



Guida introduttiva a WhatsApp Business Platform





Disponibile in oltre 180 paesi e in più di 60 lingue, WhatsApp è la piattaforma di messaggistica più famosa al mondo. Utilizzando WhatsApp Business Platform con i tuoi clienti, puoi instaurare conversazioni più ricche, piacevoli e personalizzate. E grazie alle funzionalità aggiuntive come i pulsanti, le immagini, i video e le risposte rapide suggerite dal sistema, le conversazioni con i tuoi clienti possono assumere modalità coinvolgenti e naturali.

Se hai scelto di aggiungere WhatsApp Business Platform al tuo kit di strumenti di comunicazione, stai facendo grandi passi avanti verso quella “esperienza conversazionale” che i tuoi clienti vogliono.

Questa guida spiega le basi di WhatsApp Business Platform, affinché tu possa facilmente e velocemente cominciare ad utilizzarla.



Indice

| | |
|---|----|
| Funzioni principali | 04 |
| Invio di media e file | 05 |
| Template approvati | 06 |
| Utilizzare la chat o le API Rich Content? | 07 |
| Casi d'uso | 08 |
| Le pratiche migliori | 09 |
| Gli opt-in e gli opt-out | 12 |
| Creare un'esperienza di opt-in di alta qualità | 13 |
| Official Business Account | 14 |
| Valutazione della qualità e limiti di messaggi | 15 |
| Come migliorare il tuo punteggio di qualità | 17 |



Funzioni principali

**Ecco alcune delle funzionalità di WhatsApp Business Platform che offriamo.
Ti preghiamo di notare che questa lista non è completa - contattaci per saperne di più!**

- **Profilo Aziendale** – nome del brand, logo e descrizione
- L'opportunità di diventare un **Official Business Account (OBA)** – ottenendo lo stato OBA, avrai la “spunta verde” accanto al tuo nome nella lista dei contatti
- La possibilità di inviare messaggi di testo e **messaggi rich**
- La possibilità di inviare **media** (ad es. immagini, video e documenti)
- Accesso ai **template per i messaggi** – di testo, interattivi o con pulsanti call-to.action
- **Funzioni di reportistica** come stato di consegna, conferme di lettura e percentuali di click

Invio di media e file

I seguenti tipi di media e file sono supportati dal client WhatsApp:

File e media **in uscita**, inviati attraverso la nostra piattaforma Studio, intuitiva e ricca di funzionalità, via template o come allegati in Chat:

- MP4
- PNG
- JPEG
- PDF

File e media **in entrata**, accessibili tramite Chat o API:

- MP4
- MP3
- PNG
- JPEG
- PDF

Template approvati

La “sessione di chat” di WhatsApp è stata progettata in modo tale che, se una conversazione non è stata cominciata da un utente esterno, il primo messaggio inviato dall’azienda debba essere approvato da WhatsApp stesso, per accertarsi che non si tratti di spam. Al di fuori di una sessione di chat, WhatsApp autorizza solo messaggi con template approvati.

Una volta ricevuto un messaggio da un tuo utente, avrai 24 ore di tempo per scambiare qualsiasi tipo di messaggio (testo, media, file ecc.).

I template ufficiali per i messaggi dovrebbero essere realizzati in modo tale da invogliare una conversazione a due vie, o da costituire rilevanti notifiche transazionali. In altre parole, non dovrebbero essere percepiti come spam.

Esempio: “La tua spedizione arriverà domani alle [orario]. Ti preghiamo di rispondere se non potrai essere presente per ricevere la consegna.”



Utilizzare la chat o le API Rich Content?

Imposta un template per proseguire nella conversazione. Questo ti permetterà di non avere problemi nel caso in cui la conversazione dovesse andare “fuori sessione”. Se per esempio ricevi un messaggio il venerdì sera ma non sei in grado di rispondere fino a lunedì mattina, oppure non hai ricevuto risposta nelle ultime 24 ore, ti suggeriamo di avere pronti messaggi di questo tipo:

“Ciao! Non abbiamo ricevuto risposta
nelle ultime 24 ore. Vuoi proseguire nella
conversazione?”

oppure

“Grazie per la tua richiesta. Potremmo non
essere in grado di risponderti nel weekend.
Saresti disponibile a conversare ora? In
alternativa, facci sapere quando potrebbe
essere un buon momento per te.”



