

Guia de otimização para melhores resultados da sua empresa com o WhatsApp



Resumo

PÁGINA 01	Introdução
PÁGINA 02	Comece pelo básico: aproveite ao máximo as ferramentas profissionais do WhatsApp Business
PÁGINA 03	Impulsione as vendas e reduza o custo por compra com anúncios de clique para o WhatsApp
PÁGINA 05	A dupla dinâmica: Reels e anúncios de clique para o WhatsApp
PÁGINA 08	Otimização de compra
PÁGINA 13	Como aplicar a otimização de compra com a Plataforma do WhatsApp Business
PÁGINA 18	Tudo pronto para começar? Siga este roteiro

1 Introdução

O **WhatsApp Business** não é apenas um app de mensagens. Trata-se de uma ferramenta transformadora que pode revolucionar a forma como pequenas empresas no Brasil se conectam com seus clientes. Imagine uma plataforma que alia o calor humano da interação pessoal à eficiência da tecnologia moderna, permitindo construir relacionamentos mais sólidos com os clientes e otimizar as operações do seu negócio.

Muitas empresas ainda não exploraram todo o potencial do WhatsApp Business, deixando de aproveitar recursos que podem aprimorar a experiência do cliente e gerar crescimento. Ao adotar essas ferramentas, é possível **transformar conversas simples em transações comerciais fluidas**, expandindo sua empresa e abrindo novas fontes de receita.

Em nosso guia completo, você vai descobrir como explorar todo o potencial do WhatsApp Business: desde dominar os recursos básicos do app até usar as mais recentes otimizações de anúncios que direcionam clientes com alta intenção diretamente ao seu WhatsApp. Este guia vai ajudar no conhecimento necessário para aprimorar suas campanhas de marketing e fortalecer o engajamento com clientes, esteja você recebendo um grande volume de mensagens ou apenas começando.



79%

dos adultos online globalmente enviam mensagens para uma empresa ao menos uma vez por semana*

O WhatsApp transforma conversas em oportunidades.

Ele tem o poder de conectar pessoas e empresas:

Facilitando conexões seguras e confiáveis entre pessoas e empresas

Ponto de entrada e de reentrada

Exemplos:

- Anúncios de clique para WhatsApp
- Anúncios offline
- Mensagens de utilidade
- Mensagens de marketing

Tornando a comunicação mais simples, fácil e agradável para os consumidores

Experiência na conversa

Exemplos:

- WhatsApp Flows
- Chatbot de IA
- Catálogos
- Pagamentos

Gerando crescimento empresarial e redução de custos para as empresas por meio de soluções de mensagens inovadoras

Ponto de conversão

Exemplos:

- Fazer ou refazer um pedido
- Ver status do pedido
- Assinar um serviço
- Inscrever-se em um programa de fidelidade
- Agendar um horário

2

Comece pelo básico: aproveite ao máximo as ferramentas profissionais do WhatsApp Business

Quando um cliente entra no seu estabelecimento ou acessa seu site, você quer que tudo esteja pronto para recebê-lo. O mesmo vale para o WhatsApp Business: **torne a experiência simples e fluida para oferecer o melhor atendimento possível.**

Use ferramentas de mensagem adicionais para poupar tempo e engajar com os clientes de modo eficaz:

Empresas que respondem em até 5 horas têm **3,8x** mais chances de conversão.*

MENSAGENS PERSONALIZADAS

Tenha uma mensagem pronta para clientes que interagem com seus anúncios de clique para o WhatsApp, garantindo uma experiência rápida e integrada.

12:30

Ângela Rodrigues
online

As mensagens e as ligações são protegidas com a criptografia de ponta a ponta e ficam somente entre você e os participantes desta conversa. Nem mesmo o WhatsApp pode lê-las ou ouvi-las. Saiba mais

Olá, vocês fazem entrega?

11:59

Sim, nós oferecemos serviços de entrega. Você poderia informar seu nome e endereço para que possamos fazer a entrega?

11:59

Ângela Rodrigues

SAUDAÇÕES

Configure respostas automáticas para receber mensagens e definir expectativas. Informe ao cliente quando você poderá ajudá-lo ou se precisar de mais informações para continuar (até 500 itens).

12:30

Mensagem de ausência

Enviar mensagem de ausência

Responda automaticamente com uma mensagem quando você estiver ausente.

Mensagem de saudação

Agradecemos sua mensagem. Não estamos disponíveis no momento, mas responderemos assim que possível.

Agendar

Enviar sempre

RESPOSTAS RÁPIDAS

Com apenas alguns toques, crie atalhos para mensagens enviadas com frequência a fim de responder a perguntas recorrentes.

Respostas rápidas

Editar

pagamento

Aceitamos os seguintes cartões de débito e...

agradecimento

Agradecemos a transação efetuada! Conta...

endereço

Toque para definir

horas

+

q w e r t y u i o p

ETIQUETAS

Organize e filtre conversas importantes com clientes. Assim, é possível encontrar mensagens que demandam sua atenção e responder a elas rapidamente: uma etapa obrigatória para utilizar nossas soluções de otimização de compra.

Etiquetar conversa

Nova etiqueta

Novo cliente

Novo pedido

Pagamento pendente

Pago

Pedido concluído

CATÁLOGO

Crie um catálogo nativo no app WhatsApp Business para ajudar na fase de consideração. O catálogo pode capturar preço, descrição, link do site, entre outros, além de conter até 500 itens.

