

# Cases de sucesso

WhatsApp



EBOOK



# O QUE EU VOU VER NESSE E-BOOK?!

3. Introdução
4. Coca-Cola no WhatsApp
6. Facily no WhatsApp
8. Hermes Pardini no WhatsApp
10. Itaú no WhatsApp
12. Nextel no WhatsApp
14. Unimed Sul Capixaba no WhatsApp
17. Feito Chocolate no WhatsApp
20. Campanha de Black Friday da Bemol no WhatsApp
22. Sobre Take Blip

# Introdução



Olá, nesse ebook você irá conferir cases de sucesso de grandes empresas que **utilizam o WhatsApp para gerar mais oportunidades de negócios e que desenvolveram junto com Take Blip** uma solução conversacional inteligente para atuar no canal de mensagens utilizado por 99% dos brasileiros.



# Coca-Cola no WhatsApp



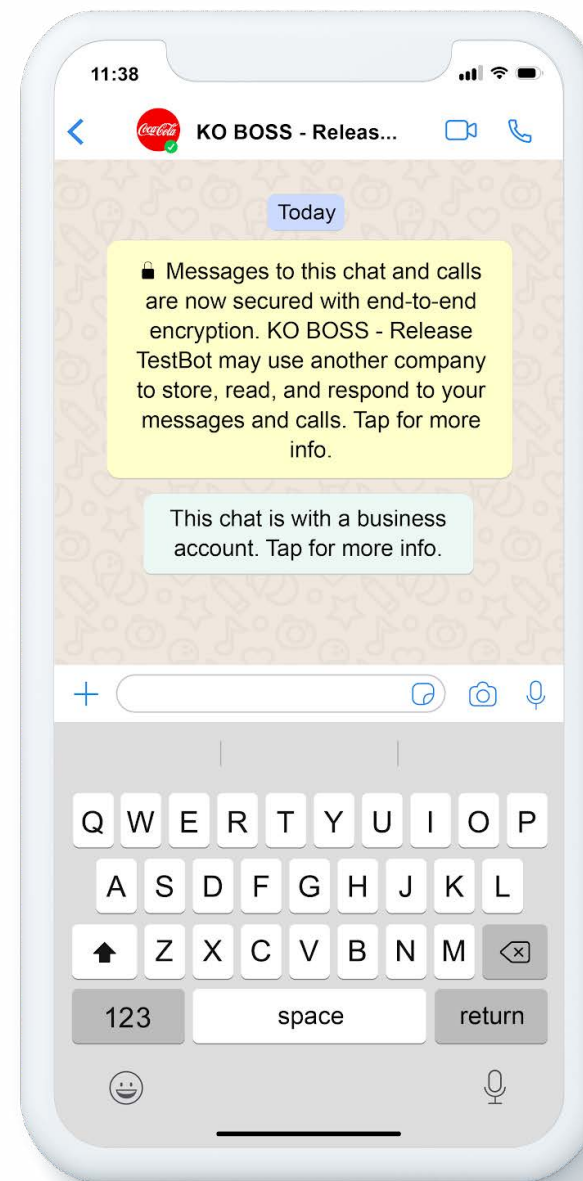
Mais autonomia e velocidade para comunicação e relacionamento da Coca-Cola

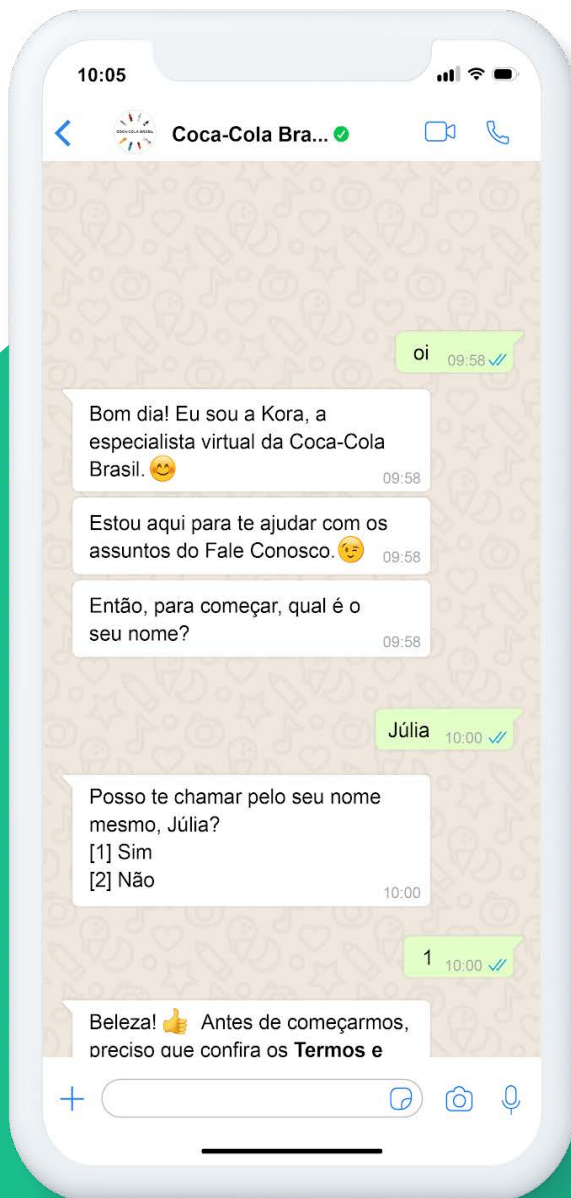
**KO BOSS:** contato inteligente para comunicação com os estabelecimentos clientes.

