eBook:

Diálogo Digital

Estratégias de marketing conversacional para 8 mercados diferentes

hablla

Pericoco

Sumário

Introdução 02

Casos de Uso de Marketing Conversacional Comuns a Todos os Mercados 05

Casos de Uso de Marketing Conversacional no E-commerce 08

Casos de Uso de Marketing Conversacional em Serviços Financeiros 11

Casos de Uso de Marketing Conversacional em Saúde e Bem-estar 14

Casos de Uso de Marketing Conversacional na Educação 17

Casos de Uso de Marketing Conversacional em Turismo e Hospitalidade 21

Casos de Uso de Marketing Conversacional no Setor Imobiliário 24

Casos de Uso de Marketing Conversacional em Tecnologia e SaaS (Software como Serviço) 27

Casos de Uso de Marketing Conversacional no Mercado Automotivo 30

Bem-vindo à era do diálogo digital, onde as conversas entre marcas e consumidores não apenas definem experiências, mas também moldam relacionamentos duradouros. No coração dessa revolução está o marketing conversacional, uma estratégia inovadora que está redefinindo o engajamento do cliente em uma variedade de indústrias. Este eBook é o seu guia abrangente para entender como o marketing conversacional está transformando o panorama do engajamento do cliente em diversos mercados, desde o dinâmico e-commerce até o tradicional setor imobiliário, passando pela tecnologia de ponta do SaaS e o sempre acolhedor ramo da hospitalidade.

À medida que avançamos, exploraremos casos de uso específicos que ilustram a eficácia do marketing conversacional em estabelecer conexões significativas, gerar leads qualificados e impulsionar vendas. Descobriremos como essa abordagem pode potencializar equipes de vendas com estratégias omnichannel, integrar-se perfeitamente com sistemas de CRM e fornecer insights valiosos para equipes de qualidade através de pesquisas de satisfação. Além disso, veremos como as promoções e os lançamentos de produtos podem ser comunicados de maneira mais pessoal e direta.

Prepare-se para mergulhar em um mundo onde a comunicação é a chave para desbloquear o potencial de negócios e onde cada conversa é uma oportunidade para crescer e aprender. **Este eBook não é apenas uma coleção de estratégias; é um convite para você iniciar um diálogo com seus clientes que ressoará muito além de uma única transação.**

O marketing conversacional é uma estratégia que pode ser aplicada em diversos mercados para engajar clientes, personalizar a comunicação e acelerar o processo de vendas. Aqui estão sete mercados que frequentemente utilizam o marketing conversacional:

E-commerce

Utiliza chatbots e assistentes virtuais para recomendar produtos, ajudar no processo de checkout e fornecer suporte ao cliente.

Serviços Financeiros

Bancos e instituições financeiras usam plataformas de mensagens para oferecer suporte ao cliente, serviços de consultoria financeira e facilitar transações.

Saúde e Bem-estar

Clínicas, hospitais e plataformas de saúde usam o marketing conversacional para agendar consultas, fornecer lembretes de medicamentos e oferecer conselhos de saúde personalizados.

Turismo e Hospitalidade

Hotéis, agências de viagens e sites de reserva utilizam o marketing conversacional para reservas, atendimento ao cliente e fornecimento de informações turísticas.

Imobiliário

Corretores e plataformas imobiliárias usam chatbots para qualificar leads, agendar visitas e fornecer informações sobre propriedades.

Tecnologia e SaaS

Empresas de software como serviço (SaaS) e tecnologia usam o marketing conversacional para suporte ao cliente, onboarding de usuários e feedback de produtos.

Educação

Instituições de ensino e plataformas de e-learning usam chatbots para ajudar os estudantes com inscrições, suporte ao aprendizado e orientação acadêmica.

Automotivo

Concessionárias e fabricantes de automóveis utilizam o marketing conversacional para interagir com potenciais compradores, agendar test drives, fornecer informações detalhadas sobre modelos de veículos e oferecer suporte pós-venda. Chatbots podem ajudar a qualificar leads, fornecendo respostas imediatas às perguntas dos clientes e guiando-os através do funil de vendas. Além disso, podem ser usados para serviços de lembrete de manutenção e para facilitar o agendamento de serviços.