Adicionar item

Adicionar nova coleção

Itens

Echeveria pequena

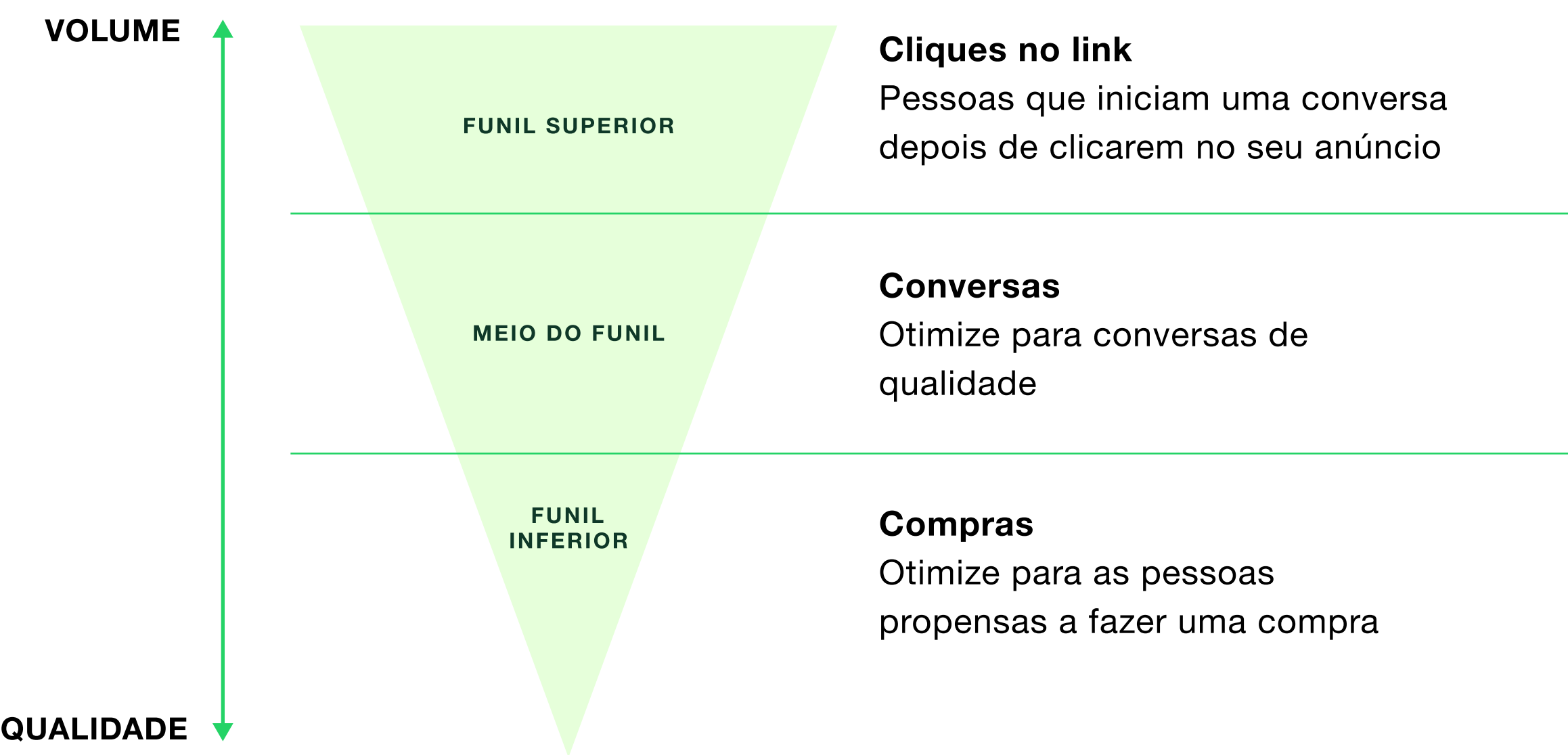
US\$ 5,00

Echeveria vermelha e verde pequena

US\$ 5,00

3

Impulsione as vendas e reduza o custo por compra com anúncios de clique para o WhatsApp



No mundo das vendas, otimizar os anúncios de clique para o WhatsApp não é apenas uma estratégia, é uma necessidade fundamental para atrair clientes qualificados.

A jornada que transforma um cliente em potencial em um cliente fiel é complexa e cheia de desafios, o que torna a qualificação de leads por meio de conversas uma etapa essencial para construir relacionamentos duradouros.

Para aumentar suas chances de sucesso, a Meta lançou um conjunto de novas otimizações especialmente desenvolvidas para anúncios de clique para o WhatsApp, incluindo a otimização de compras.

Além disso, a utilização do formato do Reels passou a ser uma forma valiosa de melhorar o desempenho dos anúncios. A estratégia mais eficaz combina esses dois elementos: uso de compras e Reels para maximizar o engajamento e as taxas de conversão.



Neste guia, vamos mostrar como otimizar essas interações para gerar resultados mais eficazes e melhorar a eficiência das suas campanhas de anúncio.

Descubra novas formas de gerar vendas e construir relacionamentos duradouros com seus clientes.

4

A dupla dinâmica: Reels e anúncios de clique para o WhatsApp

Potencialize o impacto dos seus anúncios de clique para o WhatsApp com o Reels

Os reels, quando desenvolvidos com base nas boas práticas da Meta, são uma ferramenta para produzir conteúdos envolventes e imersivos que podem aumentar a visibilidade e o engajamento das campanhas dos seus anúncios. Ao combinar esse formato com anúncios de clique para o WhatsApp, você oferece uma experiência mais envolvente e eficaz para o usuário.

Descubra como usar essa dupla para aumentar conversões e melhorar a experiência do cliente.

Vamos abordar as boas práticas para criar reels eficazes, como integrá-los aos seus anúncios de clique para o WhatsApp e como medir o sucesso das suas campanhas.



Por que usar Reels com anúncios de clique para o WhatsApp



Aumente a visibilidade e o engajamento das suas campanhas de anúncios



Crie uma experiência do usuário mais imersiva e eficaz



Aumente as conversões e melhore a experiência do cliente



Diferencie-se da concorrência e fortaleça sua marca

Reels com boas práticas geraram um aumento de **13% no retorno sobre o investimento** em anúncios e uma melhoria de **16% no custo por resultado***.

Com o Reels, você pode chamar a atenção e gerar o reconhecimento da marca, enquanto anúncios de clique para o WhatsApp permitem que você comece conversas significativas com clientes em potencial.

Fonte: os resultados são baseados em dez estudos de incrementalidade realizados entre abril e maio de 2023 por anunciantes globais de vários setores, incluindo comércio eletrônico, CPG, varejo e tecnologia. Os criativos nativos do Reels são criativos de vídeo 9:16 com som e em conformidade com as zonas de segurança. Esses criativos tinham pelo menos um elemento criativo adicional, como uma presença humana, sobreposições de figurinhas de texto, sobreposição de voz, conteúdo com pouca edição e um chamariz nos primeiros segundos.

Boas práticas para criativos de Reels e anúncios de clique para o WhatsApp

A criatividade da sua campanha é essencial para iniciar essas conversas.

Os criativos de anúncios de clique para o WhatsApp devem explicar o que você está oferecendo, onde está a experiência e o que o usuário pode esperar:

- Devem transmitir imediatamente que se trata de um anúncio interativo
- Devem convencer o público a clicar na hora



Dicas profissionais

- Elementos visuais e textos descritivos ajudam a preparar os usuários para uma conversa com sua empresa no WhatsApp.
- Deixe claro para o público que, ao clicar, ele será direcionado ao WhatsApp. Crie o criativo do anúncio com base nas necessidades do cliente.
- Alinhe a chamada para ação à meta da campanha e considere opções como **“Fale conosco”**, **“Saiba mais”**, **“Cadastre-se”**, **“Envie uma mensagem”** ou **“Mande uma mensagem no WhatsApp”**.
- Comunique o valor da experiência no WhatsApp, destacando a praticidade, a flexibilidade, a exclusividade, a confiança e/ou a inspiração.

Boas práticas



Crie ou adapte o criativo existente para o formato 9:16 com o objetivo de criar seu vídeo imersivo



Crie conteúdo com som para tornar os vídeos envolventes.

Os anúncios no Reels com música e sobreposição de voz mostraram uma pontuação média de resposta positiva 15 pontos maior do que os anúncios sem som.



Exiba conteúdo nas zonas de segurança para evitar que a interface do usuário do Reels tape suas mensagens.

Mantenha os 35% abaixo do seu criativo em formato 9:16 livres de texto, logotipos e outros elementos importantes. Identificamos que os anúncios no Reels que violaram a zona de segurança do Reels (em que a interface do usuário ficava por cima de elementos importantes) tiveram, em média, uma CTR 28% menor quando comparados com os que não violaram essa zona.



Utilize o botão de chamada para ação (CTA)

Tenha clareza e motive as pessoas a começar a conversa com você agora. Destaque a CTA no conteúdo, no texto do post e no botão.