- melhoria do portfólio no ponto de venda e crescimento significativo de receita
- em menos de 30 dias, o contato gerou **30% dos pedidos da Brasal** (franquia da Coca-Cola Brasil)

A Coca-Cola Brasil procurava uma forma de aprimorar a comunicação com clientes e consumidores. **O objetivo era melhorar os resultados de operações internas e o aumento de vendas B2B, além de otimizar o engajamento e o relacionamento com consumidor final.**

O trabalho era desafiador e envolvia duas frentes com diversos departamentos dentro da empresa. Com Take Blip, **a marca encontrou a plataforma ideal para superar seus desafios**, investindo na criação de dois contatos inteligentes, cada um com habilidades e objetivos específicos.





**KO BOSS** foi feito para automatizar o contato interno com clientes e franquias. Ele conseguiu solucionar a solicitação de pedidos, que antes dependia de horário comercial. Essa entrada de tickets passou a funcionar 24 horas por dia, toda automatizada. Ao mesmo tempo, **o atendimento otimizado via WhatsApp incentivou a variedade de produtos nos pontos de venda**. Assim, os pedidos começaram a aumentar e a receita teve crescimento significativo. Em uma das franquias da marca, o KO BOSS passou a representar **30% dos pedidos em menos de um mês**.

Focada no atendimento de consumidores finais, a assistente virtual KORA usa o modelo de atendimento híbrido: parte automatizado, **parte feito com atendentes humanos da equipe**. O contato da empresa pode centralizar conversas usando a plataforma Take Blip e replicar mensagens via WhatsApp, Facebook Messenger, entre outros canais de comunicação. Já na primeira promoção usando a KORA, foram trocadas mais de 80 milhões de mensagens só via WhatsApp, **alcançando 40% dos participantes dentre todas as outras formas de inscrição**.

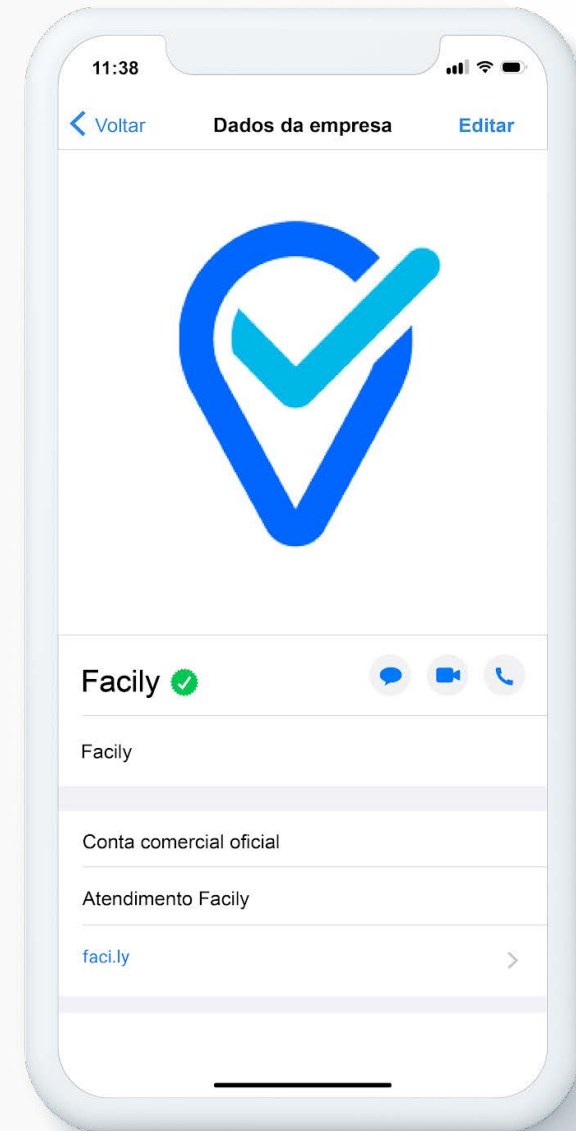
# Facily no WhatsApp



- Humanização do atendimento e qualificação de processos
- WhatsApp oficial era central para o modelo de distribuição da empresa
- Comunicação orientada com base nos feedbacks dos clientes
- Métricas de atendimento

A empresa de Social Commerce Facily comanda um **aplicativo de compras coletivas** cujo intuito é oferecer ótimos produtos e serviços com preço atrativo. Para engajar mais em sua comunicação, a marca desejava **oferecer atendimento humanizado e eficaz**. Também procurava formas de receber feedback de clientes para seguir evoluindo.

