



WhatsApp Business : la nouvelle façon de communiquer avec vos clients.

Développez votre entreprise en offrant
une expérience client exceptionnelle.

Sommaire

1.	WhatsApp Business : utiliser la plus célèbre des applis de messagerie.	3
2.	Offrir la meilleure des expériences clients mobiles.	4
3.	Qu'est-ce que WhatsApp Business.	7
4.	Quelle est la différence entre l'application WhatsApp Business et l'API.	11
5.	Comment utiliser WhatsApp Business. <ul style="list-style-type: none">• Sessions de messages de l'API WhatsApp.• Templates de messages WhatsApp.• Comment obtenir des opt-ins pour WhatsApp Business.	12
6.	Comment intégrer WhatsApp Business à votre parcours client. <ul style="list-style-type: none">• Intégrez WhatsApp Business à vos flux pour compléter les parcours clients.• Automatisation.• Chatbot.	17
7.	Comment encourager les clients à utiliser WhatsApp Business. <ul style="list-style-type: none">• Définissez une stratégie claire : commencez par un objectif et sélectionnez un cas d'usage.• Messages et communication avec vos clients.• Points d'entrée organiques.• Points d'entrée payants.	21
8.	Comment utiliser WhatsApp Business selon votre secteur d'activité. <ul style="list-style-type: none">• Cas d'usage inspirants.	24
9.	Choisir un fournisseur de solutions d'entreprise fiable pour l'API WhatsApp Business.	27
	Références.	30

1. WhatsApp Business : utiliser la plus célèbre des applis de messagerie.

Le succès de WhatsApp comme application de messagerie ne cesse de croître et il y a une bonne raison à cela.

Avec 2 milliards d'utilisateurs actifs au quotidien envoyant 65 milliards¹ de messages chaque jour, dans 180 pays et 60 langues, il n'est pas surprenant que Facebook (à l'origine de WhatsApp) ait décidé de créer une version de leur application dédiée aux professionnels : WhatsApp Business. Plus de 5 millions² d'utilisateurs professionnels profitent déjà de cette plateforme de messagerie particulièrement populaire aujourd'hui.

Si vous avez une base de clients internationale, sachez ceci : WhatsApp possède le taux de pénétration le plus élevé dans de nombreux pays où le mobile est très largement répandu. Dans un grand nombre de marchés, tels que l'Inde, le Brésil, le Mexique, le Royaume-Uni et l'Italie, jusqu'à 95 % des utilisateurs de smartphone utilisent WhatsApp (*Gartner, 2020*).

WhatsApp Business permet aux entreprises d'interagir avec leurs clients via WhatsApp, ce qui ajoute la praticité de la messagerie personnelle aux échanges B2C.

WhatsApp permet d'échanger des messages rapides et à moindre coût par Internet via des smartphones, des ordinateurs portables et de bureau, des tablettes ou des montres connectées. Il s'agit d'une alternative aux services de SMS fournis par les opérateurs de réseau mobile. Utilisée en association avec d'autres canaux mobiles,

WhatsApp Business devient une composante indispensable d'une bonne stratégie omnicanale.

Gratuite pour les utilisateurs et conversationnelle par nature, WhatsApp est devenue, en l'espace d'une dizaine d'années, l'application la plus populaire pour des conversations à la fois personnelles et professionnelles. La popularité de WhatsApp est montée en flèche et elle est devenue l'application de messagerie la plus utilisée sur les marchés clés, tels que l'Amérique latine, l'Europe, l'Afrique et l'Asie. Suite à une décennie de croissance extraordinaire du nombre d'utilisateurs, les plus grandes entreprises du monde entier intègrent WhatsApp Business à leur process et commencent à communiquer facilement avec leurs clients d'une toute nouvelle façon.



2. Offrir la meilleure des expériences clients mobiles.

Grâce à sa popularité et à sa facilité d'utilisation, WhatsApp Business devient le canal de communication de prédilection pour les clients et les entreprises en matière de conversation.

Pour les entreprises qui veulent répondre aux attentes de leurs clients, il est devenu impératif de comprendre comment utiliser WhatsApp Business. Que vous souhaitiez développer votre audience, stimuler les ventes, offrir un service client instantané ou envoyer de simples messages de rappel, WhatsApp Business peut vous aider.

Pour les clients, la possibilité de contacter à tout moment les entreprises grâce à l'application WhatsApp renforce leur confiance, élimine les frustrations et crée une expérience fluide. Vos clients seront donc plus satisfaits et plus susceptibles de devenir fidèles.

Prochaine étape : faire de WhatsApp Business votre nouveau canal de vente. Envoyez des liens de paiement via WhatsApp Business quand les clients veulent passer commande directement à partir de la conversation. C'est ce que nous appelons le commerce conversationnel !

Pourquoi adopter WhatsApp Business ?

I. Soyez présent sur les canaux préférés de vos clients

Être présent sur les mêmes canaux que vos clients constitue une stratégie ambitieuse pour votre entreprise. Les clients préfèrent communiquer avec les entreprises de la même façon qu'ils communiquent avec leurs amis et leur famille, via leur application de messagerie WhatsApp personnelle. Les clients ont confiance lorsqu'ils échangent avec **un profil WhatsApp Business vérifié**. Les e-mails ou les appels formels font partie du passé.

L'API WhatsApp Business est devenue un outil indispensable pour l'ensemble du parcours client. Elle vous permet d'échanger avec vos clients sur les canaux où ils passent le plus clair de leur temps, et notamment au travers de conversations informelles avec la satisfaction client pour priorité. Assurez-vous que les clients savent qu'ils peuvent vous contacter sur WhatsApp Business et résoudre leurs problèmes via leur application préférée.

II. Échangez avec vos clients du monde entier

Moins d'un an après le lancement de l'initiative B2B de WhatsApp (2018), le nombre d'utilisateurs pros de WhatsApp Business a augmenté de plus de 5 millions³. En juillet 2020, ce chiffre avait atteint les 50 millions⁴.

Le caractère international et l'accessibilité de WhatsApp constituent probablement les avantages les plus évidents pour les entreprises. Avec plus de 2 milliards d'utilisateurs dans plus de 180 pays à l'heure actuelle, quoi de mieux pour échanger avec les clients que le canal qu'ils utilisent déjà au quotidien pour communiquer ? **Avec un taux d'utilisation de 54 % pour la génération Y et 51 % pour la génération Z chaque jour, il n'est donc pas étonnant que WhatsApp soit devenu un outil puissant pour les entreprises.** Ces dernières années, nous avons vu apparaître des exemples de croissance exponentielle dans de nombreuses entreprises qui utilisent les applications de messagerie, telles que WhatsApp, pour répondre aux besoins de leurs clients et élargir leur base de clientèle. Communiquer avec vos clients sur leurs canaux préférés est l'une des clés pour assurer votre croissance. Voilà donc une raison supplémentaire d'être disponible sur WhatsApp Business.