Fonte: 8. Dados internos da Meta, maio de 2022. As conclusões da pesquisa não garantem resultados futuros. 9. Estudo sobre o consumidor da MetrixLab. (Estudo online encomendado pela Meta com 10 mil pessoas maiores de 18 anos; usuários ativos mensais que são usuários ativos do Instagram no primeiro trimestre de 2022). 10. Descumprimento da zona de segurança: análise de resultados de posicionamento para anúncios associados a 58 estudos de Brand Lift no mundo todo que foram autoidentificados no momento da criação do estudo como testes da adição do Reels como um posicionamento para uma estratégia de campanha atual. Os estudos foram realizados de junho de 2021 a março de 2022. Determina-se que um anúncio não seguiu a zona de segurança do Reels quando a interface do usuário do recurso ou o ícone permanente da Câmera tapa o texto sobreposto, a identidade da marca ou o rótulo do produto.

Boas práticas para criativos de Reels e anúncios de clique para o WhatsApp

Precisa de ajuda com seus criativos?

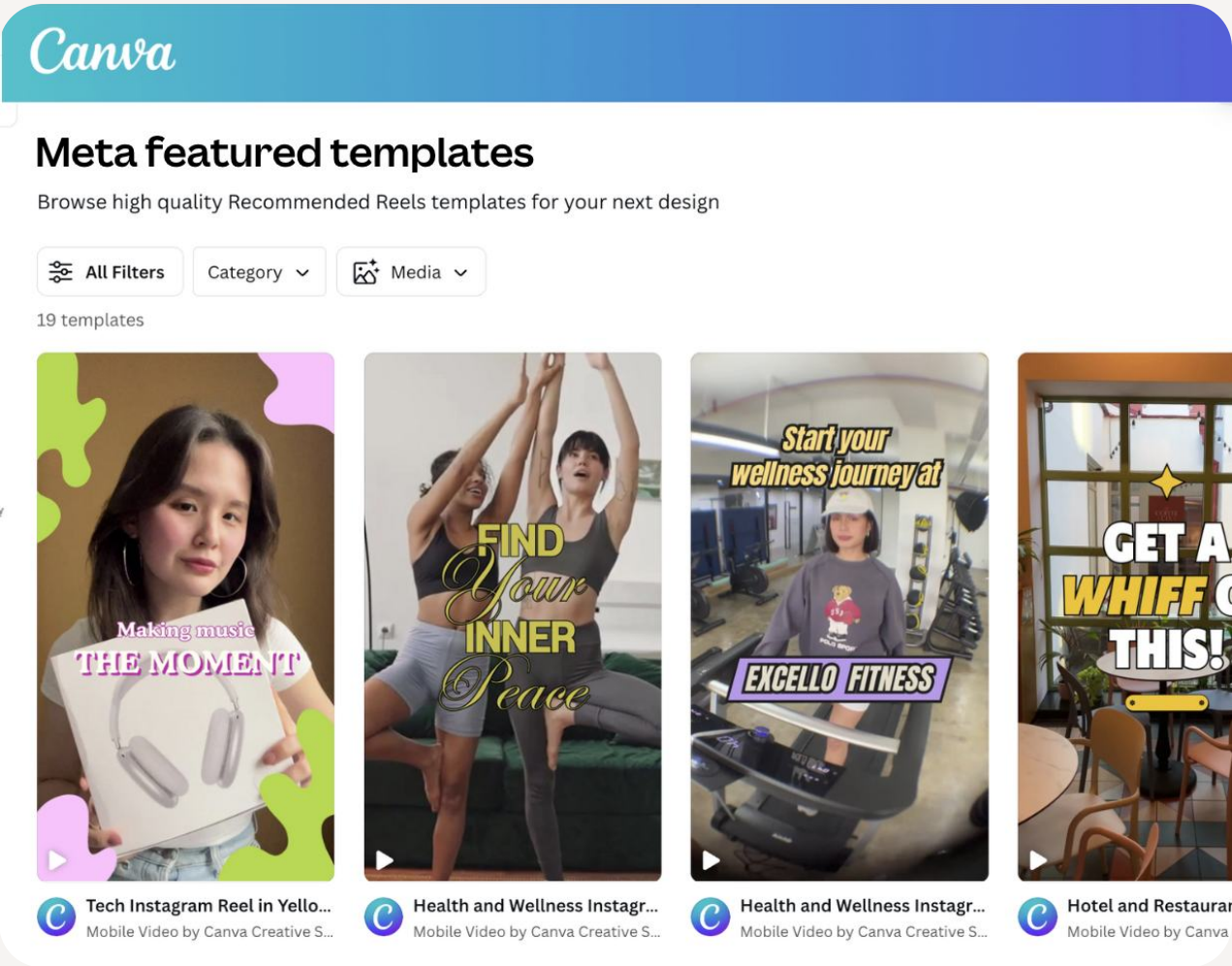
Peça ajuda de nossos parceiros:

Canva

Junto com o Canva, a Meta desenvolveu uma biblioteca com **modelos de Reels prontos**, que seguem todas as boas práticas e recomendações para criação de conteúdo envolvente e eficaz.

Personalize facilmente **esses modelos com sua marca e mensagem e crie Reels** que estejam alinhados com sua identidade visual.