Cada um desses mercados adapta o marketing conversacional às suas necessidades específicas, criando experiências de usuário mais ricas e eficientes.

Casos de Uso de Marketing Conversacional Comuns a Todos os Mercados

Geração de Leads Qualificados

- **Chatbots para Captura de Informações:** Utilizar chatbots interativos para capturar informações de contato e preferências dos visitantes do site ou redes sociais, permitindo uma segmentação mais eficaz e a geração de leads mais qualificados.
- **Pré-Qualificação de Leads:** Implementar sistemas de conversação para realizar uma pré-qualificação, fazendo perguntas chave que ajudam a identificar as necessidades e o potencial de compra dos leads.

Relacionamento com o Lead

- **Nutrição de Leads:** Desenvolver sequências de mensagens automatizadas para nutrir leads ao longo do funil de vendas, fornecendo informações úteis e mantendo o interesse do produto ou serviço.
- **Respostas Instantâneas:** Oferecer respostas instantâneas a perguntas comuns dos leads, mantendo-os engajados e movendo-os suavemente pelo processo de decisão de compra.

Potencializar a Equipe de Vendas com o Omnichannel:

- **Integração de Canais de Vendas:** Conectar chatbots e assistentes virtuais a múltiplos canais de vendas, como e-mail, SMS, WhatsApp e redes sociais, proporcionando uma experiência de compra consistente e integrada.
- **Suporte à Decisão de Vendas:** Utilizar insights coletados por chatbots para fornecer à equipe de vendas informações valiosas sobre as preferências e comportamentos dos clientes, ajudando a personalizar a abordagem de vendas.

Integração com o CRM

- **Atualização Automática de Dados:** Sincronizar chatbots com sistemas de CRM para atualizar automaticamente os perfis dos clientes com novas interações, garantindo que a equipe de vendas tenha acesso aos dados mais recentes.
- **Alertas de Ação de Vendas:** Configurar alertas automáticos para notificar a equipe de vendas sobre leads quentes ou oportunidades que requerem atenção imediata.

Ajudar a Equipe de Qualidade nas Pesquisas de Satisfação

- **Coleta de Feedback:** Implementar chatbots para realizar pesquisas de satisfação pós-interação ou pós-compra, coletando feedback valioso sobre produtos e serviços.
- **Análise de Sentimento:** Usar análise de sentimento em conversas para identificar a satisfação do cliente e áreas que necessitam de melhoria.

Divulgação de Promoções e Lançamentos para a Base de Clientes

- **Campanhas Personalizadas:** Enviar mensagens personalizadas sobre promoções e lançamentos com base no histórico de compras e preferências do cliente, aumentando a relevância e a eficácia da comunicação.
- **Anúncios Segmentados:** Utilizar dados coletados para segmentar a base de clientes e direcionar anúncios de novos produtos ou serviços para os grupos mais propensos a se interessar.

Esses casos de uso demonstram a versatilidade do marketing conversacional e como ele pode ser adaptado para atender a objetivos específicos em diferentes mercados, desde a geração de leads até o suporte pós-venda, melhorando a eficiência operacional e a experiência do cliente.

Casos de Uso de Marketing Conversacional no E-commerce

Assistência Personalizada na Compra

- Chatbots e assistentes virtuais podem oferecer recomendações de produtos personalizadas com base nas preferências e histórico de compras dos clientes. Eles podem fazer perguntas para entender melhor as necessidades dos clientes e sugerir produtos que atendam a essas necessidades, melhorando a experiência de compra e aumentando as chances de conversão.

Suporte ao Cliente 24/7

- Com o marketing conversacional, as lojas de e-commerce podem fornecer suporte ao cliente em tempo real, a qualquer hora do dia. Isso inclui responder a perguntas frequentes, ajudar com problemas de pagamento e navegação, e resolver questões pós-venda, como devoluções e reembolsos.

Checkout Simplificado

- Integrar o processo de checkout em uma conversa pode reduzir o abandono do carrinho. Os chatbots podem guiar os clientes através do processo de pagamento, ajudar a preencher informações e até mesmo processar transações, tudo dentro de uma interface de conversação.