III. Engagement sans précédent : optimisez l'expérience client

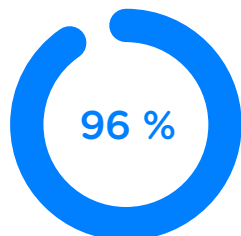
Plus de 65 milliards de messages WhatsApp sont envoyés chaque jour et plus de 175 millions de personnes envoient des messages à un compte WhatsApp Business par jour pour découvrir des produits, recevoir des notifications au bon moment ou obtenir des réponses rapides. Sur la messagerie WhatsApp Business, les taux de délivrabilité et d'ouverture sont plus élevés que sur tout autre canal. Les clients utilisent fréquemment l'application WhatsApp, alors votre message ne passera pas inaperçu. De plus, puisque vous communiquez avec vos clients via leur application de messagerie préférée, avec du contenu enrichi et directement sur leur portable, il est bien plus évident d'engager la conversation et d'augmenter les taux de conversion.

La plateforme est une excellente façon d'optimiser le service client : avec WhatsApp Business, vous allez au-delà des attentes des clients. Vous leur offrez un meilleur service et vous maintenez un dialogue ouvert. Les entreprises qui utilisent WhatsApp Business ont des taux de délivrabilité et d'ouverture plus élevés, un plus grand nombre de sessions de chat chaque mois et des taux d'abandon réduits.

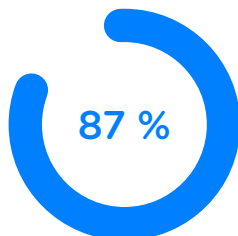
IV. Un client impliqué est un client heureux

Nous sommes dans une ère où le client doit être au cœur de l'échange. Pour un utilisateur, la communication avec une marque doit être accessible et se faire de manière fluide. 73 % des clients⁵ indiquent que l'expérience client constitue un facteur important dans leur décision d'achat. De plus, ils sont plus susceptibles de faire un achat⁶ lorsque les entreprises leur proposent des expériences personnalisées. Ainsi, une entreprise doit toujours être accessible pour ses clients et la communication doit être fluide. Le service client est désormais au cœur de la stratégie de croissance des entreprises et ces dernières facilitent la communication avec les clients.

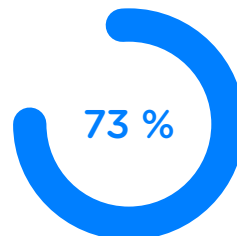
Dans cette optique, de nombreuses entreprises choisissent de moderniser leur service client et d'utiliser l'API WhatsApp Business pour toucher une audience plus large et améliorer l'expérience client. La priorité de WhatsApp est de répondre aux besoins de ses utilisateurs, ce qui est idéal pour créer une expérience client personnalisée.



comprennent pourquoi il est important de répondre aux clients sur leurs canaux de messagerie préférés.



choisissent de respecter les préférences en matière de canal pour mieux servir les clients.



affirment que l'expérience client est un facteur important dans la décision d'achat.



3. Qu'est-ce que WhatsApp Business.

WhatsApp Business : une solution adaptée pour connecter les entreprises à leurs clients.

WhatsApp Business est une solution qui permet aux entreprises et aux clients de discuter facilement via l'application de messagerie personnelle WhatsApp. Avec des profils Business, les petites, moyennes ou grandes entreprises peuvent aider leurs clients de manière interactive et utiliser les fonctionnalités propres à la messagerie personnelle. Elle permet aux entreprises d'engager une conversation avec une plus large base de clients et de partager des mises à jour de produits, de services et d'offres. La solution WhatsApp Business peut être utilisée via une application adaptée aux petites entreprises ou via une API pour les moyennes à grandes entreprises.

WhatsApp permet d'échanger des messages rapides et à moindre coût par Internet via des smartphones, des ordinateurs portables et de bureau, des tablettes ou des montres connectées. Utilisée en association avec d'autres canaux mobiles, WhatsApp Business devient une composante indispensable d'une bonne stratégie omnicanale.

Aujourd'hui, plus de 5 millions d'utilisateurs de WhatsApp Business profitent de cette plateforme de messagerie pour être plus visibles auprès d'un public plus large.

**Lancez-vous
dès maintenant**

Tout le contenu enrichi nécessaire

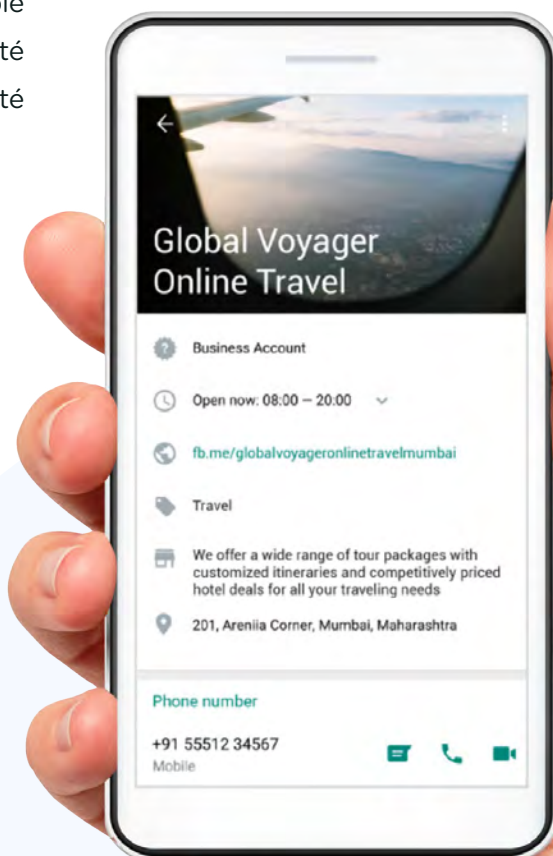
- ✓ Photos
- ✓ Liens
- ✓ PDF
- ✓ Stickers

Un ensemble complet de fonctionnalités et de contenus enrichis pour une expérience client agréable.