Experimente agora: 30 dias grátis

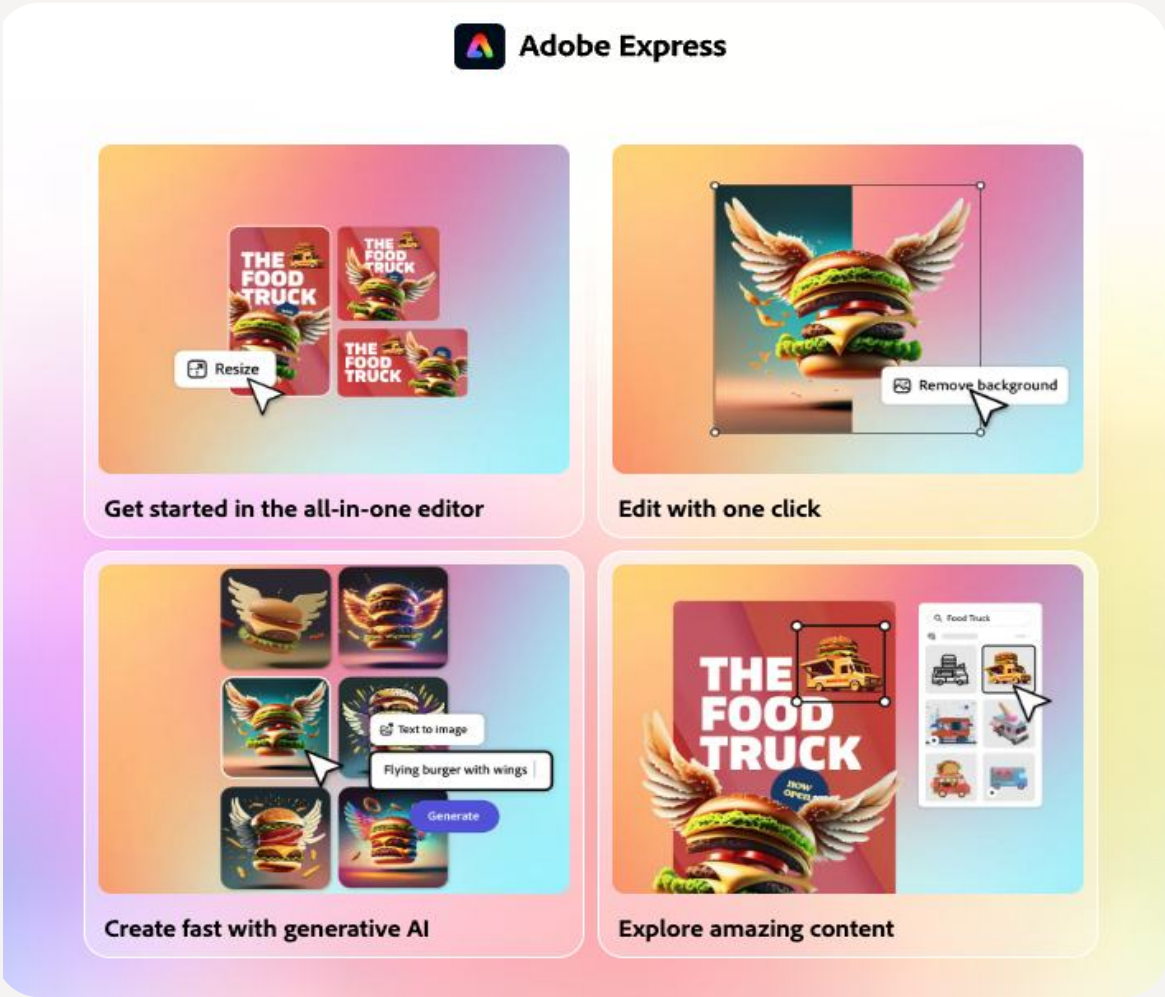


Adobe Express

O Adobe Express é uma plataforma de design que pode ajudar a criar anúncios no Reels em tecnologias da Meta. Ele oferece modelos, imagens, vídeos e músicas para dar vida à história da sua marca em formato vertical.

Com as ferramentas do Adobe Express, você pode criar facilmente anúncios no Reels otimizados para desempenho, usando a taxa de proporção 9:16, áudio ativado e elementos visuais envolventes.

Experimente agora: 30 dias grátis



5 Otimização de compra

O que é otimização de compra?

A otimização de compra é uma nova otimização de anúncios que ajuda nossos sistemas a identificar os clientes mais propensos a comprar com você.

Como funciona?

Ao usar a otimização de compra, seus anúncios serão exibidos para pessoas com maior probabilidade de realizar uma compra. Isso significa mais vendas e um menor custo por compra.

Benefícios do uso da otimização de compra:



Aumentar as vendas:

Ao usarem a otimização de compra, as empresas notaram uma redução média de 10% no custo por compra.



Reforçar o direcionamento do anúncio:

Direcione os anúncios para clientes com mais probabilidade de comprar seus produtos ou serviços.



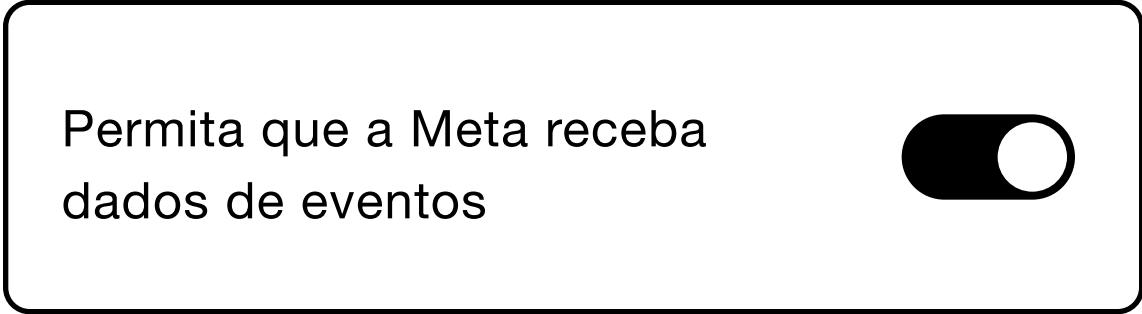
Melhorar a mensuração:

Mensure o desempenho do seu anúncio com base em compras reais, não só conversas.

Para permitir a otimização



Consentimento: os anunciantes que não estão vinculados a parceiros devem permitir o compartilhamento de eventos com a Meta no app WhatsApp Business.



Quer saber mais? Confira os próximos passos para entender como compartilhar eventos de compra e a importância das etiquetas e dos pedidos para o funcionamento da otimização de compra.

Como compartilhar eventos com a Meta

Compartilhamento de eventos de compra

Ao usar o app WhatsApp Business, é possível registrar quando uma conversa se transforma em uma venda no app. Esse processo é chamado de compartilhamento de eventos de compra. Ao compartilhar essas informações, você fornece dados valiosos à Meta, que nos ajudam a entender quando uma conversa leva a uma conversão.

Como sempre, as informações de identificação pessoal são criptografadas para garantir a privacidade.

O compartilhamento de eventos de compra é fundamental para usar a **otimização de compra**. Ao compartilhar esses eventos, você permite as compras por meio de mensagens como meta de desempenho para campanhas de anúncios de clique para o WhatsApp. Isso possibilita que nossos algoritmos otimizem a veiculação de anúncios para alcançar pessoas com maior probabilidade de compra.

Além disso, esse compartilhamento **pode ajudar a melhorar o desempenho dos seus anúncios**, fornecendo dados mais precisos sobre suas vendas e interações com clientes.



Como as etiquetas e pedidos ajudam?

No app WhatsApp Business, você pode usar **etiquetas ou pedidos** para gerenciar suas vendas nas conversas com clientes enquanto elas compartilham eventos de compra com a Meta.



Etiquetas:

É possível atribuir etiquetas a conversas ou clientes para categorizá-los com base em interesses, preferências ou histórico de compras. Isso facilita o acompanhamento das vendas e o relacionamento com seus clientes.



Pedidos:

É possível criar pedidos diretamente no app WhatsApp Business para registrar vendas e controlar o inventário. Essa funcionalidade organiza seu processo de vendas e oferece um registro claro das transações.

Ao usar **etiquetas ou pedidos**, você gerencia suas vendas de forma mais eficiente e ainda compartilha eventos de compra com a Meta. Isso permite que a Meta ofereça melhores insights e opções de otimização para suas campanhas com anúncios de clique para o WhatsApp.

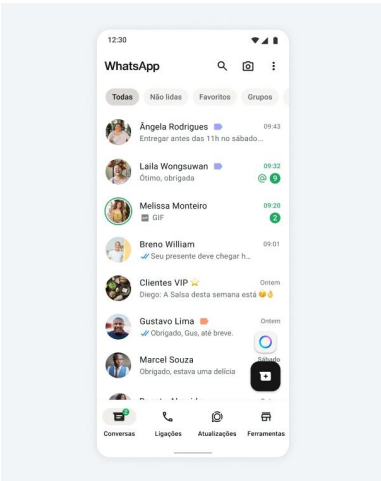
Primeiro passo: compartilhe eventos com a Meta



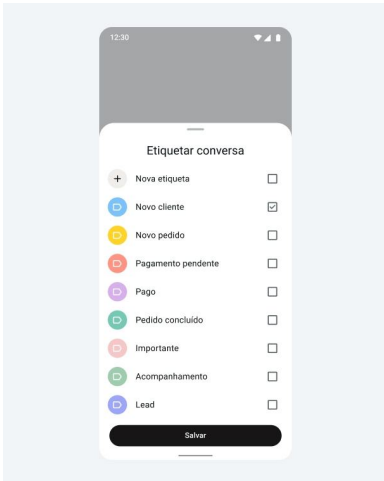
COM ETIQUETAS



ETAPA 1:
Dê seu consentimento
Para permitir que a Meta acesse os eventos de compra, acesse seu app WhatsApp Business > Ferramentas > Atividade do cliente > Permitir que a Meta receba dados de eventos.