Gestão de Feedback

- Os chatbots podem solicitar e coletar feedback dos clientes após a compra. Isso não só fornece insights valiosos para o negócio, mas também faz com que os clientes se sintam ouvidos, aumentando a fidelidade à marca.

Notificações e Alertas

- Os clientes podem optar por receber atualizações sobre o status de seus pedidos, notificações de envio, alertas de estoque e informações sobre promoções futuras diretamente através de mensagens instantâneas, mantendo-os engajados e informados.

Recuperação de Carrinho Abandonado

- Chatbots podem ser programados para entrar em contato com clientes que abandonam seus carrinhos de compras, incentivando-os a completar a compra. Eles podem oferecer descontos especiais ou responder a dúvidas que possam ter impedido a finalização do pedido.

Upsell e Cross-sell

- Durante ou após a compra, os chatbots podem sugerir produtos complementares ou upgrades, aumentando o valor médio do pedido. Ao analisar o comportamento de compra, os chatbots podem fazer ofertas relevantes que têm maior probabilidade de serem aceitas.

Esses casos de uso demonstram como o marketing conversacional pode transformar a experiência de e-commerce, tornando-a mais interativa, personalizada e eficiente tanto para os clientes quanto para os vendedores.

Casos de Uso de Marketing Conversacional em Serviços Financeiros

Atendimento ao Cliente Automatizado

- Instituições financeiras utilizam chatbots para fornecer respostas rápidas a perguntas comuns, como saldos de contas, detalhes de transações recentes e informações sobre produtos bancários. Isso melhora a eficiência do atendimento ao cliente e libera os funcionários para lidar com questões mais complexas.

Consultoria Financeira Virtual

- Assistentes virtuais podem oferecer conselhos financeiros básicos, ajudando os clientes a entender melhor opções de investimento, planos de poupança e estratégias de gestão de dívidas, proporcionando uma experiência de consultoria mais acessível e personalizada.

Facilitação de Transações

- Chatbots podem ser integrados com sistemas de pagamento para permitir que os usuários realizem transações, como transferências de dinheiro e pagamentos de contas, diretamente através de uma interface de conversação, simplificando o processo e aumentando a conveniência.

Alertas e Notificações Proativas

- Os clientes podem receber alertas sobre atividades suspeitas, lembretes de pagamento de contas, notificações de saldo baixo e atualizações de mercado em tempo real, o que ajuda a manter a segurança da conta e a promover a gestão financeira responsável.

Onboarding Digital

- Chatbots podem guiar novos clientes através do processo de abertura de conta, coletando informações necessárias e ajudando na configuração inicial de serviços bancários online, tornando o onboarding mais eficiente e menos intimidador.

Suporte para Decisões de Crédito

- Ao interagir com um chatbot, os clientes podem receber orientações preliminares sobre a elegibilidade para empréstimos e opções de crédito, bem como ajuda para preencher pré-aplicações e entender os termos de crédito.

Educação Financeira

- Instituições financeiras podem usar o marketing conversacional para educar os clientes sobre finanças pessoais, oferecendo mini-cursos, dicas e quizzes interativos que incentivam uma melhor gestão financeira.

Personalização de Produtos e Serviços

- Com base nas interações e no histórico financeiro do cliente, os chatbots podem recomendar produtos e serviços personalizados, como tipos de contas, cartões de crédito e oportunidades de investimento que se alinham com as necessidades individuais do cliente.

Esses casos de uso ilustram como o marketing conversacional pode ser uma ferramenta poderosa no setor de serviços financeiros, não apenas para melhorar a eficiência operacional, mas também para enriquecer a experiência do cliente com interações mais relevantes e personalizadas.

Casos de Uso de Marketing Conversacional em Saúde e Bem-estar

Agendamento de Consultas

- Chatbots podem ser utilizados para agendar consultas médicas, permitindo que os pacientes escolham datas e horários disponíveis, e até mesmo selecionem seus prestadores de serviços de saúde preferidos, tudo isso sem a necessidade de interação humana direta.