Votre profil Business

Créez votre page et fournissez des informations claires via votre profil Business. Choisissez bien votre photo et ajoutez votre adresse e-mail ainsi que votre site Web, les horaires d'ouverture et toute autre description qui peut vous sembler pertinente concernant votre entreprise. Vous obtiendrez la mention « Vérifié », ce qui renforcera la confiance de vos clients.

Pour les clients, cela rend la communication avec votre entreprise très facile. Mais pour rendre l'expérience client encore plus agréable et riche, et pour améliorer votre productivité et vos process, WhatsApp Business a ajouté d'excellentes fonctionnalités supplémentaires.



Messages automatisés.

Ne manquez plus jamais un message ! Les messages automatisés vous permettent de répondre à vos clients 24 h/24, 7 j/7, pour qu'ils ne se sentent jamais oubliés ou négligés. La création d'un message de bienvenue pour les nouveaux clients aide à promouvoir la bienveillance de votre marque, tout en incluant quelques informations sur votre entreprise. Vous pouvez également les utiliser pour notifier les clients du temps d'attente, leur envoyer des liens vers vos FAQ ou même leur proposer un rendez-vous.

Boutons interactifs.

Lorsqu'elles démarrent une conversation avec des clients via WhatsApp Business, les entreprises doivent utiliser des templates de messages approuvés par Facebook. Dans ces templates, vous pouvez ajouter et paramétrer des boutons, tels que des réponses rapides ou des calls to action. Les échanges avec les clients sont donc plus simples et plus rapides, et le parcours client devient plus fluide. L'utilisation de boutons interactifs permet de guider le flux de conversation et d'automatiser vos process internes au moyen de réponses prédéfinies.

Il existe deux types de boutons :

Calls to action (URL CTA)

Les boutons de call to action (CTA) se déclinent en trois options. En utilisant une URL statique, vous pouvez permettre l'accès direct à votre site Web en un seul clic. Vous pouvez également configurer le bouton avec une URL dynamique ; votre client sera alors redirigé vers une page personnalisée. Et pour finir, vous pouvez également les utiliser pour générer un appel vers un numéro de téléphone prédéfini.

Réponses rapides

Les boutons sous forme de réponses rapides peuvent être utilisés dans plusieurs cas, tels que les confirmations de réservation, la vérification de crédit restant sur un téléphone ou sur un compte en banque, les services de commande et bien plus. Cette option vous permet de créer jusqu'à trois boutons pour vos clients.

Bonjour, souhaitez-vous des informations sur une nouvelle commande ou sur une commande existante ?

Nouvelle

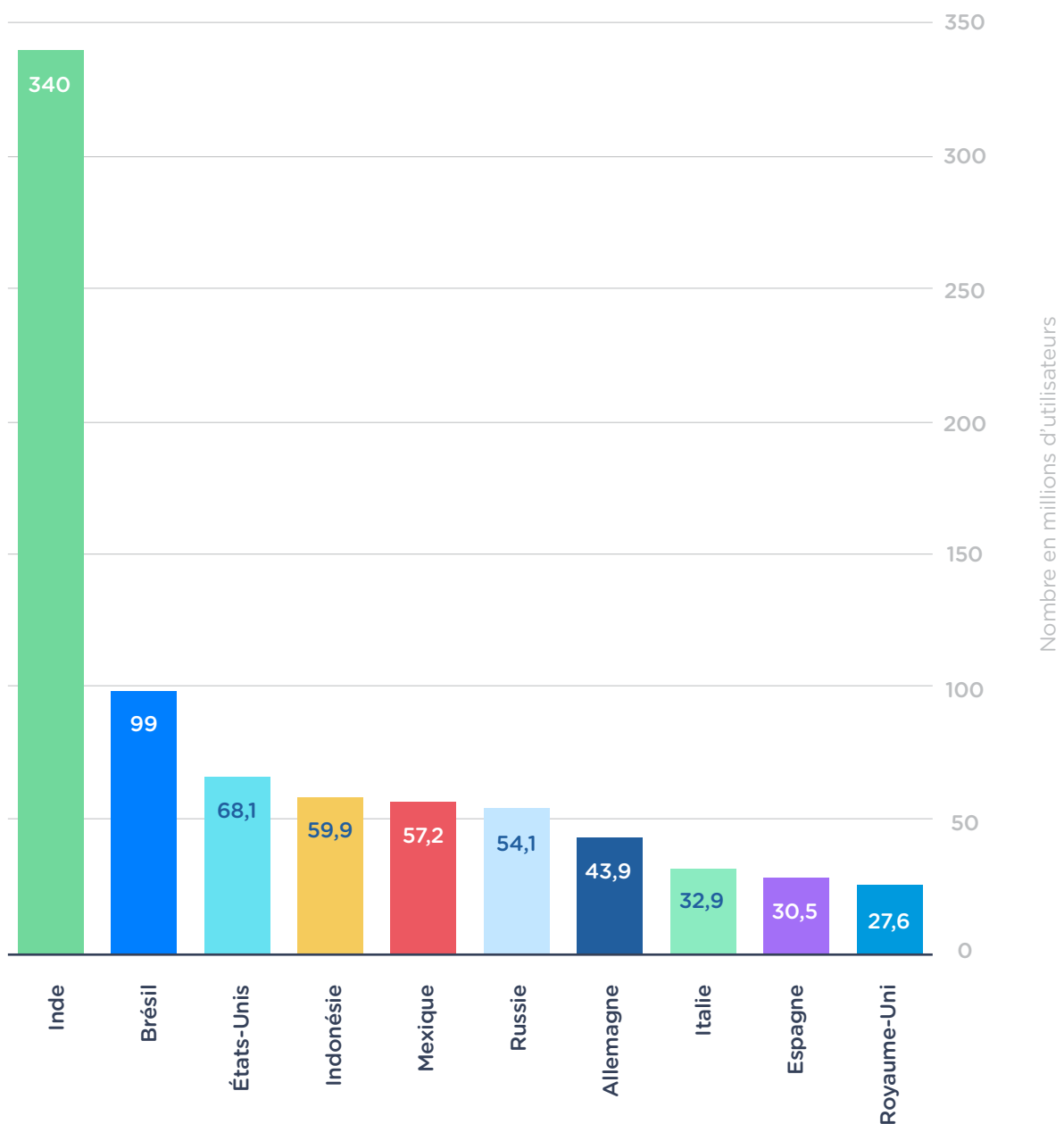
Existante

Portée de WhatsApp selon les pays.