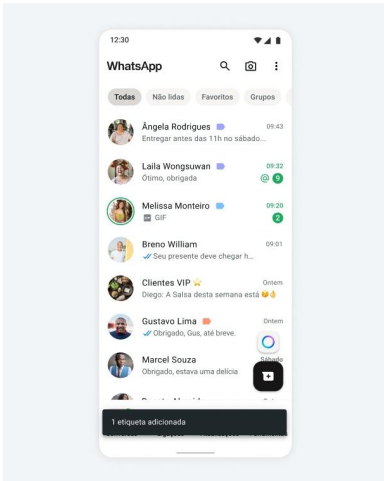


ETAPA 2:
Abra as conversas
Abra o app WhatsApp Business para ver todas as conversas com seus clientes.



ETAPA 3:
Use etiquetas nas conversas
Selecione conversas individuais e aplique uma das seguintes etiquetas predefinidas:

- Novo pedido
- Pagamento pendente
- Pago
- Pedido finalizado



ETAPA 4:
Visualize e gerencie as conversas com etiquetas
Toque no ícone de menu no lado superior direito do seu app WhatsApp Business, selecione Ferramentas para empresas e role a tela até o fim para encontrar Etiquetas.

Para começar a usar as etiquetas, clique aqui

ATENÇÃO: a forma como você nomeia suas etiquetas é muito importante. Os algoritmos de otimização precisam entender claramente a categoria de cada etiqueta. Confira a seguir orientações sobre como nomear corretamente os eventos mais comuns.

EXEMPLOS DE NOMES DE ETIQUETAS

Type	Pre-Defined Label (English)	Custom Label Examples (English)	Portuguese	Spanish	Hindi	Bahasa Malay	Bahasa Indonesia	Chinese (Simplified)	Chinese (Traditional)
Purchase	New Order	Order, Bought	Novo pedido	Nuevo pedido	नया ऑर्डर	Pesanan baru	Pesanan baru	新订单	新訂單
	Pending Payment	Awaiting Payment	Pagamento pendente	Pago pendiente	पेमेंट पूरी नहीं हुई	Menunggu pembayaran	Menunggu pembayaran	待付款	尚待付款
	Paid	Payment, Paid	Pago	Pagado	पेमेंट की गई	Dibayar	Lunas	已付款	已付款
	Order Complete	Sale, Deliver, Ship	Pedido finalizado	Pedido finalizado	ऑर्डर पूरा हुआ	Pesanan lengkap	Pesanan selesai	下单完成	訂單已完成
Lead	Lead	Appointment, Booked, Scheduled, Interest, Curious	Lead	Cliente potencial	लीड	Petunjuk	Prospek	潜在客户	潛在顧客
	New Customer	Customer, Prospect, Client	Novo cliente	Nuevo cliente	नया कस्टमर	Pelanggan baharu	Pelanggan baru	新顾客	新顧客
	Follow Up	Follow	Acompanhar	Seguimiento	फॉलोअप करें	Tindakan susulan	Tindak lanjut	跟进	跟進

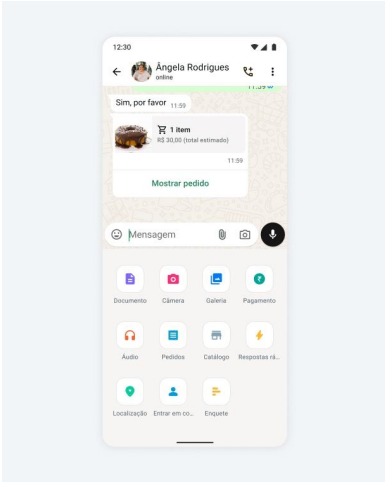
Primeiro passo: compartilhe eventos com a Meta



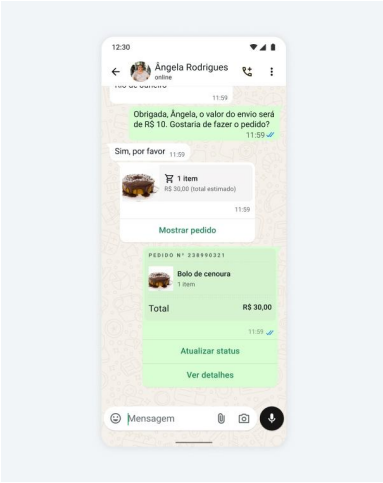
COM PEDIDOS



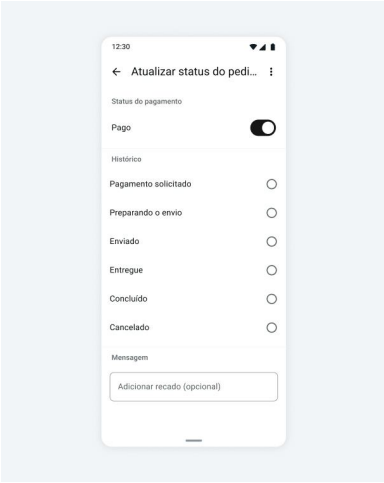
ETAPA 1:
Dê seu consentimento
Para permitir que a Meta acesse os eventos de compra, acesse seu app WhatsApp Business > Ferramentas > Atividade do cliente > Permitir que a Meta receba dados de eventos.



ETAPA 2:
Crie pedidos
Quando um cliente fizer pedidos, selecione Criar pedido no WhatsApp para cada um deles.



ETAPA 3:
Envie o pedido
Envie o pedido ao seu cliente pela conversa.



ETAPA 4:
Marque como pago
Selecione Marcar como pago para cada pedido a fim de melhorar os resultados e garantir um relatório preciso.