Nessa busca, a Facily viu em Take Blip a parceira ideal para atingir objetivos, usando a ferramenta certa para digitalizar a comunicação, otimizar processos e melhorar o relacionamento com seus públicos. A empresa teve acesso à solução oficial de WhatsApp Business API e passou a oferecer um canal verificado de marca, essencial para transmitir confiança nas conversas.





Hoje, a **empresa consegue solucionar boa parte das demandas de clientes de forma totalmente automatizada**. Isso porque o contato inteligente da Facity no WhatsApp integra atendimentos via chatbot e humanizado. Assim, atendentes contam com liberdade e autonomia para direcionar seus esforços a questões mais complexas.

A usabilidade intuitiva da plataforma Take Blip permite um aprendizado rápido e efetivo, que trouxe confiança à equipe e eficiência ao projeto. A empresa também viu grande ganho em ter métricas de atendimento. Ela acompanha a quantidade de tickets atendidos e levanta dados importantes, como tempo médio de interação e número de contatos para o mesmo assunto. Essas informações podem ser usadas para tomada de decisão e planejamento de melhorias.

Foi desta forma que a Facity otimizou a produtividade na empresa e **colheu resultados no engajamento de clientes via WhatsApp**.



## Hermes Pardini no WhatsApp



Atendimento rápido, agendamento e entrega de resultados de exames:

30%

de aumento na  
eficiência operacional  
do atendimento

5 mil

resultados de exames  
entregues em 2 meses e  
de forma automatizada

Média de

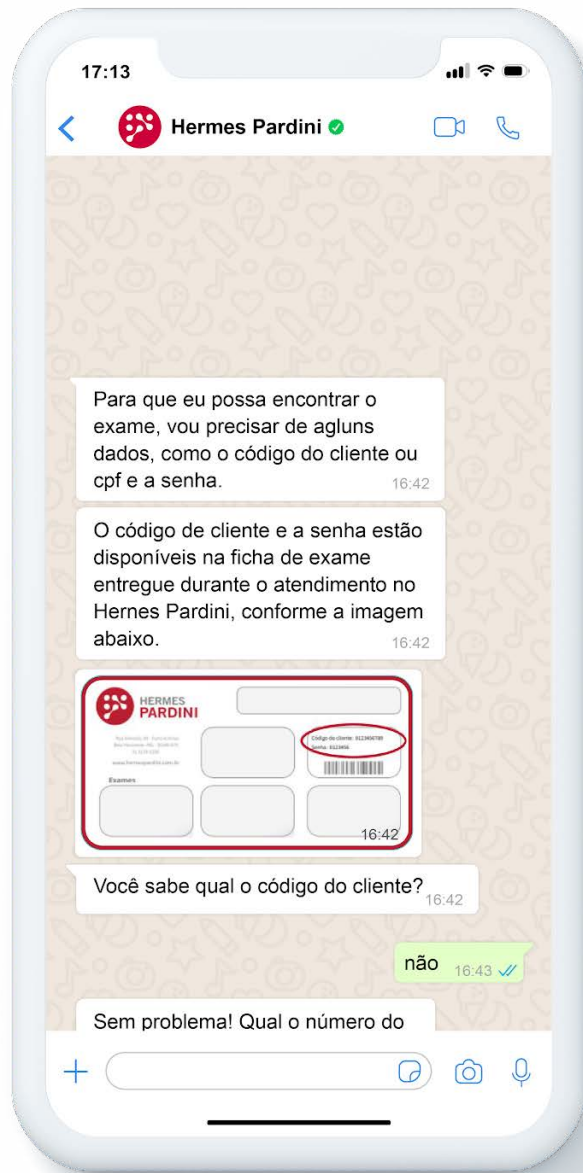
78%

de usuários novos por  
mês através do chatbot

O Grupo Hermes Pardini é detentor de diversos laboratórios de medicina diagnóstica e preventiva nos estados de Minas Gerais e São Paulo. Com o alto número de contatos diários como desafio, e seguindo uma diretriz de excelência em atendimento, foi identificada a **necessidade de explorar novas frentes para falar com clientes**.

Para otimizar a comunicação e também fazer presença em um canal popular, Hermes Pardini investiu em soluções via WhatsApp, com ajuda da plataforma Take Blip. O contato oficial do grupo passou a **oferecer atendimento automatizado e a realizar agendamentos, cancelamentos e entrega de resultados de exames com muito mais rapidez e eficiência**. Além das funções automatizadas, o contato inteligente ainda integra atendimento humano, que é acionado em situações mais complexas. Por meio da solução, cada agente pode atender cerca de 8 clientes ao mesmo tempo via Blip Desk, nossa ferramenta para atendimento humano.





Em poucos meses de implementação, as mudanças já foram perceptíveis. Mais de **5 mil resultados de exames foram entregues de forma automatizada via WhatsApp**. O grupo teve mais de **2 milhões de mensagens trocadas com seus mais de 40 mil clientes atendidos**. A eficiência operacional da equipe de atendentes **aumentou em 30%**, **ultrapassando a marca de 50 mil atendimentos humanos via Blip Desk**.