Interação com Planos de Saúde

- Os usuários podem interagir com chatbots para entender melhor os detalhes de seus planos de saúde, cobertura de seguro, processos de reivindicação e opções de planos adicionais.

Triagem Virtual

- Chatbots equipados com algoritmos de inteligência artificial podem realizar uma triagem inicial dos sintomas dos pacientes, direcionando-os para o nível apropriado de cuidados ou aconselhando-os a procurar atendimento médico, se necessário.

Educação e Conscientização em Saúde

- Plataformas de conversação podem fornecer informações educacionais sobre condições de saúde, promover hábitos saudáveis e disseminar informações sobre prevenção de doenças, contribuindo para o bem-estar geral da população.

Gestão de Crises

- Em situações de crise ou alta demanda, como uma pandemia, os chatbots podem fornecer informações atualizadas, orientações de saúde pública e suporte emocional, aliviando a pressão sobre os recursos humanos.

Suporte Pós-consulta

- Após consultas ou procedimentos, chatbots podem fornecer informações de acompanhamento, como cuidados pós-operatórios, respostas a perguntas frequentes e diretrizes para recuperação, melhorando a experiência do paciente e o resultado do tratamento.

Feedback e Pesquisas de Satisfação

- Chatbots podem coletar feedback dos pacientes sobre suas experiências com serviços de saúde, o que pode fornecer insights valiosos para melhorar a qualidade do atendimento e a satisfação do paciente.

Acompanhamento de Saúde e Bem-estar

- Para pacientes com condições crônicas ou aqueles em programas de bem-estar, chatbots podem acompanhar o progresso, encorajar a manutenção de diários de saúde e fornecer dicas personalizadas para melhorar a saúde e o estilo de vida.

Lembretes de Medicamentos e Consultas

- Assistentes virtuais podem enviar lembretes automáticos para pacientes sobre a hora de tomar medicamentos ou quando está se aproximando a data de uma consulta, ajudando a aumentar a adesão ao tratamento e reduzir as taxas de não comparecimento.

Esses casos de uso mostram como o marketing conversacional pode ser integrado ao setor de saúde e bem-estar para melhorar a acessibilidade, a eficiência e a personalização do atendimento ao paciente, ao mesmo tempo em que alivia a carga de trabalho dos profissionais de saúde.

Casos de Uso de Marketing Conversacional na Educação

Orientação para Admissões

- Chatbots podem fornecer assistência passo a passo aos potenciais alunos durante o processo de admissão, esclarecendo dúvidas sobre prazos, documentação necessária e critérios de seleção, tornando o processo mais claro e menos intimidador.

Suporte Acadêmico

- Assistentes virtuais podem ajudar os alunos com perguntas sobre o conteúdo do curso, fornecer recursos adicionais de aprendizagem e orientar sobre como acessar materiais de estudo e bibliotecas online.

Agendamento e Administração

- Chatbots podem ser usados para agendar reuniões com professores, reservar recursos como salas de estudo e equipamentos e gerenciar tarefas administrativas, como a emissão de documentos acadêmicos.

Assistência Financeira e Bolsas de Estudo

- Os alunos podem receber informações e orientações sobre opções de financiamento, bolsas de estudo e auxílios estudantis através de uma interface de conversação, ajudando-os a encontrar maneiras de financiar sua educação.

Onboarding de Novos Alunos

- Para alunos recém-chegados, chatbots podem fornecer um tour virtual pelo campus, informações sobre a vida estudantil, orientações sobre serviços disponíveis e ajudar na integração social e acadêmica.

Feedback e Avaliações

- Instituições de ensino podem usar chatbots para coletar feedback dos alunos sobre cursos, professores e instalações, permitindo uma avaliação contínua e a melhoria da qualidade do ensino.

Lembretes e Notificações

- Chatbots podem enviar lembretes sobre prazos de trabalhos, datas de provas, reuniões de classe e eventos do campus, garantindo que os alunos estejam sempre atualizados e preparados.

Suporte a Distância e E-learning

- Para alunos de cursos online, chatbots podem oferecer suporte técnico, ajudar na navegação de plataformas de e-learning e facilitar a comunicação com tutores e colegas de classe.

