

WhatsApp comme nouveau levier de croissance

L'essor de WhatsApp en marketing

Dans un paysage digital où les clients privilégient de plus en plus les applications de messagerie, WhatsApp s'impose comme un canal marketing incontournable.

Ses performances parlent d'elles-mêmes : **un taux d'ouverture de plus de 90% et un taux de clic de 30%¹**. Cette plateforme est un atout majeur pour dynamiser chaque étape de la relation client, de l'acquisition à la fidélisation, stimulant ainsi la Lifetime Value (LTV) de vos clients et votre rentabilité.

50
millions
d'utilisateurs
WhatsApp en
France².

3 axes pour transformer vos conversations WhatsApp en source de conversions

1

Une relation client réinventée

Créez un lien privilégié avec vos clients grâce à des **contenus dynamiques et conversationnels**. Contrairement aux outils traditionnels en CRM, WhatsApp facilite l'échange via des audios ou des vidéos, s'alignant parfaitement sur les attentes d'un consommateur en quête de contenu engageant. C'est l'outil idéal pour dynamiser vos interactions avant et après l'achat.

2

La rétention comme moteur de croissance

Augmenter la Lifetime Value (LTV) de vos clients est crucial pour votre croissance. Pour cela, il est nécessaire de travailler ses cohortes avec attention. En ce sens, WhatsApp renforce le **sentiment d'exclusivité** en permettant des communications ultra-ciblées : ventes privées, accès anticipés, ou clubs VIP. Vous transformez ainsi vos clients fidèles en véritables ambassadeurs, solidifiant un lien unique.

3

La collecte d'opt-ins plus rentables

L'obtention du consentement de vos utilisateurs (les "opt-ins") est primordiale. Il est prouvé que **ces contacts sont plus rentables que les autres, que ce soit en termes de fréquence et de cycle de réachat, ou de Lifetime Value**. WhatsApp représente un nouveau canal de contact puissant, offrant une rupture et une alternance bienvenues par rapport à l'email. Les marques augmentent ainsi significativement leur capacité à atteindre leur base de clients et, par conséquent, améliorent la rentabilité de chaque acquisition.

De l'interaction à la conversion : le nouveau pouvoir de WhatsApp.

Enora Le Nozaih,
CSM Lead, WAX