O canal oficial Hermes Pardini no WhatsApp foi muito bem aceito entre clientes de diferentes perfis, já que o atendimento via mensagens no app é de fácil compreensão e usabilidade. Assim, o Grupo passou a ter uma experiência de relacionamento muito mais dinâmica, interessante e eficiente.

# Itaú no WhatsApp



## “Leia para uma criança”

- Campanha para engajamento e democratização do acesso à leitura
- Itaú e Take Blip desenvolveram um contato inteligente responsável por distribuir gratuitamente edições especiais em PDF de livros infantis inéditos.

**+7.5M** de livros baixados

**+2.3M** de usuários



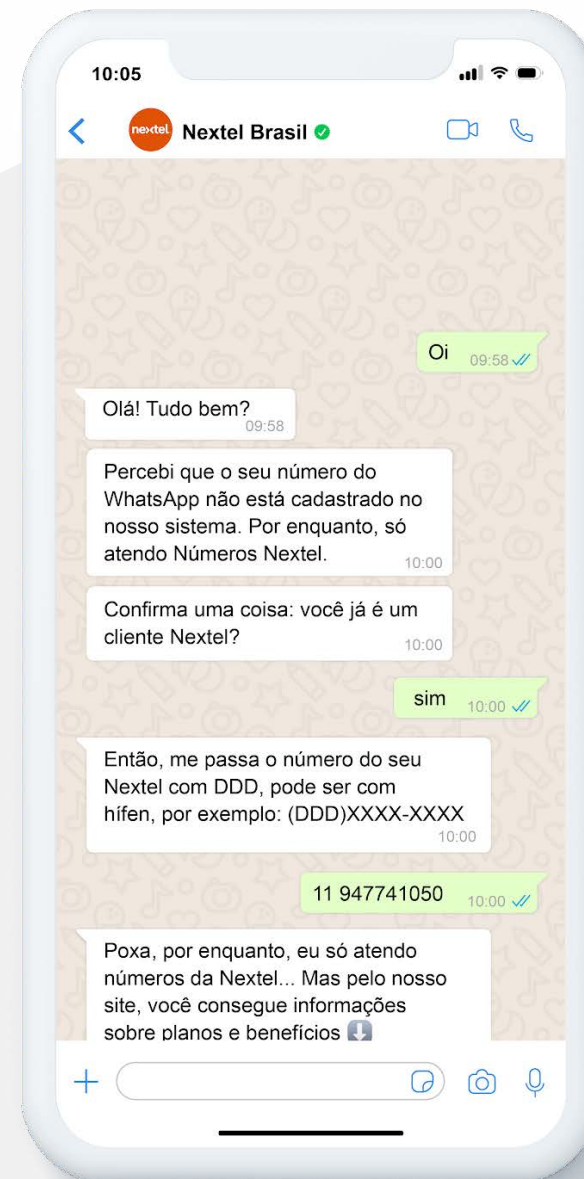
Leia para uma criança” é uma ação feita em parceria entre Itaú Unibanco e a Fundação Itaú Social que **distribui livros gratuitamente todos os anos**. Com o propósito de democratizar ainda mais o acesso à leitura, em 2019 o projeto encarou o desafio de expandir o seu alcance do mundo físico para o digital. Como o assunto é democratização, o canal escolhido para essa expansão foi o WhatsApp. Presente no smartphone de praticamente todos os Brasileiros, **o app mais acessado diariamente no país passou a dar acesso também a histórias exclusivas**.

Usando a plataforma Take Blip, o Itaú desenvolveu um chatbot que foi responsável por distribuir edições especiais em PDF de três livros infantis inéditos. Quem interagiu com o perfil no aplicativo de mensagens recebeu os títulos “O Cabelo da Menina”, de Fernanda Takai, “Meu Amigo Robô”, de Giselda Laporta Nicolelis, e “As Bonecas da Vó Maria”, de Mel Duarte. Com o novo formato, a ação ganhou ainda mais força. Era possível compartilhar os livros com outros contatos e também ler a história para uma criança em qualquer lugar ou momento do dia.

**Com mais de 2,5 milhões de livros baixados, mais de 800 mil usuários e cerca de 8 milhões de mensagens**, a ação no WhatsApp alcançou pessoas em todo o país, com destaque para os estados de São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Rio de Janeiro, Paraná e Ceará que lideraram o número de download das histórias. Toda a mecânica da ação foi gerida de forma automatizada na plataforma Take Blip.

## Nextel no WhatsApp

- Atendimento centrado no cliente
- **85% dos clientes** concluem o atendimento automatizado, sem necessidade de acionar um agente humano
- Média de **240 mil usuários** únicos por mês
- Crescimento de **25% no número de atendimentos** no WhatsApp entre fevereiro e março de 2020



A Nextel, gigante da telefonia brasileira, tem como um de seus principais pilares a excelência do atendimento ao cliente, executando uma abordagem customer centric. Ao buscar melhorias em seus canais, **a empresa realizou uma pesquisa com clientes e descobriu que eles preferem ser atendidos via WhatsApp**, em vez de visitar uma loja ou acionar a central de atendimento.