Para começar a criar pedidos, clique aqui

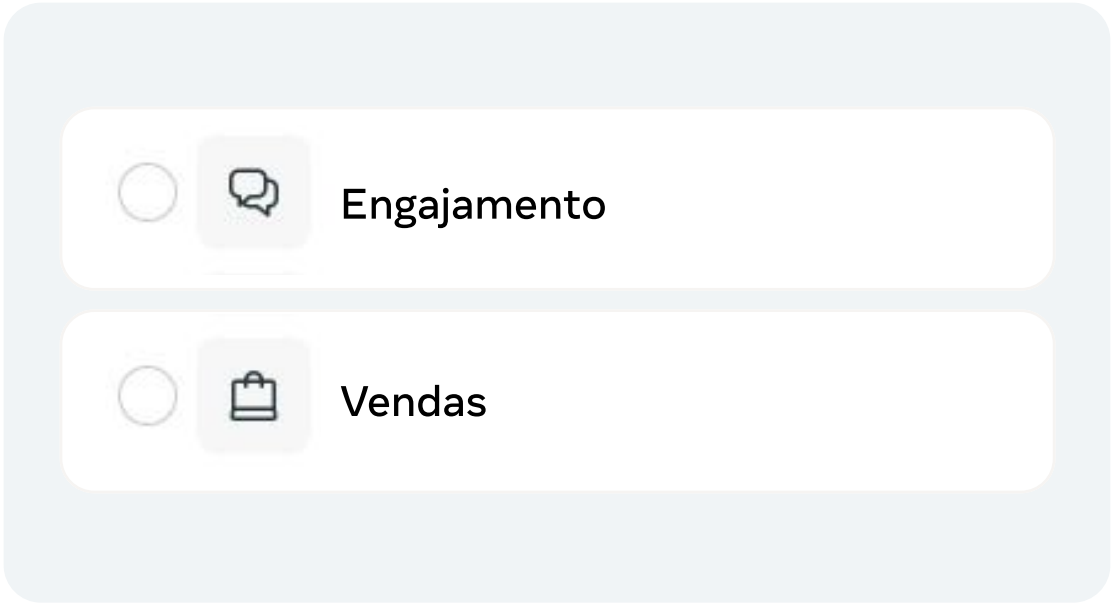
 **Dica:** somente pedidos marcados como pagos e concluídos se qualificam como ações contabilizadas para a meta de desempenho de otimização de compra.



Como encontrar a otimização de compra no Gerenciador de Anúncios

ETAPA 1:

Selecione **Vendas ou Engajamento** como o objetivo da campanha. Escolha a configuração de campanha manual aqui.



ETAPA 2:

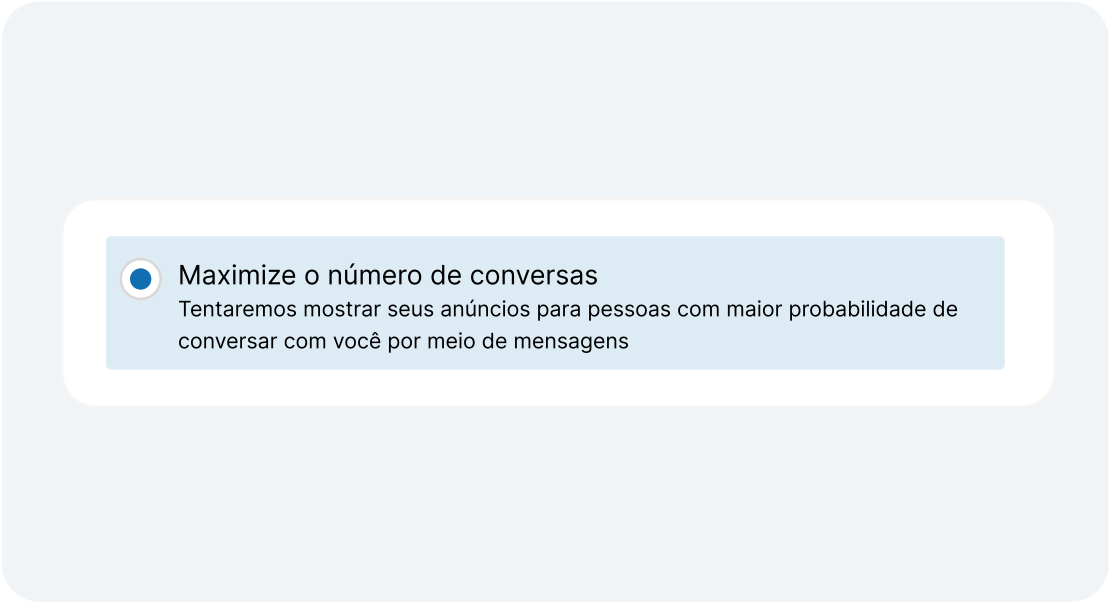
Selecione **apps de mensagem** como local da conversão e escolha o WhatsApp como o app de mensagem para a campanha.

ETAPA 3:

Selecione **Maximizar o número de compras por mensagens como meta de desempenho**.

Após selecionar essa meta, pule a configuração de pixels e a seleção de um evento de conversão.

Dica: use os resultados de desempenho no Gerenciador de Anúncios para entender o desempenho das suas campanhas com o tempo e fazer ajustes na configuração da campanha.



[Criar um anúncio agora](#)

Caso de sucesso

A Art Di Cacao, uma chocolateria mexicana, usou a nova solução de otimização **“Otimização de compra para anúncios de clique para o WhatsApp”** a fim de alcançar um público com maior probabilidade de comprar e conversar. A empresa observou resultados positivos.

[Saiba mais](#)



6 Como aplicar a otimização de compra com a Plataforma do WhatsApp Business

Já se conectou à API? Veja como é fácil compartilhar eventos com a Meta.

Se sua empresa já recebe um grande volume de leads e mensagens de clientes pelo WhatsApp, é provável que você esteja usando um parceiro de mensagens da Meta para gerenciar esse fluxo. Nesse caso, você também pode solicitar ao seu **Meta Business Messaging Partner*** que ative as otimizações para **anúncios de clique para o WhatsApp** por meio da API.

Como adicionar metas de desempenho para otimização de compra por meio de um parceiro de mensagens

Para explorar todo o potencial das suas campanhas de clique para o WhatsApp, adicione metas de desempenho para otimização de compra por meio de um Business Messaging Partner*. **Veja abaixo um passo a passo para começar:**

1 Compartilhe eventos de compra com a Meta

Se você nunca compartilhou dados de eventos de compra com a Meta antes, pode ser que a opção de “Compras por meio de mensagens” como meta de desempenho não apareça no seu Gerenciador de Anúncios. Para corrigir isso, pergunte ao [Business Messaging Partner](#) como ele pode ajudar você a aproveitar a API de Conversões para habilitar o compartilhamento de eventos de compra com a Meta.



2 Envie eventos de compra sempre que uma conversa se transformar em uma oportunidade de vendas

Compartilhar mais eventos pode melhorar o desempenho dos seus anúncios. Procure **compartilhar pelo menos dez eventos de compra** no primeiro mês. Compartilhe eventos de compra quando uma conversa tiver probabilidade de se transformar em uma venda ou após a confirmação de uma venda ou de um pedido.

Exemplos de bons eventos de compra incluem:

- 1. Quando um cliente confirma o pedido ou clica no link de pagamento para concluir a compra.
- 2. Quando você envia uma fatura ou recibo ou compartilha informações de envio com o cliente.

Importante: ao criar campanhas com compras por meio de mensagens como meta de conversão, projete o fluxo de conversa para que a coleta de eventos de compra aconteça dentro da conversa do WhatsApp, em vez de em sites ou offline. Isso permite uma coleta de dados de eventos mais precisa, contribuindo para a melhoria do desempenho dos seus anúncios.

Ao seguir essas etapas, você **desbloqueia o valor das metas de desempenho de otimização de compras e leads, potencializando suas campanhas de mensagens.**

ATENÇÃO

Ao criar campanhas com compras por meio de mensagens como meta de conversão, projete o fluxo de conversa para que a coleta de eventos de compra aconteça dentro da conversa do WhatsApp, em vez de em sites ou offline. Isso permite uma coleta mais precisa de dados de eventos para melhorar o desempenho dos seus anúncios.