WhatsApp est actuellement disponible dans plus de 180 pays à travers le monde⁷. C'est l'une des applications de messagerie les plus populaires en Amérique latine, EMEA et Asie du Sud-Est.

WhatsApp est aussi de loin le choix le plus populaire en Inde avec 340 millions d'utilisa-

teurs en 2019⁸. En France, WhatsApp compte actuellement 27 millions d'utilisateurs actifs chaque jour (source : Médiamétrie). Maintenant que vous savez que WhatsApp est très prisée sur votre marché, il est temps de réorganiser vos équipes de développement et de les aider à augmenter le taux d'acquisition et de fidélisation, ainsi que le chiffre d'affaires.



4. Quelle est la différence entre l'application WhatsApp Business et l'API.

Les entreprises qui souhaitent utiliser WhatsApp pour échanger avec leurs clients ont deux options : l'application WhatsApp Business ou l'API WhatsApp Business.

L'application WhatsApp Business est parfaite pour les petites entreprises. Mais dès que votre entreprise commence à s'étendre et à recevoir des volumes de messages plus élevés, l'application présente certains inconvénients et montre ses limites. **Si le volume de messages ne peut pas être géré par une seule personne, vous avez probablement besoin de [l'API WhatsApp Business](#).**

Avantages de l'application WhatsApp Business

- Il est très facile de se lancer : il suffit de télécharger l'application
- Vous pouvez envoyer des messages à n'importe quel contact à tout moment : Aucune limitation de messages
- Vous pouvez envoyer des programmes vidéo à vos contacts

Inconvénients de l'application WhatsApp Business

- Cette solution n'est pas évolutive : chaque compte ne peut être utilisé que par un seul terminal et un seul utilisateur
- Les messages automatisés, les messages de bienvenue et les réponses rapides sont limités
- Vous ne pouvez pas connecter l'application à votre ERP ou votre CRM

Avantages de l'API WhatsApp Business

- Connectez votre solution WhatsApp Business à vos ERP et CRM
- Nombre illimité d'utilisateurs et de terminaux
- Utile pour la messagerie automatisée, telle que les notifications et les alertes

Inconvénients de l'API WhatsApp Business

- La création d'un compte pour l'API WhatsApp Business requiert une approbation
- Les templates de messages requièrent une approbation au préalable de la part de WhatsApp et de votre fournisseur de solutions d'entreprise

Si vous êtes une entreprise moyenne ou grande, l'API WhatsApp Business est la meilleure solution pour vous.

Lancez-vous
dès maintenant

5. Comment utiliser WhatsApp Business.

Les sessions de messages de l'API WhatsApp.

Il existe deux types de messages permis sur l'API WhatsApp Business : les messages initiés par le client et les templates de messages initiés par l'entreprise.

WhatsApp établit des limitations, que l'on appelle les sessions de messages. Elles veillent à ce que l'expérience client soit satisfaisante, et que les entreprises respectent la confidentialité et répondent rapidement aux messages entrants. Une session démarre lorsqu'un utilisateur envoie un message à votre entreprise et elle vous donne un [délai de 24 heures pour y répondre](#). Une fois ce délai passé, les entreprises peuvent envoyer des templates de messages pour communiquer avec les clients qui ont un opt-in actif.



Templates de messages WhatsApp.

Les templates de messages de WhatsApp sont des modèles de messages pré-approuvés. Ils peuvent être envoyés en dehors ou pendant la session de 24 heures.

Ils peuvent être utilisés pour envoyer des notifications automatiques au sein de votre conversation WhatsApp. Si vous souhaitez communiquer avec votre client en dehors de ce délai de 24 heures, c'est-à-dire si vous souhaitez initier une conversation en envoyant une notification à un client opt-in, vous ne pouvez envoyer que ces templates de messages.

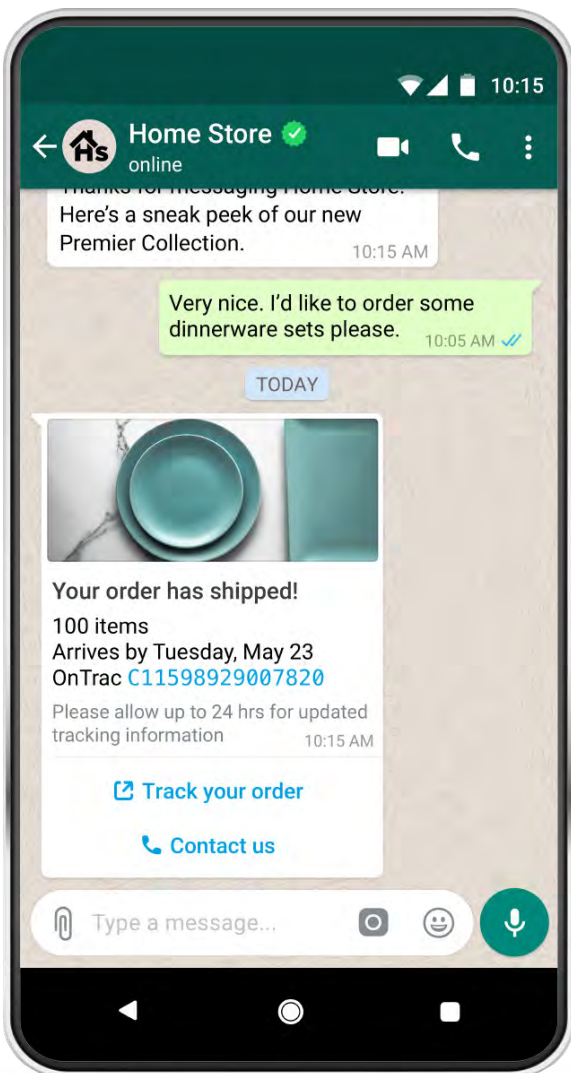
Quelques éléments à prendre en compte :

Les templates de messages ne sont pas aussi simples que l'envoi de messages durant une session. Chaque template de message de WhatsApp doit être soumis à votre fournisseur de solutions d'entreprise avant que vous ne puissiez l'utiliser et l'envoyer à vos contacts.

WhatsApp Business vous propose deux façons de communiquer avec vos clients : soit par des sessions de messages qu'ils initieront eux-mêmes pour vous poser une question, soit en envoyant aux clients opt-in [des templates de messages préalablement approuvés par WhatsApp](#).