Para oferecer aos consumidores mais essa opção de atendimento, a Nextel escolheu Take Blip. Com nossa plataforma, a marca oficializou o canal no WhatsApp e conseguiu elevar ainda mais seu padrão de qualidade, rapidez e assertividade neste serviço. Assim, ganhou em eficiência operacional. Hoje, a Nextel **atende cerca de 240 mil usuários únicos por mês via WhatsApp. 85% das pessoas que entram em contato pelo app realizam todo o processo de forma automatizada**, sem interferência humana. Em casos mais complexos, a solução detecta a necessidade de um agente humano e transfere o contato para a equipe altamente treinada da empresa. Esse time interage com o cliente no próprio WhatsApp, sem quebrar o fluxo do atendimento

Em apenas dois meses, a solução teve crescimento de **25% no número de atendimentos via WhatsApp**. A estratégia da marca é continuar evoluindo o contato inteligente no app e seguir fidelizando cada vez mais clientes.

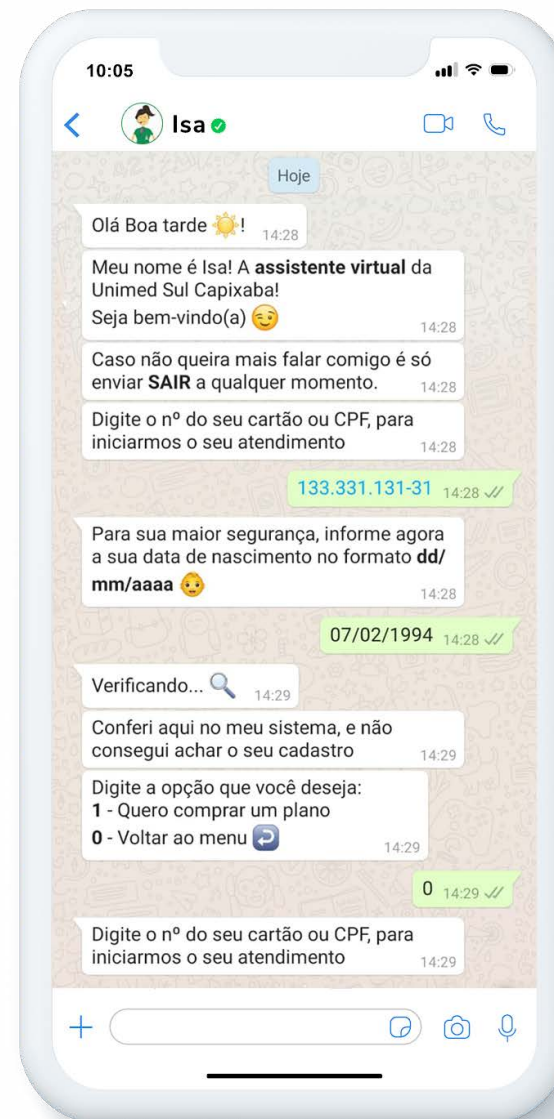
# Unimed Sul Capixaba no WhatsApp



- Quase 7 **mil resultados de exames entregues** e mais de **1.800 agendamentos de consultas e exames realizados**.
- NPS médio de quase 88 pontos.
- **12 mil usuários atendidos** nos primeiros sete meses.

Os desafios enfrentados pelo setor de saúde em 2020, com a pandemia de Covid-19, impactaram significativamente no ano da Unimed Sul Capixaba. A cooperativa, no entanto, adequou-se rapidamente ao cenário particular vindo com a pandemia, com uma linha de atuação voltada para o planejamento, o diálogo e a estratégia no enfrentamento à Covid-19.

O grande marco do ano de 2020 foi a inauguração, no dia 30 de março, do novo Hospital Unimed, em Cachoeiro de Itapemirim, bem no momento em que a pandemia se instalava no País.





Com a inauguração do Hospital Unimed, foi possível ampliar os serviços e estrutura própria na região Sul do Espírito Santo. A unidade dispõe de 129 leitos, sendo 30 deles de UTI, além de Centro Cirúrgico e unidade de hemodinâmica, sala inteligente, Unimed Coração, Unimed Diagnostico, Unimed Oncologia e Laboratório. Somada a essa estrutura, a Unimed Sul ainda dispõe de Maternidade, Pronto Atendimento, Centro de Especialidades Médicas, Programas de Prevenção à Saúde, SOS Unimed, Saúde Ocupacional, Assistência Domiciliar e Unidades de Atendimento nos municípios de Castelo e Iconha, proporcionando uma rede de cuidado humanizada e completa para os clientes, sem que eles precisem sair da região.

O desenvolvimento de novos serviços e a incorporação de tecnologias e inteligência artificial para **aumentar a segurança, a agilidade e a qualidade do atendimento ao cliente** estão no centro da atenção da Unimed Sul Capixaba. Com isso, surgiu a proposta de realizar a transformação digital nos canais de atendimento da empresa.

**Pensando em facilitar a vida dos beneficiários da empresa**, foi criado o Contato Inteligente “Isa”, que foi incorporado ao site da Unimed Sul Capixaba e ao WhatsApp da empresa, de forma a oferecer mais de um ponto de contato para os clientes.