Desenvolvimento de Habilidades e Carreira

- Chatbots podem fornecer orientação sobre desenvolvimento de carreira, ajudar na preparação de CVs, simular entrevistas de emprego e conectar alunos a oportunidades de estágio e emprego

Saúde Mental e Bem-estar

- Instituições educacionais podem oferecer suporte ao bem-estar dos alunos através de chatbots que fornecem recursos de saúde mental, conselhos para lidar com o estresse e informações sobre onde encontrar ajuda profissional.

Esses casos de uso destacam o potencial do marketing conversacional para transformar a experiência educacional, tornando-a mais acessível, personalizada e interativa, e ajudando as instituições a se comunicarem de forma mais eficaz com os alunos.

Casos de Uso de Marketing Conversacional em Turismo e Hospitalidade

Reservas e Agendamentos

- Chatbots podem facilitar o processo de reserva de hotéis, voos e pacotes turísticos, permitindo que os clientes façam reservas diretamente através de uma interface de conversação, a qualquer hora do dia.

Check-in e Check-out Automatizados

- Os hóspedes podem fazer check-in e check-out de suas acomodações usando chatbots, o que reduz as filas e melhora a eficiência operacional para os estabelecimentos de hospedagem.

Gerenciamento de Reclamações

- Chatbots podem oferecer uma primeira linha de resposta para reclamações ou problemas relatados pelos hóspedes, acelerando a resolução e melhorando a satisfação do cliente.

Assistência de Viagem 24/7

- Viajantes podem acessar assistência a qualquer momento com chatbots que fornecem informações sobre vistos, vacinas necessárias, condições climáticas e dicas de segurança.

Serviços de Concierge Virtual

- Chatbots podem atuar como concierges, ajudando os hóspedes a agendar serviços de spa, reservar mesas em restaurantes e organizar transporte, tudo isso através de uma conversa interativa.

Feedback e Avaliações

- Após a estadia ou experiência de viagem, chatbots podem solicitar feedback dos clientes, permitindo que as empresas de turismo e hospitalidade coletem avaliações e sugestões de forma eficiente.

Notificações e Alertas de Viagem

- Os clientes podem receber atualizações em tempo real sobre o status de seus voos, alterações de reserva e alertas de viagem importantes, garantindo que estejam sempre informados.

Integração com Programas de Fidelidade

- Chatbots podem gerenciar programas de fidelidade, informando os hóspedes sobre seus pontos, benefícios disponíveis e como resgatar recompensas.

Suporte Multilíngue

- Para atender a uma clientela global, chatbots podem oferecer suporte em vários idiomas, eliminando barreiras de comunicação e melhorando a experiência do cliente internacional.

Esses casos de uso demonstram como o marketing conversacional pode ser uma ferramenta valiosa no setor de turismo e hospitalidade, oferecendo conveniência, personalização e suporte contínuo para melhorar a jornada do cliente desde o planejamento até o pós-viagem.

Casos de Uso de Marketing Conversacional no Setor Imobiliário

Qualificação de Leads

- Chatbots podem fazer perguntas iniciais para qualificar leads, coletando informações sobre as preferências dos compradores, faixa de preço desejada e características essenciais do imóvel, ajudando corretores a focar em clientes potenciais com alto interesse.

Agendamento de Visitas

- Assistentes virtuais podem coordenar agendas e agendar visitas aos imóveis, permitindo que os clientes escolham horários convenientes sem a necessidade de várias trocas de e-mails ou chamadas telefônicas.

Informações Detalhadas dos Imóveis

- Chatbots podem fornecer informações detalhadas sobre os imóveis, incluindo fotos, vídeos, plantas baixas e características específicas, respondendo a perguntas dos clientes em tempo real.

Atualizações de Listagens

- Os clientes podem se inscrever para receber atualizações automáticas sobre novos imóveis que correspondam aos seus critérios de busca, garantindo que eles sejam os primeiros a saber quando um imóvel desejado chega ao mercado.

Assistência para Documentação

- Chatbots podem ajudar os clientes a entender e reunir a documentação necessária para a compra ou aluguel de um imóvel, simplificando o processo e reduzindo atrasos.