Grâce à ces templates, vous pourrez :

- Recommander des produits à vos clients
- Leur communiquer des informations pertinentes (retour d'un produit en stock, alerte d'une baisse de prix sur un vol, ajout d'une nouvelle date pour un évènement...)
- Leur proposer des offres qui répondent à leurs besoins
- Leur envoyer des rappels de rendez-vous





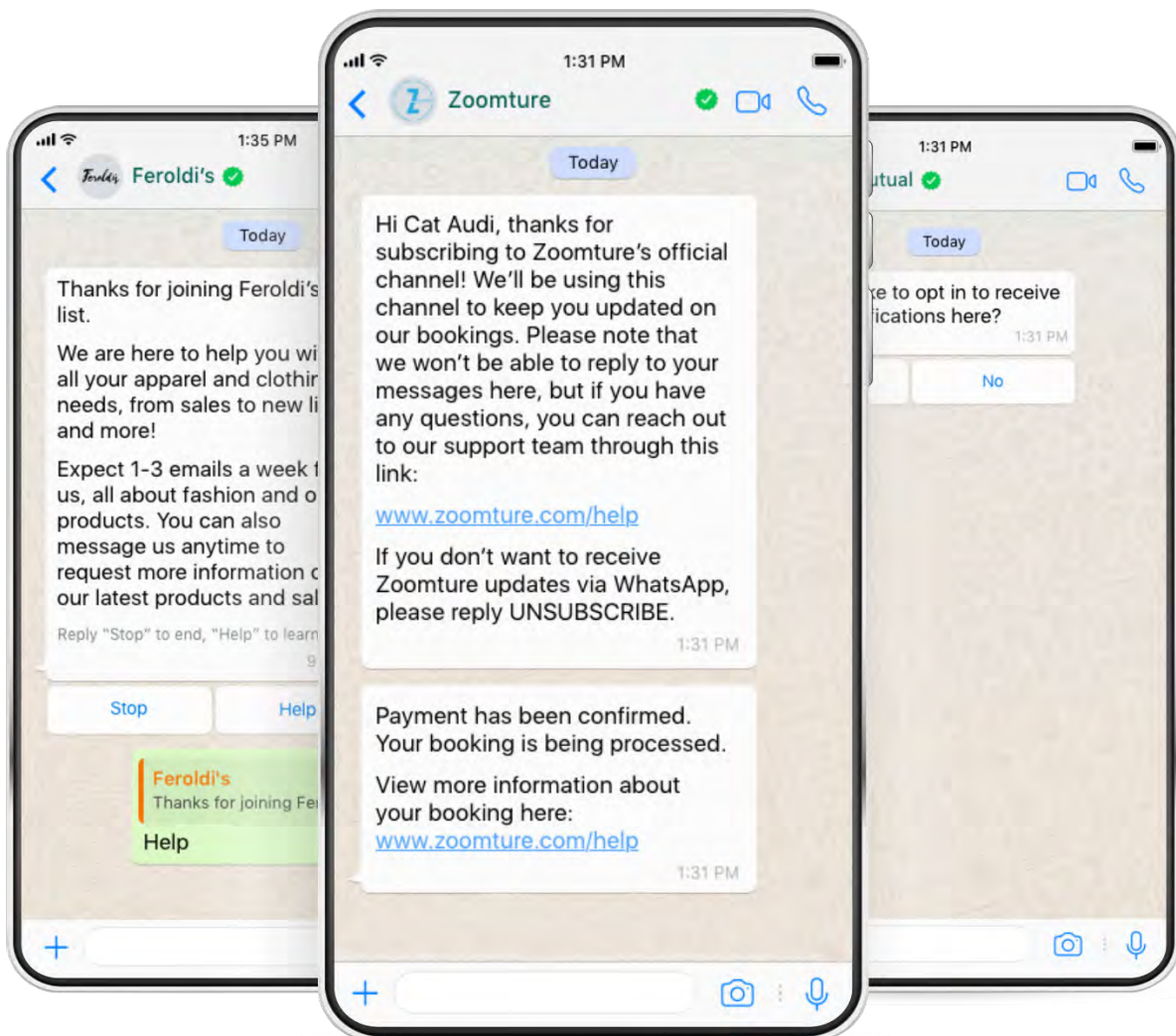
Pour obtenir un accès facile et rapide à l'API WhatsApp Business, vous devez travailler avec un fournisseur de solutions d'entreprise WhatsApp, tel que CM.com.

Ces fournisseurs sont exclusivement sélectionnés par WhatsApp pour offrir un accès direct à l'API de WhatsApp Business. Bien que l'API WhatsApp prenne en charge différents types de messages, les fonctionnalités exactes dont vous profiterez dépendront de votre fournisseur de solutions d'entreprise. Nous vous conseillons donc de vérifier auprès de votre fournisseur s'il prend en charge le type de message que vous souhaitez envoyer à vos clients.

Comment obtenir des opt-ins pour WhatsApp Business.

Pour tous les messages sortants de votre service client, vous devez confirmer le consentement de vos clients avant que vous ne puissiez leur envoyer des templates de messages. Les clients doivent d'abord vous donner leur consentement à recevoir des messages WhatsApp en confirmant activement leur opt-in. Ceci peut se faire via plusieurs canaux que vous utilisez déjà pour communiquer avec vos clients. Voici quelques exemples :

- Dans une conversation WhatsApp initiée par le client
- Sur votre site Web
- Via SMS
- Via un serveur vocal interactif (SVI)
- Lors d'un appel au service client
- En personne, en magasin par exemple
- Au cours d'une transaction
- Via Messenger
- Grâce à des publicités qui redirigent vers WhatsApp
- Par le biais d'un QR code



Les entreprises doivent indiquer clairement qu'une personne consent à recevoir des messages de leur part via WhatsApp, par exemple lorsque le client saisit son numéro de téléphone ou coche une case pour donner son consentement à utiliser son numéro de téléphone⁹. De plus, vous devez être en mesure d'informer le client de la portée de son consentement.

Alors, quels types de messages les clients vont-ils recevoir ? « Message WhatsApp » ne suffit pas, il convient de préciser le type de contenu que vous comptez partager. Vous devez bien évidemment faire attention aux lois en vigueur (pensez au RGPD en Europe).

1

Les entreprises doivent clairement indiquer que le client consent à recevoir des messages de leur part via WhatsApp.

2

Les entreprises doivent clairement afficher le nom de l'entreprise pour laquelle le consentement est donné.

3

Les entreprises doivent respecter et se conformer aux lois en vigueur.

6. Comment intégrer WhatsApp Business à votre parcours client.

Intégrez WhatsApp Business à vos flux pour compléter les parcours clients.