O Contato Inteligente no WhatsApp da Unimed Sul Capixaba dispõem de serviços como:

- dados sobre o plano;
- consulta de autorizações;
- segunda via de boleto;
- demonstrativo de Imposto de Renda;
- agendamento de consultas;
- agendamento de exames;
- resultado de exames;
- envio de arquivos de laudos para cirurgias;
- atendimento domiciliar para clientes que estão inseridos no programa de cuidados do atendimento domiciliar;
- atendimento humano padrão;
- atendimento humano para compra de plano de saúde.

Nos primeiros sete meses do lançamento do Contato Inteligente da Unimed Sul Capixaba, já foram mais de

**12 mil usuários  
atendidos com uma  
média de 160 mil  
mensagens trocadas  
por mês!**

A Isa foi desenvolvida pela equipe interna da Unimed Sul Capixaba, que conseguiu aproveitar a sua camada de micro serviços para acelerar a implantação do Contato Inteligente.

# Feito Chocolate no WhatsApp

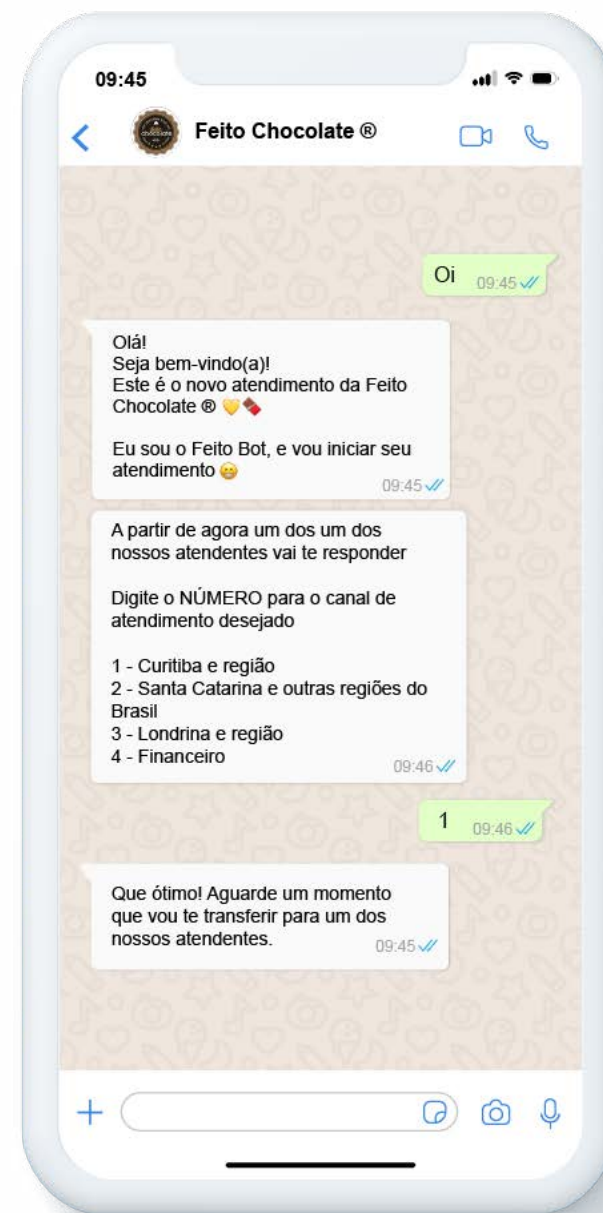


- Venda de mais de **20 toneladas de chocolate** pelo WhatsApp
- **90% de conversão** na compra de produtos.
- **95% das vendas realizadas** no contato inteligente.
- **+50 mil mensagens** recebidas por mês

A Feito Chocolate é uma distribuidora multimarcas especializada em chocolates gourmet e premium para profissionais. À primeira vista, parece não oferecer nenhum grande diferencial, mas quando analisamos mais de perto, três pontos essenciais para o sucesso de uma empresa se destacam: **venda rápida, descomplicada e muito eficaz.**

Com duas lojas físicas, uma em Curitiba e outra em Londrina, a empresa atende em média **500 clientes por mês**. Mas o grande diferencial da marca é o atendimento online, cerca de 90% de suas vendas são realizadas pelo WhatsApp.

“Como eu era vendas, marketing, entrega, eu era tudo; o WhatsApp me ajudou muito a ganhar velocidade no atendimento”, Alyne Mundt Bill, responsável pela Feito Chocolate.



O aplicativo de mensagens foi o grande responsável pelo sucesso da empresa que foi adquirida por Alyne Mundt Bill, em 2011. “É muito mais simples enviar catálogos e responder dúvidas no momento da produção. Isso me aproxima muito dos clientes”, conta a empreendedora.

### Sobre os desafios que a empresa enfrentava

A Feito Chocolate já utilizava o WhatsApp como canal de vendas desde a chegada do aplicativo no Brasil. No entanto, o canal ainda apresentava algumas limitações, como **impossibilidade de ter um único número, falta de dados sobre os atendimentos e gestão**.

