

Como vender pelo WhatsApp

sem perder o cliente no meio da conversa



O Perfil

o que vem antes
da conversa



Muita gente já vende pelo **WhatsApp**, o problema não é o canal.

É que a maioria atende no improviso: responde quando lembra, manda áudios longos e some depois da proposta. Este guia existe para ajudar você a organizar o básico e parar de perder vendas por descuido.

Você sabia que antes de começar uma conversa, seu perfil já está vendendo?

Tenha muita atenção a alguns itens essenciais que farão a diferença:



Foto de perfil profissional

Use o seu logo ou uma imagem de boa qualidade, mostrando que é um perfil profissional.



Nome da empresa ou serviço bem definido

Nada de emojis ou frases. O cliente precisa saber imediatamente com quem está conversando nesse perfil.



Descrição objetiva

Diga com clareza o que você faz e seu diferencial: por que seu produto ou serviço é a solução do problema do cliente? Responda a essa pergunta de forma objetiva, para que seja compreendida com facilidade.



Horário de atendimento atualizado

Clientes precisam saber em quais horários você responde e quanto tempo levará para tirar as suas dúvidas.

Mensagem de entrada

o começo da conversa



Organizando mensagens de entrada automática: a mensagem automática será seu primeiro contato com o cliente quando você não puder responder na hora. E esse primeiro contato pode definir se o cliente vai esperar ou desistir de um contato humanizado.

Por isso, essa mensagem não deve ser apenas um "recebemos sua mensagem". Crie uma mensagem que demonstre consideração com o contato e com o início da conversa. **Prefira algo do tipo:**

"Oi! Aqui é [nome], da [empresa].
Recebi sua mensagem e responderei assim
que possível. Me conte o que você precisa
para agilizar o seu atendimento".

Organize o atendimento

Use etiquetas (tags) para catalogar seus clientes: novo cliente, orçamento, negociação, fechado.

Responda por ordem de chegada e dê prioridade às mensagens mais urgentes.

Registre as informações do cliente.

Organização **umenta velocidade** e **taxa de fechamento**.

Erros comuns cometidos nesta etapa:



Mensagens longas demais

Muito texto e pouco direcionamento. O cliente acaba perdendo o interesse.



Perguntas demais

Muitos questionamentos, ainda que seja para entender o que o cliente precisa, fica parecendo um formulário. E também pode fazer o cliente perder o interesse.



Falta de direcionamento

Foque na rapidez e na clareza da informação. Mostrar o caminho certo, direcionar para onde deve ir o atendimento é o principal objetivo.



Falta de direcionamento

Ninguém gosta de atendimento que parece indiferente, com mensagens que parecem escritas por um robô. Mantenha um tom amigável e uma linguagem mais humanizada e similar à uma conversa pessoal.

Como conduzir a conversa

a comunicação acontecendo



Estruturando o atendimento: organizar o atendimento no WhatsApp não é apenas responder mensagens. É preciso criar um roteiro da conversa que ajudará a conduzir o cliente até a compra.

Uma boa estrutura de atendimento deve ter:

Entrada clara

Uma mensagem de boas-vindas e um direcionamento específico. Exemplo de mensagem: "Olá, aqui é da [nome da empresa]. Ficamos felizes com sua mensagem! Descreva o motivo do seu contato e em breve responderemos."

Identificação da necessidade do cliente

Aqui você vai entender o que o cliente procura, o que precisa e como, de fato, você poderá ajudá-lo. Exemplo de mensagem: "Me conta um pouco melhor sobre o que você está buscando hoje."

Apresentação da solução

Identificada a necessidade, hora de colocar em prática. Esse é o momento de mostrar que seu produto ou serviço é uma solução para o problema encontrado. Exemplo de mensagem: "Entendi sua necessidade e tenho este serviço que é exatamente o que você precisa neste momento."

Tratamento de dúvidas e objeções

Quando o cliente tem uma dúvida sobre o seu serviço ou seu produto, existe uma oportunidade de transformar essa objeção (receio) em solução: conquiste a confiança, dê certeza, escute com clareza e traga garantias para aumentar a sensação de segurança do cliente. Exemplo de mensagem: "Que bom que você fez essa pergunta, porque muita gente também tem essa dúvida."

Fechamento

Entenda o fechamento como uma continuação natural do atendimento, e não como o ponto final da venda. Aqui, você precisa mostrar clareza, facilitar a decisão e a conversão da conversa em uma nova venda. Esteja disponível, reforce o essencial sobre seu produto, mostre a próxima etapa para a venda efetiva e confirme a compra. Exemplo de mensagem: "Já posso fechar o seu pedido? Me confirma a forma de pagamento, por favor."

Pós-atendimento

Essa fase pode transformar um cliente em recorrente. Você tem a oportunidade de acompanhar o recebimento, receber feedback, dar suporte e abrir portas para uma nova venda. Cliente bem atendido é um cliente satisfeito. Exemplo de mensagem: "Oi [Nome do cliente]! Passando pra confirmar se deu tudo certo com sua compra. Chegou certinho?"