À chaque étape du parcours, les clients peuvent avoir besoin de vous contacter pour vous poser tous types de questions. WhatsApp peut vous aider à étendre votre portée et à faciliter la prise de contact avec votre entreprise. Mais cette croissance ne va-t-elle pas augmenter la pression sur les agents ? En vous connectant à WhatsApp Business, vous avez la promesse d'une solution qui vous fera gagner du temps.

Dans les étapes suivantes, vous allez découvrir comment utiliser la solution WhatsApp Business, augmenter le nombre de conversations, réduire la pression sur les agents et les frustrations lors du parcours d'achat.

1

Tracez les parcours clients et identifiez les points qui posent problème (pain points).

À quels types de questions pouvez-vous répondre avec WhatsApp Business ? Où se situent les points de friction dans votre parcours client ? Après avoir identifié ces problèmes et ces points de friction, vous pouvez réfléchir aux solutions pour les réduire.

2

Identifiez les principaux cas d'usage et les opportunités.

En réduisant les points de friction dans le parcours client, vous allez réduire vos coûts, augmenter votre revenu et l'efficacité du service client. Pour ce faire, vous devez maintenant identifier comment transformer ces problèmes en opportunités sous forme de cas d'usage.

3

Choisissez par où commencer.

Une fois que vous avez identifié les cas d'usage principaux, choisissez celui ou ceux avec le(s)quel(s) vous commencerez. L'idéal est de commencer par des cas d'usage à fort impact, qui peuvent être facilement mis en œuvre. Ensuite, réfléchissez à toutes les fonctionnalités et solutions proposées par WhatsApp Business qui vous aideront à mettre en place un parcours client plus agréable et qui permettront à vos agents de se concentrer sur les problèmes plus complexes.

Considération

Entretenez la relation, qualifiez les demandes d'informations et répondez-y avec attention.

Achat

Encouragez vos clients à acheter.

Support

Répondez aux demandes d'assistance concernant les produits ou services.

Problèmes des clients (pain points)

Aucune information sur les prix

Difficulté à comparer

Chat non disponible ou impossibilité de trouver de l'aide

Demandes concernant les produits

Manque de clarté dans les informations

Problèmes de paiement

Difficulté à trouver le bon article

Difficulté à localiser la boutique

Aucune information sur la livraison

Article non conforme aux attentes

Retour ou remboursement

Aucun canal disponible pour les commentaires des clients

Aucun conseil disponible

Aucun réengagement

Cas d'usage et opportunités

Éclaircir les informations

Obtenir un prix

Obtenir des conseils

Répondre aux demandes

Passer une commande

Suivi de la livraison

Partager des documents

Informations sur la boutique

Effectuer des changements

Livraison des commandes

Retour et remboursement

Aide en live

Commencer par

Obtenir des prix

Répondre aux demandes

Passer une commande

Informations sur la boutique

Retour et remboursement

Livraison des commandes

Quelques faits.

Les avantages de l'API WhatsApp Business.

- ✓ Envoyez des notifications utiles et offrez un service client supérieur grâce à l'API WhatsApp Business
- ✓ Redirigez vos clients vers un agent pour une conversation impactante
- ✓ Automatisez le support client et gérez davantage de demandes grâce à des chatbots
- ✓ Offrez une expérience client omnicanale
- ✓ Traitez les demandes, commandes et paiements en temps réel

Automatisation.

Pour mieux gérer vos messages entrants, il est essentiel de penser à l'automatisation de certains flux. Vous pourrez ainsi automatiser vos process internes plus facilement et fournir davantage de support à votre équipe. Vous pouvez utiliser des fonctionnalités natives de l'API WhatsApp Business, telles que les templates interactifs avec des boutons qui vous donnent des réponses prédéfinies. Mais vous pouvez également utiliser un chatbot qui commencera les échanges avec vos clients.

Chatbot.

En ajoutant un chatbot à votre messagerie WhatsApp Business, vous serez en mesure de mieux gérer les questions récurrentes, avec un transfert intelligent lorsque nécessaire, pour permettre à vos agents de prendre le relai pour les problèmes les plus complexes. Lorsque vous utilisez un chatbot, vous devez toujours avoir la possibilité de transférer un message vers un agent.

Lorsque vous voulez automatiser des conversations dites « fermées », c'est-à-dire lorsque les options ou les réponses prédéfinies guident votre client dans son parcours, choisissez un [chatbot scripté](#). Lorsque vous avez besoin d'automatiser des conversations entières, utilisez un chatbot alimenté par IA (tel que la solution [Conversational AI Cloud](#)).

Chatbot scripté

Conversation fermée

Chatbot IA

Automatisation de conversations entières

Live Chat	✓	✓
Intégration dans un site Web	✓	✓
Intégration dans une application	✓	✓
Intégration dans les canaux conversationnels	✓	✓
Aucune ligne de code nécessaire	✓	✓
Équipe de support	✓	✓
Interlocuteur dédié		✓
Interface glisser-déposer sans ligne de code		✓
Transfert fluide vers les agents		✓
Intelligence artificielle		✓
Gestion de la connaissance		✓

7. Comment encourager les clients à utiliser WhatsApp Business.

Les entreprises veulent que les clients puissent les contacter, et vice-versa, les clients veulent pouvoir contacter les entreprises. Si vous proposez un service client de qualité, vous allez naturellement créer de la traction. Mais il est également crucial de faciliter l'accès à votre canal WhatsApp.

Avec un taux d'engagement de plus de 70 %, WhatsApp Business est un canal d'une valeur inestimable pour établir des relations avec les clients.

Mais comment s'assurer que les clients savent que votre entreprise est disponible sur ce canal de messagerie ? Et comment générer une audience sur WhatsApp Business et optimiser l'expérience client ?

Définissez une stratégie claire : commencez par un objectif et sélectionnez un cas d'usage.

Premièrement, les entreprises doivent identifier leurs objectifs vis-à-vis de leur service client. Alors, quel est votre cas d'usage pour WhatsApp ? Tout au long du parcours client, WhatsApp peut servir à accroître les taux de conversion, améliorer la satisfaction des clients, optimiser les flux opérationnels et bien plus encore. WhatsApp ne sert donc pas simplement à aider les équipes de service client à résoudre des problèmes. Réfléchir aux types de messages entrants, ainsi que la manière de promouvoir activement l'utilisation de WhatsApp, vous aidera à augmenter les ventes et la visibilité. Nous avons recueilli des idées pour vous permettre de commencer !