Casi d'uso

Assistenza Clienti

Crea connessioni rapide – anzi, istantanee – con i tuoi clienti per esperienze più positive.

Esempi:

- ▶ Aggiornamenti dell'account
- ▶ Domande sugli ordini
- ▶ FAQ
- ▶ Aggiornamenti sulle condizioni di contratto/policy

Avvisi

Il sistema integrato di notifiche di consegna e di lettura di WhatsApp può darti la certezza che i tuoi messaggi importanti siano stati ricevuti.

Esempi:

- ▶ Aggiornamenti sul viaggio
- ▶ Chiusure eccezionali di punti vendita
- ▶ Violazioni della sicurezza
- ▶ Aggiornamenti dell'account

Notifiche avanzate

Invia promemoria via WhatsApp Business Platform ai tuoi clienti per tenerli aggiornati e aiutarli a ricordare appuntamenti importanti.

Esempi:

- ▶ Conferma dell'ordine
- ▶ Aggiornamenti sulla consegna
- ▶ Promemoria appuntamenti
- ▶ Interruzioni di servizio

Campagne di marketing

Utilizza WhatsApp Business Platform assieme alle email per inviare contenuti accattivanti e far crescere le percentuali di conversione.

Esempi:

- ▶ Vendite promozionali
- ▶ Lanci di prodotto
- ▶ Up-selling
- ▶ Traffico verso il tuo sito web



Le pratiche migliori

Con WhatsApp Business Platform puoi avere conversazioni più amichevoli e costruire legami più forti con i tuoi clienti. Prima d'inviare il primo messaggio, eccoti alcuni consigli per far sì che le tue conversazioni siano positive e coinvolgenti.

1. Personalizza i messaggi

Oggi i clienti sono alla ricerca di interazioni di alta qualità con le aziende. Non desiderano solamente che le imprese li ascoltino e soddisfino le loro esigenze, ma vogliono anche sentirsi speciali. Personalizza quindi i tuoi messaggi, rivolgendoti al cliente per nome o creando offerte in base ai suoi specifici bisogni, alle pagine che ha visitato o ai suoi acquisti precedenti.

Consiglio: puoi inviare messaggi personalizzati in maniera massiva, ma anche singolarmente. Utilizza i campi variabili per aumentare il livello di personalizzazione, per es. il nome proprio, il compleanno o i colori preferiti.



2. Adotta una strategia di opt-in e opt-out

La politica opt-in di Meta stabilisce che le imprese devono ottenere un'autorizzazione "opt-in" dall'utente prima di poter inviare comunicazioni. Che sia via SMS o tramite un modulo sul tuo sito web, il tuo opt-in deve indicare chiaramente che l'utente ha deciso di ricevere messaggi dalla tua azienda tramite WhatsApp.

Allo stesso modo si deve anche avere una chiara politica per l'"opt-out", nel caso in cui i clienti vogliano smettere, in parte o del tutto, di ricevere messaggi.



3. Crea conversazioni coinvolgenti

Crea un'esperienza personalizzata e memorabile per i tuoi clienti, intrattenendo con loro conversazioni a due vie. Ciò contribuirà a creare fiducia e a sviluppare relazioni più profonde, poiché i clienti potranno interagire con voi nello stesso modo in cui interagiscono con i loro amici e familiari.

Il futuro della comunicazione con i clienti è il Conversational Messaging.

Leggi i vantaggi [qui](#).

4. Adotta una strategia multicanale

Puoi massimizzare i tuoi sforzi di marketing e commerciali se utilizzi WhatsApp Business Platform insieme agli altri canali già esistenti. Se per esempio hai una vendita stagionale imminente, puoi informare i tuoi clienti tramite email, SMS e WhatsApp. Puoi anche combinarlo con i tuoi canali offline, come ad esempio la cartellonistica in punto vendita.

Tutto ciò ti permetterà di estendere la tua visibilità e di aumentare le probabilità di entrare in contatto con potenziali clienti che non riusciresti a raggiungere in nessun altro modo.

Consiglio: adatta le modalità di invio dei tuoi messaggi (per esempio l'ora e la frequenza d'invio) in base al canale. Tenuto conto che i canali come gli SMS e WhatsApp sono più personali rispetto alle email, evita l'invio di notifiche in orari inappropriati o troppo frequentemente.