**A forma de sinalizar compras ou leads pode variar de parceiro para parceiro e não é controlada pela Meta.

Meça seu sucesso com a API de Conversões para Business Messaging

A **API de Conversões** foi projetada para criar uma conexão direta e mais confiável entre os dados de marketing e as plataformas da Meta. Com a capacidade de coletar dados do seu site, app, CRM, lojas físicas e agora também das conversas no WhatsApp Business, a API de Conversões centraliza todas as suas informações em um único lugar. A API de Conversões ajuda você a **tomar decisões embasadas sobre a estratégia de marketing** com base em dados reais e concretos.

A solução conecta informações offline dos anunciantes à Meta. Essa troca de informações permite identificar pessoas mais propensas a interagir com seus anúncios, como visualizar, clicar ou comprar. Com as mensagens empresariais, funciona da mesma forma.

Para começar, um [Business Messaging Partner](#) pode ajudar você a compartilhar eventos de compra com a Meta por meio da API de Conversões. Se você nunca compartilhou dados de eventos com a Meta antes, pode ser que a opção de compras por meio de mensagens como meta de desempenho não apareça no seu Gerenciador de Anúncios.



Por que a API de Conversões e o WhatsApp formam uma boa combinação?

Eles ajudam você a:



Entender o valor dos anúncios de clique para o WhatsApp

Veja quando os clientes convertem a partir de conversas comerciais por mensagem. Com uma mensuração mais avançada, será possível avaliar o desempenho para além do primeiro contato com o cliente.



Melhorar o desempenho dos anúncios

Com todos os seus dados em um único local, é possível identificar tendências nos comportamentos dos clientes assim que surgem, o que permite adotar novas estratégias com rapidez nas mensagens das empresas. A API de Conversões facilita esse processo e orienta suas próximas decisões de marketing em relação a anúncios de clique para o WhatsApp de forma inédita.



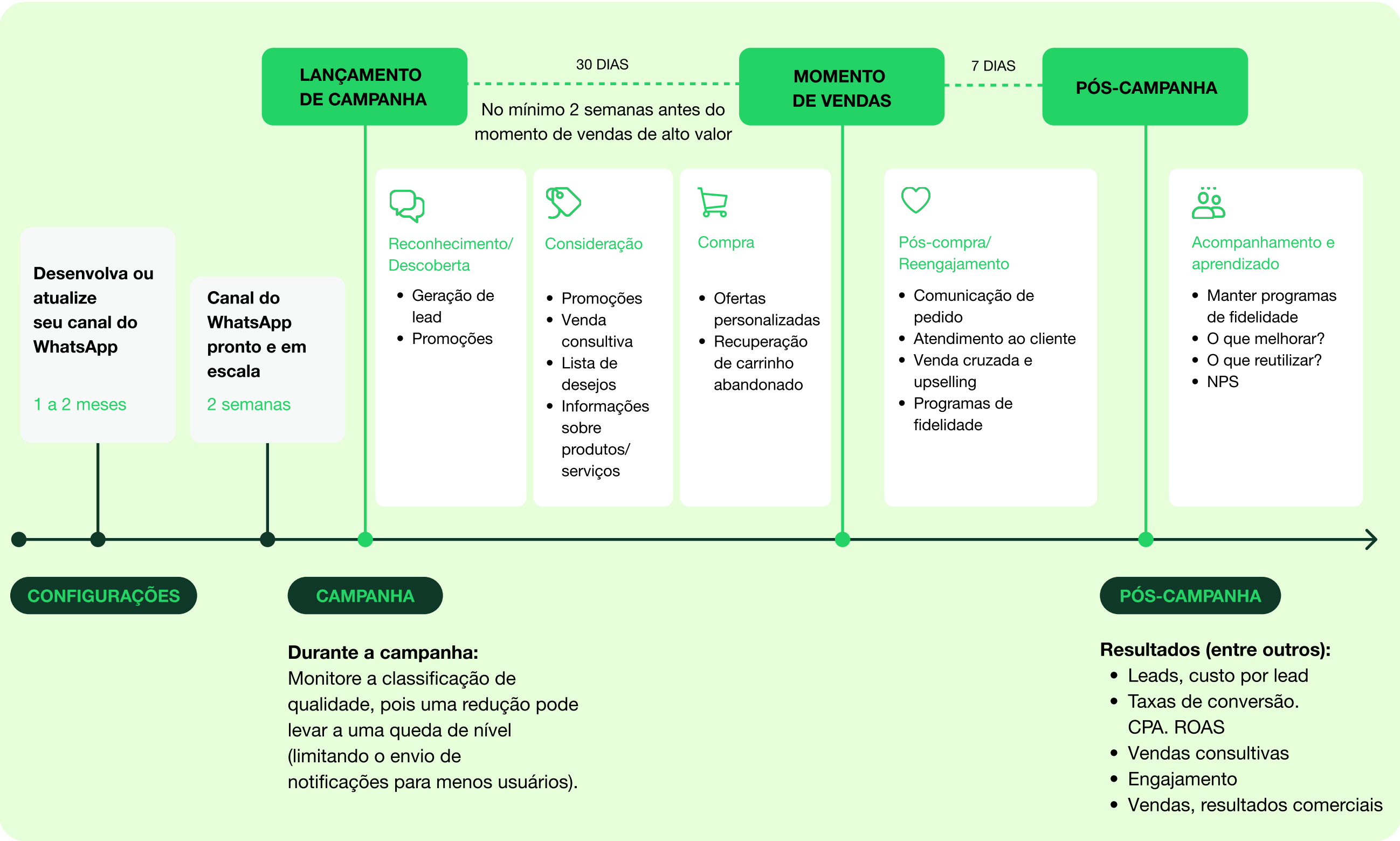
Simplificar a configuração de dados omnichannel

A Meta sabe que você utiliza várias ferramentas no seu marketing. Agora, é possível aproveitar uma única integração para compartilhar seus dados de forma precisa por meio dos canais de mensagens e outros pontos de contato. Não importa onde estão seus principais pontos de contato com o cliente, a API de Conversões pode se conectar a eles e enviar os dados essenciais para o Gerenciador de Eventos com mais visibilidade e gestão simplificada entre as integrações.

*Saiba mais e veja a lista completa de [integrações de parceiros](#) para eventos de mensagens empresariais.

Exemplo de cronograma

Utilizando estratégias do WhatsApp para momentos de vendas de alto valor



Meça seu sucesso com a API de Conversões para Business Messaging

A **API de Conversões** foi projetada para criar uma conexão direta e mais confiável entre os dados de marketing e as plataformas da Meta. Com a capacidade de coletar dados do seu site, app, CRM, lojas físicas e agora também das conversas no WhatsApp Business, a API de Conversões centraliza todas as suas informações em um único lugar.

A API de Conversões ajuda você a **tomar decisões embasadas sobre a estratégia de marketing** com base em dados reais e concretos.

A solução conecta informações offline dos anunciantes à Meta.

Essa troca de informações permite identificar pessoas mais propensas a interagir com seus anúncios, como visualizar, clicar ou comprar. Com as mensagens empresariais, funciona da mesma forma.



Para começar, um [Business Messaging Partner](#) pode ajudar você a compartilhar eventos de compra com a Meta por meio da API de Conversões.

Se você nunca compartilhou dados de eventos com a Meta antes, **pode ser que a opção de compras por meio de mensagens como meta de desempenho** não apareça no seu Gerenciador de Anúncios.

Por que a API de Conversões e o WhatsApp formam uma boa combinação?