Suporte Pós-venda

- Após a conclusão de uma transação, chatbots podem continuar a fornecer suporte, ajudando com perguntas sobre mudanças, serviços públicos e manutenção, mantendo um relacionamento contínuo com o cliente.

Feedback e Testemunhos

- Chatbots podem solicitar feedback sobre a experiência de compra ou aluguel e coletar testemunhos de clientes satisfeitos, que podem ser usados para melhorar o serviço e como prova social para futuros clientes.

Integração com Serviços de Localização

- Chatbots podem integrar serviços de localização para fornecer recomendações de imóveis com base na localização atual do usuário ou em áreas de interesse específicas.

Realidade Virtual e Tours Virtuais

- Para imóveis que oferecem tours virtuais, chatbots podem guiar os clientes através dessas experiências, fornecendo informações contextuais e respondendo a perguntas durante o tour.

Negociação e Fechamento

- Em alguns casos, chatbots podem facilitar as etapas iniciais da negociação, coletando ofertas e intenções de compra antes de passar o lead para um corretor humano para o fechamento.

Esses casos de uso ilustram como o marketing conversacional pode ser uma ferramenta poderosa no setor imobiliário, ajudando a otimizar o processo de vendas, melhorar a experiência do cliente e aumentar a eficiência dos corretores de imóveis

Casos de Uso de Marketing Conversacional em Tecnologia e SaaS

Suporte ao Cliente e Resolução de Problemas

- Chatbots podem oferecer suporte técnico imediato, ajudando os usuários a resolver problemas comuns e responder a perguntas frequentes, o que pode reduzir significativamente o volume de tickets de suporte.

Onboarding de Usuários

- Assistentes virtuais podem guiar novos usuários através do processo de onboarding, apresentando funcionalidades chave, fornecendo tutoriais interativos e ajudando na configuração inicial do software.

Geração e Qualificação de Leads

- Chatbots podem capturar informações de contato de visitantes do site e qualificar leads fazendo perguntas sobre o tamanho da empresa, necessidades de negócios e intenção de compra.

Feedback e Coleta de Dados

- Chatbots podem solicitar feedback dos usuários sobre recursos específicos, coletar dados sobre a utilização do software e identificar áreas para melhorias ou desenvolvimento de novas funcionalidades.

Renovação e Upsell de Assinaturas

- Chatbots podem notificar os usuários sobre a proximidade do fim de suas assinaturas e oferecer renovações ou upgrades, apresentando novos pacotes e funcionalidades adicionais.

Demonstrações e Tutoriais de Produtos

- Chatbots podem fornecer demonstrações interativas ou tutoriais de produtos sob demanda, ajudando os usuários a entender melhor como utilizar o software para atender às suas necessidades.

Gestão de Crises e Comunicações de Serviço

- Em caso de interrupções ou problemas de serviço, chatbots podem fornecer atualizações em tempo real e informações sobre a resolução de problemas, mantendo a transparência com os usuários.

Personalização de Serviços

- Com base na interação do usuário com o software, chatbots podem recomendar configurações personalizadas, integrações e fluxos de trabalho que melhoram a experiência do usuário.

Integração com Outras Plataformas

- Chatbots podem ser integrados com outras plataformas de negócios, como CRM e sistemas de gestão de projetos, para facilitar uma experiência de usuário mais coesa e automatizada.

Assistência em Vendas e Consultoria de Produtos

- Chatbots podem atuar como assistentes de vendas virtuais, fornecendo informações sobre produtos, comparando planos e ajudando os clientes na escolha da solução mais adequada para suas necessidades.

Esses casos de uso destacam o potencial do marketing conversacional para empresas de tecnologia e SaaS, não apenas para melhorar a eficiência operacional, mas também para enriquecer a experiência do cliente com interações mais relevantes e personalizadas.

Casos de Uso de Marketing Conversacional no Mercado Automotivo

Informações sobre Modelos de Veículos

- Chatbots podem fornecer detalhes sobre modelos de carros, especificações técnicas, opções de personalização e preços, permitindo que os clientes façam pesquisas detalhadas antes de visitar a concessionária.