5. Evita di inviare troppi messaggi

L'invio di troppi messaggi può influenzare il punteggio di qualità WhatsApp del tuo business. Questo punteggio indica quanto i tuoi clienti sono più o meno contenti.

Prova a mandare messaggi via WhatsApp 1-2 volte a settimana e dai priorità a ciò che scegli d'inviare. Ad esempio, i promemoria per appuntamenti, gli aggiornamenti sulle consegne o le segnalazioni di attività promozionali sono comunicazioni perfette per WhatsApp. Sarebbe invece più opportuno che i riepiloghi dei contenuti quotidiani o settimanali fossero inviati tramite mail (a meno che i clienti non abbiano dato specifico consenso a riceverli via WhatsApp).

6. Invia messaggi in momenti inopportuni

Oltre alle preferenze opt-in, tieni sempre a mente fattori extra come gli orari lavorativi e i fusi orari. I tuoi clienti non apprezzeranno di essere svegliati alle 3 del mattino per un promemoria su un'imminente vendita lampo.

Ci sono anche paesi che vietano l'invio di messaggi a determinate ore (come l'Arabia Saudita, dove i messaggi promozionali possono essere inviati solo tra le 8:00 e le 21:00). Siate consapevoli di questo per evitare indesiderate conseguenze legali.

7. Incoraggia i feedback

Utilizza le conversazioni per ricevere feedback e capire attivamente come migliorare. Non solo ti aiuterà a perfezionare i tuoi prodotti e i tuoi servizi, ma dimostrerà che tieni ai tuoi clienti e alle loro esperienze.

Con un tasso di apertura del 99%, WhatsApp è un ottimo mezzo per inviare sondaggi ai clienti.

8. Incorpora WhatsApp Business Platform nella tua strategia di marketing

Per aumentare le probabilità di successo, utilizza WhatsApp Business Platform insieme agli altri canali di comunicazione, dalla live chat alle email, dal telefono ai social media.

In questo modo massimizzi le possibilità di contatto, consenti al cliente di scegliere il suo canale preferito e ti assicuri che l'esperienza di brand sia coerente su tutte le piattaforme.

Opt-in & Opt-out

Prima d'inviare un messaggio su WhatsApp, devi ottenere il permesso "opt-in" del destinatario.

Assicurati che la tua policy di opt-in:

- indichi che l'utente dia il consenso di ricevere messaggi da parte della tua azienda via WhatsApp**
- indichi il nome dell'azienda da cui il cliente sta consentendo di ricevere messaggi;**
- sia conforme alle leggi in vigore**

Ecco alcuni modi in cui richiedere l'opt-in:

1. **SMS** — Richiedi l'opt-in tramite SMS;
2. **Sito Web** — Fai compilare un modulo opt-in inserendolo sul tuo sito, in home page oppure su una landing page specifica o in uno step del processo d'acquisto;
3. **Conversazione WhatsApp** — Richiedi l'opt-in durante una chat avviata dall'utente;
4. **Telefono** — Crea una risposta vocale interattiva;
5. **Telefonata Persa** — Manda un messaggio di opt-in a chiunque abbia chiamato l'azienda senza aver ricevuto risposta;
6. **Su carta/Di persona** — chiedi ai clienti di firmare un documento per l'opt-in cartaceo.

Creare un'esperienza di opt-in di alta qualità

È importante agevolare conversazioni di alta qualità tra le persone e le aziende. Le persone possono segnalare e addirittura bloccare le aziende causando un impatto negativo sul loro punteggio di qualità.

Se si scende anche di un solo livello, il numero di messaggi che si possono inviare quotidianamente viene significativamente ridotto.

Meta può monitorare le procedure di opt-in delle aziende, compresa la verifica dei feedback degli utenti, per segnalare eventuali violazioni della policy e attivare ulteriori controlli nel tempo.