Messages et communication avec vos clients.

- Aidez vos clients avec des réponses personnalisées dans des délais satisfaisants.
- Offrez du contenu exclusif sur WhatsApp.

Points d'entrée organiques.

Promouvoir le compte WhatsApp de votre entreprise à travers plusieurs points d'entrée permet aux clients de découvrir ce nouveau canal et de l'adopter. Voici de potentiels points d'entrée organiques :

- Ajoutez les accès à WhatsApp dans votre boutique en ligne ou sur la page « Contactez-nous » : numéro WhatsApp, lien, et/ou QR code.
- Ajoutez un lien rapide vers WhatsApp sur votre site Web ou les réseaux sociaux. Après avoir cliqué dessus, une fenêtre de chat s'ouvre.
- Créez un post sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter) pour informer tout le monde de votre présence sur WhatsApp Business.
- Associez des QR codes au formulaire d'opt-in pour les notifications.
- Demandez aux clients leur consentement pour recevoir des notifications de suivi de commande en partageant un lien dans votre e-mail de confirmation de commande.
- Ajoutez des QR codes pour votre canal WhatsApp sur vos reçus.
- Offrez des réductions sur les futurs achats lorsque le client consent à recevoir des notifications.
- Affichez le logo WhatsApp sur votre site Web pour rediriger les clients qui ont besoin d'aide vers ce canal : pensez à la rubrique « Contactez-nous » ainsi qu'aux pages de navigation, par exemple.

Je souhaite changer mon abonnement.

Ok. Regardons cela ensemble.
De quel abonnement disposez-vous ?



Points d'entrée payants.

Vous pouvez également promouvoir votre canal WhatsApp via des points d'entrée payants.

Voici des points d'entrée payants potentiels :

- Publicités qui redirigent vers WhatsApp sur Facebook ou Instagram.
- Articles dans la presse : informez tout le monde que vous êtes désormais sur WhatsApp Business.
- Panneau publicitaire : placez un QR code sur un panneau publicitaire.
- Packaging : placez un QR code sur des emballages.



8. Comment utiliser WhatsApp Business selon votre secteur d'activité.

Vous vous demandez comment un secteur ou une industrie spécifique peut bénéficier de WhatsApp Business ? Nous avons dressé une liste des cas d'usage dans plusieurs secteurs pour vous aider à faire les premiers pas.

Industrie	Notifications	Service client
Voyage et hôtellerie	<i>Infos voyages :</i> changements de vol, surclassement. <i>Confirmations d'achat :</i> carte d'embarquement, réservation d'hôtel	Sélection de siège, modification de billets
Commerce / E-commerce	Confirmation d'achat ou suivi : reçus des commandes, notifications de livraison	Demandes de retours ou de remboursement, suivi lié aux commandes, disponibilité des produits
Services financiers	<i>Infos en temps réel :</i> transac- tions suspectes, frais prélevés, atteinte du plafond de crédit, authentification à deux fac- teurs (2FA) <i>Informations liées au compte :</i> transactions bancaires, rap- pels de rendez-vous, modifi- cations des CGU	Demandes concernant les soldes de prêt, les plafonds de crédit, les cartes bancaires perdues, les comptes
Télécommunications	Informations sur les contrats, problèmes de paiement, authentification à deux facteurs (2FA)	Modifications d'abonnement Modifications de commande Solde du compte
Logistique	Notifications de livraison, reçus	Planning de livraison

Cas d'usage inspirants.

Suivi et notifications

Envoyez des notifications à vos clients avec les infos de suivi de commande et de livraison, des rappels d'informations liés au paiement, et bien plus encore.

Personnalisation

Remettez votre service client en contexte en créant de vrais moments d'échange personnalisés et en utilisant des contenus enrichis.

Agents du support client

Aidez les agents à résoudre des problèmes plus rapidement et à réduire la durée de vie moyenne des demandes de support.

Communications entrantes

Ajoutez des chatbots, partagez des liens et des ressources média pour améliorer la qualification des communications entrantes.

Commentaires des clients

Lorsque vous notifiez les clients sur le statut de leur livraison, vous pouvez solliciter des commentaires en utilisant un questionnaire directement dans la conversation WhatsApp.

Accessibilité

WhatsApp permet d'obtenir des taux d'ouverture élevés. De la même manière, derrière son écran, le client a juste à cliquer sur un seul bouton de votre site Web pour être redirigé vers un chat WhatsApp.

Marketing

Utilisez différents points d'entrée pour les conversations WhatsApp et augmentez les taux de réponse.

Chatbot RH

Les chatbots RH peuvent minimiser de manière significative le temps passé sur les appels en vue de préparer des entretiens (qualification, prise de RDV...).

Réduction des coûts liés au support

Réduisez les coûts et les délais d'attente en redirigeant les appels des clients vers WhatsApp.


Disponibilité du service

L'application est très pertinente pour les entreprises de services. Lorsque les clients contactent les entreprises via un formulaire sur le site Web et qu'il n'est pas possible de les joindre, les entreprises peuvent envoyer un rappel par SMS les invitant à discuter sur WhatsApp.

Service client

Avec un compte WhatsApp Business, les entreprises peuvent configurer des réponses rapides, afficher les horaires d'ouverture, leur adresse ou encore un lien vers leur site Web. Communiquez avec du contenu enrichi, tel que des images, des vidéos, des localisations et autres.

Si vos clients ne sont pas prêts à effectuer des achats, ils peuvent tout simplement vous contacter pour obtenir les informations et l'aide dont ils ont besoin.



5 milliards
de personnes
utilisent des
téléphones
mobiles.¹⁰

76 %

des consommateurs à travers le
monde affirment qu'ils passent
plus de temps sur leur smartphone
depuis le début de l'année 2020¹¹.

9. Choisir un fournisseur de solutions d'entreprise fiable pour l'API WhatsApp Business.

Les moyennes et grandes entreprises souhaitant se connecter à WhatsApp Business intégreront l'API WhatsApp Business à leurs logiciels, leurs applications ou leurs solutions professionnelles. Elles peuvent le faire en établissant un partenariat avec un fournisseur de solutions d'entreprise, tel que CM.com. Ceci comporte quelques avantages évidents.