“Com o crescimento das lojas e as pessoas conhecendo mais a gente, nós usávamos todas as ferramentas do WhatsApp Business, mas elas já não eram mais suficientes. Além disso, a gente não conseguia concentrar todo o nosso atendimento em um único número, tínhamos um número para Curitiba, outro para Londrina e outro para o resto do Brasil”, Alyne Mundt Bill.

Outro ponto importante para a empresa era ter uma **ferramenta que auxiliasse na gestão de qualidade do atendimento**. “Eu percebi que a gente estava decaindo a nossa qualidade de atendimento porque eu não conseguia acompanhar os atendentes e ajudá-los a melhorar a comunicação com o cliente”, explica a empresária.

A empresária conta que sentia uma grande necessidade de ter uma ferramenta que permitisse dar o apoio de gestão de qualidade para os atendentes. Para fortalecer essa estratégia, Take Blip foi a solução perfeita para gerenciar o atendimento, disponibilizando um único número de atendimento ao mesmo tempo em que permite escalabilidade e qualidade de atendimento.

### A aplicação do contato inteligente e os resultados de uso

“Acredito que o nosso tempo de espera hoje não passa de 10 minutos. Agora está sendo interessante conseguir fazer esse acompanhamento pelo Blip, a gente não tinha noção do quanto a gente conversa com as pessoas”, Alyne Mundt Bill.

### O modelo de atendimento da Feito Chocolate é híbrido.

O primeiro contato do cliente é com o bot, que realiza uma triagem para identificar qual a loja mais próxima, de Curitiba ou Londrina.

Após a triagem automática há o transbordo para um atendimento humano, que faz uma consultoria para entender quais as necessidades de cada cliente e indicar o melhor chocolate.

“A nossa empresa foi crescendo junto ao WhatsApp. As pessoas passam na nossa porta e pensam: “eu não acredito que essa empresa fatura tudo isso com uma estrutura tão pequena”.

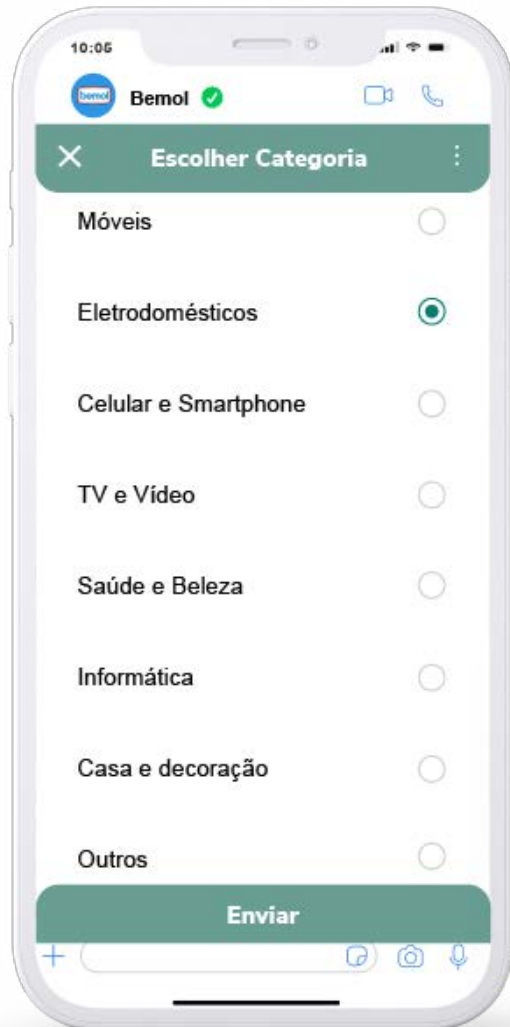
Com a implementação da plataforma Take Blip, a Feito Chocolate enxerga resultados positivos na sua trajetória e também possíveis evoluções. Os principais benefícios que a empresa enxerga são:

- medir o volume de acesso no WhatsApp;
- tempo de retorno do cliente;
- quantidade de contatos e novas oportunidades de vendas;
- medir qualidade do atendimento;
- gerar relatórios.

Desde fevereiro de 2021 – quando apostaram em Take Blip para revolucionar a sua comunicação – já colhem números positivos:

- taxa média de resposta de 3 minutos
- **+50 mil mensagens** recebidas no mês de junho
- **taxa de conversão de 90%**
- **95% das vendas** são realizadas pelo WhatsApp

# Campanha de *Black Friday* da Bemol no WhatsApp



**Objetivo:** crescimento de vendas digitais e da taxa de conversão, relacionamento com o cliente

**Ação:** Por meio do disparo de comunicação ativa, o Contato Inteligente permitiu ao cliente escolher entre categorias de interesse para receber, na Black Friday, uma mensagem personalizada para navegar pelos produtos disponíveis dentro da seleção previamente feita e concluir a compra no site.

**Duração:** 07/11 a 30/11



Olá, Paulo tudo bem? **Eu sou o Bob, o Bot Online da Bemol.** Você é um dos nossos melhores clientes e, por isso, resolvemos trazer uma vantagem especial para uma **Black Friday** bem mais sua!

Você poderá ter acesso aos produtos com desconto antes da promoção começar! **Quer saber mais?** 😊

Sim, me conta!