Ecco alcuni suggerimenti per fornire un'esperienza di opt-in di alta qualità:

- **Assicurati che gli utenti si aspettino i messaggi che ricevono.** Puoi fare ciò se l'opt-in copre tutti i vari tipi di messaggio che potresti inviare (ad es. aggiornamenti sull'ordine o offerte sui prodotti). In alternativa, potresti creare opt-in separati per ciascuna categoria di messaggio. Questo aiuterà a ridurre il rischio che gli utenti blocchino la tua azienda perché hanno ricevuto messaggi indesiderati.
- **Offri istruzioni chiare e trasparenti** su come le persone possano fare opt-out per non ricevere specifici tipi di messaggi.
- **Assicurati che le procedure di opt-in e opt-out siano chiare e intuitive.**
- **Comunica chiaramente il valore** del ricevere queste informazioni su WhatsApp.
- **Rispetta tutte le richieste** fatte da una persona di blocco o opt-out per le tue comunicazioni su WhatsApp. Sia che la richiesta venga effettuata dentro o al di fuori di WhatsApp, devi aggiornare le sue preferenze di opt-in e/o rimuovere quella persona dalla lista dei contatti.

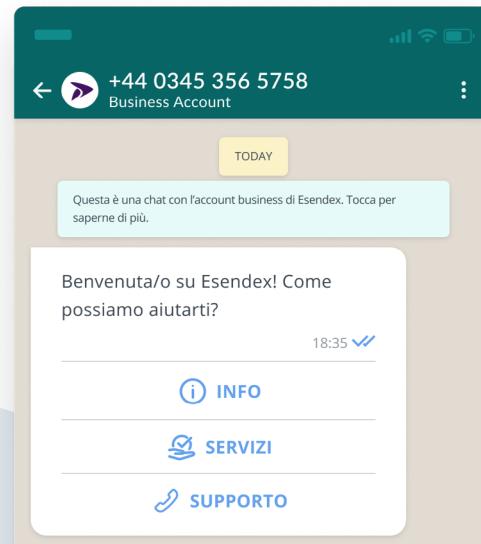
Official Business Account



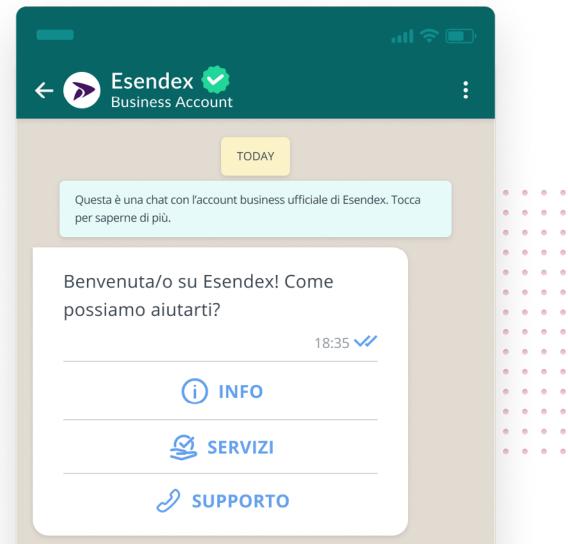
Per gli utenti è semplice distinguere su WhatsApp un account personale da un account business. Se sei un'azienda, il tuo profilo avrà una delle seguenti etichette:

- **Account Business** — questo è lo stato predefinito per qualsiasi azienda che ha un account su WhatsApp Business.
- **Official Business Account (OBA)** — un OBA ha una spunta verde nel suo profilo e accanto al nome in alto nelle chat. Questo simbolo significa che Meta ha appurato che l'account appartiene ad un marchio noto e autentico. Tra i fattori che incidono sulla valutazione ci sono la reputazione e la presenza sul mercato.

Account Business



Official Business Account



Valutazione della qualità e limiti di messaggi

Ci sono tre livelli di qualità, che puoi trovare nella tab Numeri di telefono nel WhatsApp Business Manager della tua azienda.

I livelli di qualità sono:

- **Alto** – verde
- **Medio** – giallo
- **Basso** – rosso

La qualità del tuo numero di telefono viene stabilita in base a come i messaggi sono stati recepiti dai tuoi destinatari negli ultimi 7 giorni, e viene determinata da una combinazione di segnali di qualità provenienti dalle conversazioni tra aziende e utenti. Alcuni esempi sono i feedback degli utenti come i blocchi, le segnalazioni e i motivi che forniscono quando bloccano un'azienda.

Se ottieni una “bassa qualità” ti arriverà un'email e una notifica nel Business Manager. Il tuo stato WhatsApp risulterà come “segnalato” o “limitato” e influirà sulla tua capacità di inviare messaggi.