Sem essa estrutura, o atendimento fica desorganizado, lento e com baixa conversão.

Erros mais comuns

reconhecendo os problemas



Falhas que podem prejudicar a sua venda: tenha atenção com alguns erros no atendimento que podem impactar diretamente a confiança do cliente e a decisão de fechar a compra.

Problemas mais comuns na comunicação que você deve evitar:

❌ I. Demorar para responder O tempo vai influenciar o interesse. Quanto mais você demora, maior a chance de o cliente esfriar ou procurar outra opção.	✅ Como evitar? >Tenha definido um tempo máximo para resposta; >Use mensagem automática para ganhar tempo.
❌ II. Respostas genéricas ou robotizadas Mensagens muito padronizadas fazem o cliente sentir que é "só mais um".	✅ Como evitar? >Personalize a resposta usando a informação que o cliente passou; >Evite copiar e colar sem adaptação, usando sempre a mesma mensagem para todos.
❌ III. Não fazer perguntas Perguntar mostra interesse, vontade de entender o que o cliente precisa. E o cliente percebe o interesse e se sente priorizado.	✅ Como evitar? >Faça perguntas simples para descobrir o que o cliente busca e como você pode ajudá-lo; >Use as respostas para direcionar a ofertas que sejam dentro do que ele espera.
❌ IV. Informações confusas ou incompletas A falta de clareza nas mensagens pode trazer insegurança ao cliente, travando a decisão de compra.	✅ Como evitar? >Organize todas as informações que precisam ser passadas, como preço, prazo e forma de pagamento; >Use mensagens curtas e claras.
❌ V. Muita informação de uma vez só É importante ter opções, mas textos longos e com muitas escolhas podem confundir e cansar o cliente.	✅ Como evitar? >Simplifique a mensagem e tenha clareza na informação transmitida; >Apresente poucas opções por vez pra não sobrecarregar o cliente.
❌ VI. Não conduzir para o fechamento e encerrar sem direcionar O cliente até se interessa, mas a conversa acaba esfriando. Faça um retorno (follow up), mostrando que está disponível para ajudar. E evite deixá-lo sem orientação da próxima etapa, usando mensagens do tipo "se precisar, me chame".	✅ Como evitar? >Sempre indique o próximo passo, usando perguntas que levem à decisão, como "conseguiu conferir aquela opção que te enviei?" >Explique as etapas para que o cliente saiba como finalizar o pedido.

! Lembre-se: atendimento bom não é o que responde, mas é o que conduz à venda.

Fechamento e pós-venda

o fim e o recomeço



Chegando à reta final da sua venda: em um bom atendimento, o fechamento é a continuidade natural de todo o trabalho empregado até aqui.

Você conduziu as etapas anteriores corretamente, e o cliente está inclinado à compra. Chegou o momento de finalizar o pedido.

Estruturando um bom fechamento:

I. Retome a necessidade

Relembre o que o cliente precisa, o que ele busca e como você pode resolver. "Pelo que conversamos, você precisa de um produto que..."

II. Faça uma conexão com a solução

Mostre como o seu produto ou serviço pode resolver a questão que o cliente precisa. "Essa opção é ideal para o que você procura".

III. Chame para a ação

Você já mostrou as opções, reforçou a relevância de seu produto ou serviço, chegou a hora de fechar. Sinalize como fazer a compra de forma clara, evitando atritos na comunicação. Frases como: "Já posso separar pra você?" ou "Você prefere A ou B?" são bons caminhos para essa chamada.

Bônus: Pós-venda

Como gerar uma nova
venda sem precisar
começar do zero



Quando entrar em contato com o cliente novamente:

Para saber como foi o recebimento do produto/serviço

Entender mais sobre a entrega, se tem um feedback positivo e, caso necessário, como pode melhorar esse atendimento.

Quando tiver um conteúdo útil

Envie uma dica de uso, um novo catálogo ou uma informação que pode ser relevante para quem já fez uma compra com você.

Novas ofertas ou promoções

Caso tenha uma condição especial que caiba para esse cliente, vale o contato para reaquecer o relacionamento.

Regra de ouro

Observe a receptividade do cliente em receber suas mensagens. Muitas vezes o cliente vê como insistência o recebimento de mensagens que ele não solicitou. Então atenção para não passar essa impressão.

Use este guia junto com a Biblioteca de Scripts. Lá, você encontra alguns modelos prontos de mensagens para cada etapa que abordamos aqui.

Entenda o pós-venda como
uma continuação do caminho.

**Não é insistência,
é relacionamento.**

The background is a solid green color. In the corners, there are several abstract geometric shapes. Top-left: a purple rectangle, a blue rectangle, and a white-outlined rectangle. Top-right: a large blue L-shaped polygon and a white-outlined rectangle. Bottom-left: a blue rectangle, a white-outlined rectangle, and a large purple L-shaped polygon. Bottom-right: a purple rectangle, a blue rectangle, a white-outlined rectangle, and a large purple L-shaped polygon.

SEBRAE