Não tenho interesse

## Foram enviadas

- 300 mil mensagens ativas pela marca
- Gerando 2,3 milhões de mensagens no canal
- Engajamento de 48% pelo WhatsApp



A Bemol é uma rede varejista fundada em 1942, em Manaus. Está presente na chamada Amazônia Ocidental, que compreende os estados do Amazonas, Acre, Rondônia e Roraima, atendendo até cidades distantes das grandes capitais. São 27 lojas físicas, 19 loterias, 27 farmácias e 5 centros de distribuição. Também conta com e-commerce no site.

Uma das grandes marcas da Bemol é a busca pela satisfação dos clientes antes, durante e após a experiência de compras. Para isso, aposta em valores éticos como a integridade, além da relação de confiança e proximidade estabelecida com o público.

### **Sobre os desafios que a empresa enfrentava**

A Bemol sempre esteve presente na vida da comunidade de uma forma muito forte e há bastante tempo. Com uma carteira de clientes que atravessa gerações e confia na marca há décadas, o histórico de bom relacionamento sempre foi um dos pilares da empresa.

Ao se ver em um cenário global de digitalização e tendo o WhatsApp como ferramenta disponível, mas pouco explorada, a Bemol traçou dois objetivos:

1. entender como o cliente reagiria ao ser acionado ativamente pela primeira vez por meio do canal

2. validar a escalabilidade do WhatsApp na companhia

Com o lema de não “incomodar” o cliente, a empresa receava em contatá-lo de forma direta por meio de comunicação ativa, mas ao mesmo tempo carecia de uma ação mais efetiva que provasse o valor do WhatsApp e pudesse dar insights sobre o comportamento do consumidor no canal.

“Quando a gente acionou o cliente via WhatsApp, foi a primeira vez em 80 anos de existência da Bemol e alguns poucos anos que o canal existe na empresa que a gente fez o ‘oi’ de forma ativa”.

**Fabio Martinez**, Product Owner da Bemol

O foco do bot que até então a Bemol fazia uso no WhatsApp era o relacionamento, porém de uma forma mais abrangente. Com a solução traçada com Take Blip, o objetivo permaneceu o mesmo: relacionar-se da melhor forma possível com os clientes. Contudo, a forma escolhida para fazer isso foi por meio da comunicação ativa com interesse em vendas.

## A aplicação do Contato Inteligente e os resultados de uso

O Contato Inteligente teve como base a Black Friday (BF) 2021 e envolveu clientes de categorias pré-selecionadas. A ideia consistiu em:

1. Acionar essa base de pessoas uma semana antes do evento por meio da comunicação ativa, perguntando se gostariam de receber descontos da BF em primeira mão.
1. Em caso afirmativo, o fluxo seguia para a próxima etapa, que era escolher entre algumas categorias de produtos aquelas de maior interesse para receber os descontos.
1. No dia da Black Friday – e antes das lojas abrirem – o consumidor recebia outra mensagem ativa com os itens em promoção na categoria escolhida.

Ao longo do dia foram feitos vários disparos para todas as categorias disponíveis na lista criada pela Bemol. Assim, o consumidor que havia escolhido duas ou mais categorias recebeu ofertas para todas elas. Ao visualizar os produtos em promoção, era possível já prosseguir para a compra.

Com o sucesso da ação, ao longo da semana da Black Friday outros clientes das categorias pré-selecionadas também foram impactados com a comunicação ativa para conferir todos os produtos em promoção, mas sem escolha prévia de categorias. Ao todo, houve um disparo de 300k de comunicações ativas, o que representou um impacto bastante positivo para a primeira ação da Bemol de abrir ativamente um diálogo com seus clientes.

### Os principais resultados foram:

- **Engajamento de 48% gerado** pelas 300 mil comunicações ativas enviadas;
- **2,3 milhões** de mensagens enviadas;
- O número de MAUs em novembro aumentou **mais de 12 vezes** em relação ao mês anterior;
- A quantidade de mensagens enviadas pelo bot foi **3x maior** em relação ao mês anterior.

Com mais de 20 anos de experiência e liderança na transformação da comunicação entre pessoas e empresas, **Take tem a solução completa para garantir a melhor experiência com a sua marca** dentro dos principais aplicativos de mensagem e assistentes de voz do mundo - como WhatsApp, Apple Business Chat, Facebook Messenger, Google Assistant e muito mais.

Grande parte dessa solução está no **Blip, nossa plataforma que une, de forma ágil e flexível, tudo o que a sua empresa precisa para otimizar o atendimento e a comunicação:** automação, inteligência artificial, ferramenta exclusiva de atendimento humano sem limitação de agentes, análise de dados, gestão de equipes, ferramentas de divulgação e mais!

Além disso, outra face da nossa experiência pode ser encontrada em **ossos Professional Services** - nossos pacotes de serviços que incluem consultorias, treinamentos e equipes multidisciplinares capacitadas em nossa metodologia ágil e prontas para **ajudar sua empresa a desenvolver e evoluir o contato inteligente.**

**Converse com a gente pra entender como Take pode levar sua empresa além!**

[QUERO FALAR COM ESPECIALISTA](#)