- **Segnalato (“Flagged”)** – questo succede quando il livello di qualità del tuo account è Basso. In questa fase non sarai in grado di migliorare i limiti dei messaggi. Se entro 7 giorni dall'inizio dello stato Segnalato il tuo account diventa giallo (qualità media) o verde (qualità alta), tornerai allo stato “Connesso”. Se non migliora, tornerai ugualmente allo stato “Connesso” ma il tuo limite di messaggi scenderà.
- **Limitato (“Restricted”)** – questo succede quanto raggiungi il limite di messaggi che puoi inviare. Durante questa fase non sarai in grado di iniziare alcuna conversazione. Potrai comunque rispondere ai messaggi in conversazioni iniziate dai clienti.



Meta limita alle aziende la possibilità di inviare messaggi se la loro qualità rimane bassa per un certo periodo di tempo. Ecco i livelli di limite di messaggi, ovvero quante conversazioni può avviare un'azienda in 24 ore:

- **Livello 1** – fino a 1.000 clienti univoci al giorno
- **Livello 2** – fino a 10.000 clienti univoci al giorno
- **Livello 3** – fino a 100.000 clienti univoci al giorno
- **Livello 4** – superato il Livello 3, le aziende possono inviare messaggi illimitati con conversazioni illimitate

Qualsiasi numero WhatsApp appena attivato si trova al Livello 1.

WhatsApp monitora anche il volume dei messaggi oltre alla qualità. Le imprese passano automaticamente di livello in base al numero di clienti univoci raggiunti negli ultimi 7 giorni.

Ogni volta che avvii una nuova conversazione con un cliente univoco, Meta determina se il tuo limite deve essere aumentato. Ciò si basa sui seguenti criteri:

- Lo stato del tuo numero di telefono è Connesso
- Il punteggio di qualità del tuo numero di telefono è compreso tra Medio e Alto
- Se negli ultimi 7 giorni hai avviato X o più conversazioni con clienti univoci, dove X è il tuo limite di messaggi attuale diviso per due.

Se tutti i criteri sono soddisfatti, Meta aumenterà di un livello il tuo limite di messaggi entro 24 ore.

Se vai oltre il limite giornaliero previsto dal tuo livello, il messaggio non sarà consegnato. Ciò comunque non si applica ai messaggi inviati entro 24 ore in risposta a conversazioni avviate da un utente, ma solo alle conversazioni iniziate dall'azienda.

Se il tuo livello di qualità è Basso (rosso), potrebbe non esserti concesso di passare di livello. È importante mantenere un buon punteggio di qualità, perché scendere di livello potrebbe ridurre significativamente il numero di messaggi che puoi inviare giornalmente, con effetti negativi sulla comunicazione della tua azienda.



Come migliorare il tuo livello di qualità

- Hai aggiunto un template negli ultimi 7 giorni? Un template problematico (ad es. un pulsante non funziona o un'immagine è potenzialmente inopportuna) potrebbe essere la causa di una bassa qualità.
- I tuoi messaggi rispettano la policy di Meta?
- I tuoi clienti hanno dato il consenso per ricevere i contenuti dei template più recenti? I destinatari potrebbero reagire negativamente alla ricezione di messaggi promozionali se avevano fatto opt-in solo per ricevere aggiornamenti sul loro account.
- Hai verificato che i tuoi messaggi siano conformi alle [**linee guida di Meta**](#)?

WhatsApp Business Platform: un nuovo modo per fare conversazioni

Dalla segmentazione dell'audience alla promozione in massa dei tuoi ultimi prodotti, WhatsApp Business Platform può fare molto di più delle tradizionali soluzioni di marketing e vendita. Grazie a funzionalità arricchite come video, immagini e pulsanti interattivi, puoi mantenere la naturalezza e familiarità di una telefonata lavorando sulla larga scala tipica delle email e degli SMS.

Usa WhatsApp Business Platform a tuo vantaggio e interagisci con i clienti in maniera più coinvolgente. È la app di messaggistica più popolare al mondo - utilizzala per far sì che i tuoi clienti vedano il tuo brand come un amico e non solo come un'azienda tra le tante.

Per andare ancora più in profondità nel mondo di WhatsApp Business Platform, contattaci: i nostri esperti saranno felici di aiutarti.

ele



🌐 www.esendex.it

✉ info@esendex.it

📞 0532 207296