CM.com s'occupe de l'hébergement et de la maintenance, met à jour les process au nom de l'entreprise et fournit aux entreprises des solutions sur mesure. Pour l'entreprise, utiliser un fournisseur comme CM.com permet d'éliminer des frais généraux et de réduire drastiquement les ressources de développement. Vous pouvez donc déployer et faire évoluer votre solution rapidement tout en vous appuyant sur l'infrastructure et les solutions d'un partenaire solide. Lorsque vous établissez un partenariat avec CM.com, nous vous assurons un accès à une solution riche en fonctionnalités, évolutive et conforme au RGPD. Engagez la conversation sur WhatsApp Business et fournissez une expérience client de haut niveau sur ce célèbre canal de messagerie.

L'onboarding en 5 étapes.

Inscrivez-vous et créez votre compte sur CM.com.
Demandez l'activation de l'API WhatsApp Business dans l'application Channels de CM.com.

1

Fournissez des informations

Fournissez toutes les informations nécessaires dans l'application Channels au sujet de votre compte Facebook

2

Nous envoyons la demande

Nous envoyons la demande de création d'un compte WhatsApp Business à votre nom auprès de Facebook

3

Approuvez

Vous autorisez CM.com en tant que fournisseur à envoyer des messages en votre nom via l'API WhatsApp Business et à vérifier votre compte Facebook

4

Validez votre nom

Votre nom d'utilisateur WhatsApp est envoyé à Facebook pour approbation. Vérifiez les guidelines de Facebook concernant les noms d'utilisateur

5

Vérifiez

Vérifiez votre numéro WhatsApp avec un OTP (mot de passe à usage unique)



CM.com vous offre de multiples solutions qui s'adaptent à vos besoins.

Vous pouvez choisir de connecter directement vos applications, logiciels ou processus à l'API WhatsApp Business via notre API Business Messaging, fiable et unique. Si vous souhaitez ajouter d'autres canaux à votre portefeuille, tels que les SMS, Facebook Messenger ou Apple Business Chat, **vous pouvez utiliser la même API.**

C'est très facile et les entreprises peuvent l'utiliser en un rien de temps ! Vous voulez tester ? Nous avons ce qu'il vous faut ! Il vous suffit de créer un compte et de le tester avec notre Sandbox WhatsApp.

[Démarrer le test maintenant](#)

Améliorez votre expérience client.

Vous préférez une solution sans aucun développement technique ?

Sélectionnez l'une de nos solutions Cloud et améliorez votre expérience client.



Mobile Service Cloud

Une solution tout-en-un qui comporte tout ce dont vous avez besoin pour offrir une expérience client performante et fluide, à tout moment et sur n'importe quel canal. Interagissez avec vos clients à travers leurs canaux préférés via une boîte de réception omnicanale et automatisez vos conversations avec un chatbot.

- ✓ Communiquez sur tous les canaux
- ✓ Collaborez avec les différentes équipes internes ou externes
- ✓ Intégrez la solution à votre ERP, CRM ou CDP
- ✓ Automatisez les conversations avec un chatbot



Mobile Marketing Cloud

La seule solution d'engagement client multicanale qui inclut tous les canaux de messagerie mobile, tels que les SMS et WhatsApp. Elle ouvre la porte aux marketeurs pour créer des expériences supérieures qui augmentent l'engagement et la conversion.

- ✓ Libérez vos données clients avec notre Customer Data Platform
- ✓ Créez des segments intelligents en temps réel
- ✓ Créez des campagnes de marketing omnicanales avec des outils intégrés
- ✓ Automatisez les parcours clients avec des flux automatiques

Références.

- 1 Businessofapps.com**
WhatsApp Revenue and Usage Statistics (2020) (Revenus et statistiques d'utilisation de WhatsApp 2020)
<https://www.businessofapps.com/data/whatsapp-statistics>
- 2 Oberlo.com**
10 WhatsApp Statistics Every Marketer Should Know in 2021 (10 statistiques WhatsApp que tous les professionnels du marketing devraient connaître en 2021)
<https://www.oberlo.com/blog/whatsapp-statistics>
- 3 Pymnts.com**
WhatsApp Business Has More Than 5M Users (WhatsApp Business a plus de 5 millions d'utilisateurs)
<https://www.pymnts.com/mobile-applications/2019/whatsapp-business-messaging-app-users>
- 4 WhatsApp.com**
New Ways to Reach a Business on WhatsApp (Nouvelles façon de communiquer avec les entreprises sur WhatsApp)
<https://blog.whatsapp.com/new-ways-to-reach-a-business-on-whatsapp>
- 5 Pwc.com**
Consumer Intelligence Series Customer Experience (Série de renseignement sur les consommateurs : l'expérience client)
<https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/publications/consumer-intelligence-series/pwc-consumer-intelligence-series-customer-experience.pdf>
- 6 Epsilon.com**
New Epsilon research indicates 80% of consumers are more likely to make a purchase when brands offer personalized experiences (Une nouvelle enquête Epsilon révèle que 80 % des consommateurs sont plus susceptibles d'effectuer un achat lorsque les marques leur offrent des expériences personnalisées)
<https://www.epsilon.com/us/about-us/pressroom/new-epsilon-research-indicates-80-of-consumers-are-more-likely-to-make-a-purchase-when-brands-offer-personalized-experiences>
- 7 WhatsApp.com**
À propos de WhatsApp
<https://www.whatsapp.com/about>
- 8 Statista.com**
Leading countries based on number of WhatsApp users in 2019 (Pays en tête du nombre d'utilisateurs WhatsApp en 2019)
<https://www.statista.com/statistics/289778/countries-with-the-most-facebook-users>
- 9 WhatsApp.com**
Politique d'utilisation de WhatsApp
<https://www.whatsapp.com/legal/business-policy>
- 10 GSMA.com**
The Mobile Economy 2020 (L'économie du mobile en 2020)
https://www.gsma.com/mobileeconomy/wp-content/uploads/2020/03/GSMA_MobileEconomy2020_Global.pdf
- 11 Warc.com**
Global Web Index Coronavirus Research, wave 2 April 2020 (Index Web Global de recherche sur la Covid, vague 2, avril 2020)
<https://www.warc.com/content/paywall/article/globalwebindex-coronavirus-research-wave-four-media-consumption-and-sport/132220>



CM.com est un leader mondial dans le domaine des logiciels cloud pour le commerce conversationnel qui permet aux entreprises d'offrir une expérience client supérieure. Notre plateforme de communications et de paiements aide les équipes marketing, les équipes commerciales ou encore le service client à automatiser les interactions avec les clients à travers plusieurs canaux mobiles, et offre des capacités de paiement fluides qui stimulent les ventes, attirent les clients et améliorent la satisfaction.

© CM.com 2021