Agendamento de Test Drives

- Assistentes virtuais podem agendar test drives para os clientes, perguntando sobre preferências de horário e modelo de veículo, e coordenando com a disponibilidade da concessionária.

Financiamento e Opções de Leasing

- Chatbots podem explicar diferentes opções de financiamento, leasing e seguros, ajudando os clientes a entender termos e condições e a tomar decisões informadas sobre a compra.

Suporte Pós-venda e Manutenção

- Após a compra, chatbots podem oferecer lembretes de manutenção, agendar serviços e fornecer dicas de cuidados com o veículo, mantendo os clientes engajados e informados.

Avaliação de Veículos Usados

- Para clientes interessados em trocar seus veículos, chatbots podem coletar informações sobre o carro atual e fornecer uma estimativa inicial de troca ou venda.

Assistência em Caso de Avarias

- Em caso de problemas com o veículo, chatbots podem fornecer assistência inicial, como solução de problemas básicos ou coordenação de serviços de reboque.

Customização de Veículos

- Chatbots podem auxiliar os clientes na customização de veículos novos, guiando-os através de opções de cores, acessórios e pacotes de acabamento.

Lançamentos e Promoções

- Chatbots podem informar os clientes sobre novos lançamentos, eventos especiais e promoções atuais, incentivando a visitação à concessionária ou o acesso ao site para mais informações.

Feedback e Pesquisas de Satisfação

- Após a interação com a concessionária ou serviço, chatbots podem coletar feedback dos clientes, o que é vital para melhorar o serviço e a satisfação do cliente.

Educação do Consumidor

- Chatbots podem educar os consumidores sobre novas tecnologias automotivas, como veículos elétricos e sistemas de assistência ao motorista, ajudando-os a compreender os benefícios e as funcionalidades dessas inovações.

Esses casos de uso mostram como o marketing conversacional pode ser aplicado no mercado automotivo para melhorar a experiência do cliente, otimizar o processo de vendas e manutenção, e fornecer um serviço de atendimento ao cliente mais eficiente e personalizado.

Gostou desse conteúdo?

Se você se beneficiou das informações e insights compartilhados neste e-Book, temos uma pequena solicitação:
Compartilhe a riqueza do conhecimento!
Se cada pessoa que ler este material compartilhar com apenas uma pessoa, imagine o impacto positivo e a onda de conhecimento que podemos criar juntos!

Conecte-se Conosco!

Não permita que esta seja a última vez que nos encontramos! Conecte-se conosco em nossas redes sociais e seja o primeiro a receber atualizações, insights exclusivos e conteúdo adicional que só a nossa comunidade online tem acesso.

Clique abaixo e conecte-se

hablla.com/blog **hablla.com/ebooks**

Conheça o Hablla:

Simplificando a comunicação

hablla.com

Todos os planos do Hablla possuem:

Operação: Pessoas, organizações, atendimentos, quadros, atividades, CDN, disparo em massa, studio, dados e relatórios

Studio: fluxos de automação, campos personalizados, dicionário de dados, repositório (RPO)

Configurações: time, permissões, expediente, feriados, produtos, setores, motivo de atendimento, resposta rápidas, etiquetas, gerenciamento de SLA

Quadros: Múltiplos funis de oportunidades, atividades e tickets, anotações, eventos, produtos, atividades

Conheça a Agência Pericoco:

Pericoco

Marketing Conversacional

pericoco.com.br

Aperfeiçoe seu funil de vendas através de soluções de conversação

Somos especialistas na implantação e integração com o Hablla, ferramenta que permite incorporar toda sua empresa dentro dos canais conversacionais, incluindo o WhatsApp e Integrar com soluções como RD Station e TOTVS.
Em processo contínuo de atualização e aprendizado, em 2023 a agência tem o seu core business pautado em Soluções Digitais com o Olhar Humano aplicado em três vertentes: **Marketing**: Produção de conteúdo e estratégias de relacionamento. **Negócios**: Campanhas em todas as mídias onlines, conversão, processos e mensuração. **Trends**: Desenvolvimento de logística de integração de tecnologias e processos para comunicação e negócios.