Eles ajudam você a:



Entender o valor dos anúncios de clique para o WhatsApp

Veja quando os clientes convertem a partir de conversas comerciais por mensagem. Com uma mensuração mais avançada, será possível avaliar o desempenho para além do primeiro contato com o cliente.



Melhorar o desempenho dos anúncios

Com todos os seus dados em um único local, é possível identificar tendências nos comportamentos dos clientes assim que surgem, o que permite adotar novas estratégias com rapidez nas mensagens das empresas. A API de Conversões facilita esse processo e orienta suas próximas decisões de marketing em relação a anúncios de clique para o WhatsApp de forma inédita.



Simplificar a configuração de dados omnichannel

A Meta sabe que você utiliza várias ferramentas no seu marketing. Agora, é possível aproveitar uma única integração para compartilhar seus dados de forma precisa por meio dos canais de mensagens e outros pontos de contato. Não importa onde estão seus principais pontos de contato com o cliente, a API de Conversões pode se conectar a eles e enviar os dados essenciais para o Gerenciador de Eventos com mais visibilidade e gestão simplificada entre as integrações.

7 Pagamentos no WhatsApp

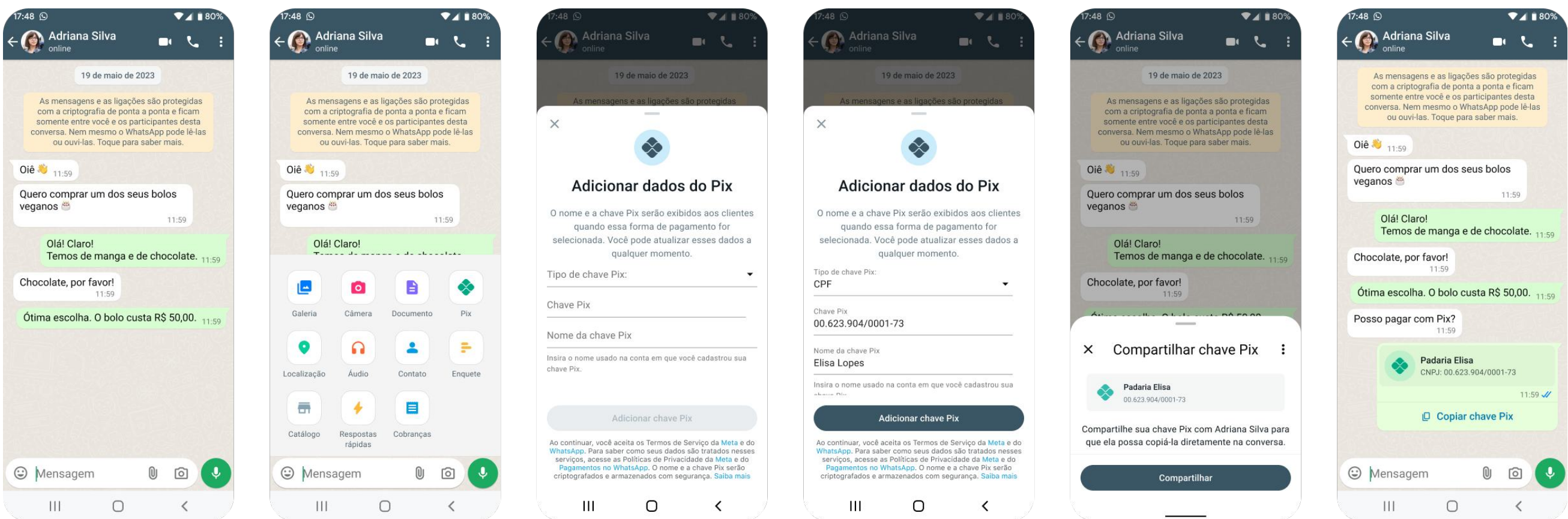
Outra forma de melhorar os resultados dos seus anúncios é reduzir problemas na jornada de compra e aumentar as vendas com pagamentos pelo WhatsApp.

Os pagamentos no WhatsApp permitem que empresas ofereçam opções de pagamento seguras, práticas e integradas à conversa, como Pix, boleto e cartões.



Como usar o Pix no WhatsApp:

Adicione sua chave Pix para compartilhamento com um clique com seus clientes. Os compradores podem copiar facilmente a chave para efetuar o pagamento. Em breve, serão direcionados automaticamente para o app do banco com os dados preenchidos.



Benefícios do Pix no WhatsApp



Aumento da conversão:

Os clientes podem pagar diretamente na conversa usando o método de sua preferência. Com o compartilhamento fácil da chave Pix, as transações ficam mais rápidas e práticas.



Aumento da confiança:

Notificações de pagamento Pix verificadas ajudam a reduzir golpes com comprovantes falsos (em breve).



Controle e transparência:

Os compradores passam a ter mais controle e transparência sobre suas transações na central de pagamentos do WhatsApp.



Compartilhamento fácil:

As empresas podem compartilhar sua chave Pix com segurança e praticidade diretamente na conversa com o cliente.

Com isso, vender e receber pagamentos pelo WhatsApp se torna ainda mais simples e confiável.

8 Tudo pronto para começar? Siga este roteiro:

Estruture a jornada do seu cliente até o WhatsApp com base nas suas necessidades e metas de negócios. Comece agora:

Ferramentas do WhatsApp Business: confirme se a [Plataforma do WhatsApp Business](#) está pronta para receber leads.



- ✓ Adicione saudações e mensagens personalizadas
- ✓ Inclua um catálogo com seus produtos e serviços
- ✓ Informe endereço, site e horário de atendimento
- ✓ Verifique o número de telefone da sua empresa
- ✓ Vincule o WhatsApp à página da empresa no Facebook
- ✓ Adicione [anúncios de clique para o WhatsApp](#) na sua estratégia

[Boas práticas para anúncios:](#)



- ✓ Crie Reels que gerem engajamento
- ✓ Proporções 9:16
- ✓ Som ativado e legendas
- ✓ Inclua a marca e a mensagem principal nos primeiros três segundos
- ✓ Confirme se a CTA está alinhada à meta da campanha, usando frases como “Fale conosco pelo WhatsApp”, “Saiba mais” ou apenas “WhatsApp”
- ✓ Adote elementos visuais que preparem o usuário para iniciar uma conversa com você
- ✓ Crie dentro da zona de segurança para melhorar a experiência de visualização das pessoas

Elegibilidade para otimização:



Os anunciantes que não estão vinculados a parceiros devem permitir o compartilhamento de eventos com a Meta no app WhatsApp Business:

- ✓ **Permitir** o compartilhamento de eventos com a Meta no app WhatsApp Business
- ✓ É necessário ter compartilhado no mínimo **mais de dez eventos de compra**, rotulados em até **sete dias** após o clique no anúncio do cliente em um **período de 30 dias** para se tornar elegível
- ✓ Usar as etiquetas corretas, conforme indicado nas tabelas da página 12.

Depois de atender aos critérios de elegibilidade, você verá a opção de **maximizar compras para sua meta de desempenho no Gerenciador de Anúncios.**

Tudo pronto para impulsionar as vendas e reduzir custos com [anúncios de clique para o WhatsApp](#)!

Para obter mais informações:
fb.me/whatsapp-optimization



from  Meta