuval Noah Harari no livro 21 lições para o século 21: “Num mundo inundado de informações irrelevantes, clareza é poder”.

ATENÇÃO E AGILIDADE

Provavelmente os seus funcionários são treinados para atender a todos com atenção, cuidado e

principalmente agilidade para que todos os pedidos cheguem o mais rápido possível às mesas, certo? E por qual motivo no atendimento online isso tem que ser diferente? O cliente deve se sentir bem e confortável, para isso você precisa ficar atento ao modo em que o trata. Um simples bom dia ou boa noite pode levar alguém a sorrir.

Ninguém gosta de ficar “pendurado” na conversa, então é importante responder seu cliente o quanto antes.

No capítulo sobre cronograma de mensagens, iremos descrever como você pode colocar essas e outras boas práticas, de fato, na prática.

WhatsApp Business



WhatsApp Business

Traduzida do inglês, a palavra business significa negócio. Portanto, essa ferramenta é para a utilização profissional. É um aplicativo gratuito que conta com todos os benefícios do WhatsApp comum, mas com ferramentas específicas para pequenos e médios negócios.

Lembra que citamos agilidade como um ponto principal no contato com o cliente? O WhatsApp

Business pode te ajudar com isso por meio da automatização das mensagens. Com ele você cria mensagens automáticas e rápidas. Pode colocar o link do **Magnata** anexado às mensagens de boas-vindas, por exemplo.

Além de outros benefícios, também é possível inserir o seu horário de atendimento. Dessa forma o seu cliente saberá quais os horários disponíveis para fazer o pedido.

Cronograma de mensagem



Cronograma de mensagem

Uma vida sem planejamento está fadada ao fracasso. O seu negócio provavelmente se planeja para ir às compras, para receber e pagar fornecedores assim como também deve ter controle de caixa. A comunicação online também anda por esse caminho. Imaginamos que você passa ou já passou por apertos no atendimento online, que geralmente ocorrem nos

dias de maior fluxo e sucesso de vendas. Muitas mensagens e diversos pedidos que te deixaram confuso, e por isso, os clientes esperaram mais do que o comum. No pior dos cenários, você já deve ter perdido alguma venda.

Para minimizar ou até mesmo acabar com esse problema, você pode utilizar mensagens automáticas. Dessa forma, o atendimento ficará muito mais rápido e ágil para você. Veja um exemplo prático, que é uma mensagem sugerida

aos clientes do **Magnata**:

“Boa noite! Pensando em sua comodidade e para agilizar seu pedido, acesse o link abaixo, adicione os produtos desejados em seu carrinho e finalize o processo no site. Após sua confirmação é só aguardar seu pedido chegar quentinho na sua casa.”

É essencial saber quando e qual mensagem enviar. Já deixe prontas até as mensagens que dizem respeito às dúvidas, como aquelas sobre acompanhamentos, tempo de entrega ou até mesmo sobre propostas.

Listas de transmissão



Listas de transmissão

Antes de falar da lista de transmissão, vamos conversar um pouco sobre os dois principais tipos de clientes:

Todo negócio tem uma espécie de cliente “fiel e escudeiro”, aquele grupo de pessoas apaixonadas pela sua culinária e que estão comprando com frequência, participando de promoções, sorteios e até mesmo divulgando seus pratos.

E também há os “turistas”, são as pessoas que acompanham o seu negócio mas não fecham pedidos com frequência, ou ainda não conhecem o gosto da sua comida mas sabem que seu negócio existe e têm o seu contato.

A lista de transmissão é uma ferramenta do WhatsApp que é utilizada para enviar mensagens para várias pessoas ao mesmo tempo. Você pode listar todos os seus clientes e adicionar à sua lista. Com ela você envia avisos, novidades,

conteúdos - caso tenha, promoções, curiosidades sobre o seu negócio ou qualquer outra mensagem que aproxime seus clientes.

O grupo dos clientes fiéis irá se sentir especial e sempre estará atento às suas mensagens, pois gostam de acompanhar as novidades, por exemplo. Já o grupo daqueles que quase não compram irão sempre receber as mensagens e, mesmo que nem sempre fechem pedidos, saberão que podem contar com você na hora de querer

comprar algo que o seu restaurante ofereça. Porém, é importante ter bom senso para não enviar tantas mensagens ao ponto dos seus contatos chegarem a te bloquear.

Gatilhos Mentais



Gatilhos mentais

Gatilhos mentais são estímulos que disparam ações. Com eles as chances dos seus clientes comprarem o seu produto são muito maiores. Use e abuse desse recurso, pois desperta um grande desejo e interesse em adquirir determinado item.

São simples palavras ou conceitos que podem fazer essa “mágica”; você se depara com elas a todo momento por meio de diversas

publicidades que chegam até você.

URGÊNCIA: O FAMOSO

“AGORA OU NUNCA”

Ninguém gosta de deixar uma boa proposta passar despercebida, seja um bom preço ou uma promoção interessante.

Você pode utilizar esse recurso como: “acesse o nosso cardápio e somente hoje você terá 50% de desconto”, “compre agora o item x e ganhe um brinde”. Ou seja, o produto tem um prazo limite para ser adquirido.

ANTECIPAÇÃO E NOVIDADE:

O trailer de um filme serve para nos deixar curiosos, com aquele gostinho de “quero mais”, nos convencendo de que vale a pena comprar o ingresso para saber a história dos personagens e que fim terão. Assim podem funcionar seus produtos. Pela lista de transmissão, você pode enviar prévias e informações sobre novos ou antigos pratos, assim o seu cliente cria a sensação de curiosidade crescendo dentro de si a vontade de experi

mentar. Isso pode entrar no cronograma de mensagens automáticas, por exemplo.

“Boa noite, como você está? Já experimentou o nosso burger X? Com o cheddar transbordando pelo hambúrguer de carne grelhada e pedaços de cebola caramelizada, ele pode salvar sua sexta-feira. Vem sextar com a gente, acesse o link abaixo (...)”

Empatia



Empatia

Independendentemente de qualquer gatilho mental, estratégia e ferramenta, é sempre importante se colocar no lugar do seu cliente. Basta se questionar: “como eu gostaria de ser atendido(a)?” Desse jeito, falar com o cliente fica muito mais fácil e dinâmico, proporcionando a ele exatamente aquilo que você sabe que funciona.

Ter empatia é sentir na pele a dor do outro como se fosse sua, assim

você pode utilizar sua própria experiência e dores que passou como consumidor(a) de outros locais, e fazer o possível para amenizá-las quando “vestir a camisa” do atendimento ao público.



Magnata

from
 Farejeiro

[Clique para saber mais](#)