

Guide WhatsApp API

20:09



Pour les entreprises
par CM.com

20:09



Le guide complet pour
tout savoir sur la nouvelle
API WhatsApp pour les
entreprises



Table des matières

CHAPITRE 1

Introduction

CHAPITRE 2

Mutation technologique

CHAPITRE 3

WhatsApp

CHAPITRE 4

WhatsApp Business

CHAPITRE 5

WhatsApp API

CHAPITRE 6

Experience client

CHAPITRE 7

CM.com France

Introduction

Nous sommes début Août 2018 et WhatsApp annonce une grande nouvelle pour le marketing mobile, la tant attendue API WhatsApp pour les entreprises est arrivée.

Première réaction – enfin ! Deuxième réaction, qu'est-ce que l'on peut faire avec cette nouvelle API et comment l'implémenter ? On va vous aider à y voir plus clair.

L'API WhatsApp apporte son lot de spécificités, de nouveaux usages et de révolutions en matière de communication. Mais avant de rentrer dans le vif du sujet, il est peut être bon de faire le point sur ce qu'est WhatsApp aujourd'hui. Une simple application mobile de communication ou bien plus ? Indice – c'est bien plus !

À l'heure où nous écrivons ces lignes, le nombre de messages échangés au quotidien sur WhatsApp ne cesse d'augmenter, et se compte en milliards. Depuis le début de l'année, on compte pas moins de 60 milliards de messages par jour, soit plus de 694 000 messages par seconde ! Avec de tels chiffres, inutile de préciser que WhatsApp fait parti du quotidien de nombreux français.

Habitué à des échanges simples, rapides et en toute confiance quand nous échangeons avec nos proches, pourquoi ne serait-il pas possible d'avoir cette même proximité dans nos échanges avec les entreprises ?

WhatsApp s'est posé cette question !

Pour y répondre, ils ont lancé en 2017 WhatsApp Business pour connecter directement sur la plateforme utilisateurs et entreprises. Aujourd'hui, pour aller encore plus loin - WhatsApp lance désormais son API afin de créer une relation enrichie entre les entreprises et leurs clients.

Vous pouvez retrouver tous les détails techniques sur la documentation de Facebook - WhatsApp Business API Docs.



Mutation technologique

Un monde en mutation

Aujourd'hui – tout va de plus en plus vite !

Il a fallu 75 ans au téléphone pour toucher 50 millions d'utilisateurs, 38 ans pour la radio, 14 ans pour la télévision, 4 années seulement pour Internet et 2 ans pour Facebook. Quant à l'application WhatsApp, elle a atteint les 200 millions d'utilisateurs en 4 ans d'existence.



Que nous apprennent ces chiffres ?

L'ère Internet a créé une sorte de "boum" dans nos usages, nous propulsant à l'ère de l'information, de l'innovation et de la croissance rapide. À la différence du téléphone, de la radio ou encore de la télévision qui ont nécessité des investissements massifs en infrastructure pour se développer, les produits liés à Internet bénéficient d'une relative simplicité pour leur déploiement. La disponibilité d'infrastructure à la demande comme Amazon Web Services en sont une des principales raisons. Il n'a jamais été aussi simple de scaler.

Avec 1,5 milliard d'utilisateurs sur sa plateforme, Facebook est l'emblème de cette révolution accélérée.

Les réseaux sociaux réorganisent la manière dont nous partageons, communiquons, achetons, jouons et travaillons. Près d'un quart des ados sont sur les réseaux sociaux "presque constamment" et 70% se connectent de nombreuses fois par jour.

Le taux de pénétration des plateformes sociales aux Etats-Unis est passé de 8% en 2005 à 75% actuellement, et cela passe même à 90% chez les 18-30ans.

Aujourd'hui, 70% de l'accès à Internet se fait par le biais d'une application, et donc d'un smartphone. Dans de nombreux pays d'Afrique ou d'Asie, la transition est encore plus rapide, puisqu'on y saute une étape en possédant un smartphone sans posséder un ordinateur ! L'adoption intensive et quotidienne du smartphone est tout aussi constatée dans les pays développés.

Un monde mobile et connecté

Il n'a jamais été aussi facile de rester connecté au monde - un monde avec de moins en moins de frontières et de contraintes.

Pour Sophie par exemple, c'est rien de moins qu'une "révolution". Depuis 2013, cette étudiante parisienne utilise WhatsApp pour envoyer des messages instantanés à sa famille. Elle a même acheté un smartphone spécialement pour ça, sur les conseils de sa soeur, au Japon à l'époque. Depuis, Sophie mène des conversations groupées avec ses parents, ses cousins en Argentine et ses anciens coloc' de Rome.

Une fois qu'on a une connexion internet, on n'a presque plus besoin de forfaits de téléphone.

WhatsApp

L'avènement de WhatsApp

WhatsApp - on ne présente plus l'icone verte et son téléphone blanc.

Avec ses 1,5 milliard d'utilisateurs actifs dans plus de 180 pays, Whatsapp compte autant, et parfois plus, d'utilisateurs que les réseaux sociaux les plus populaires comme Twitter ou Facebook.

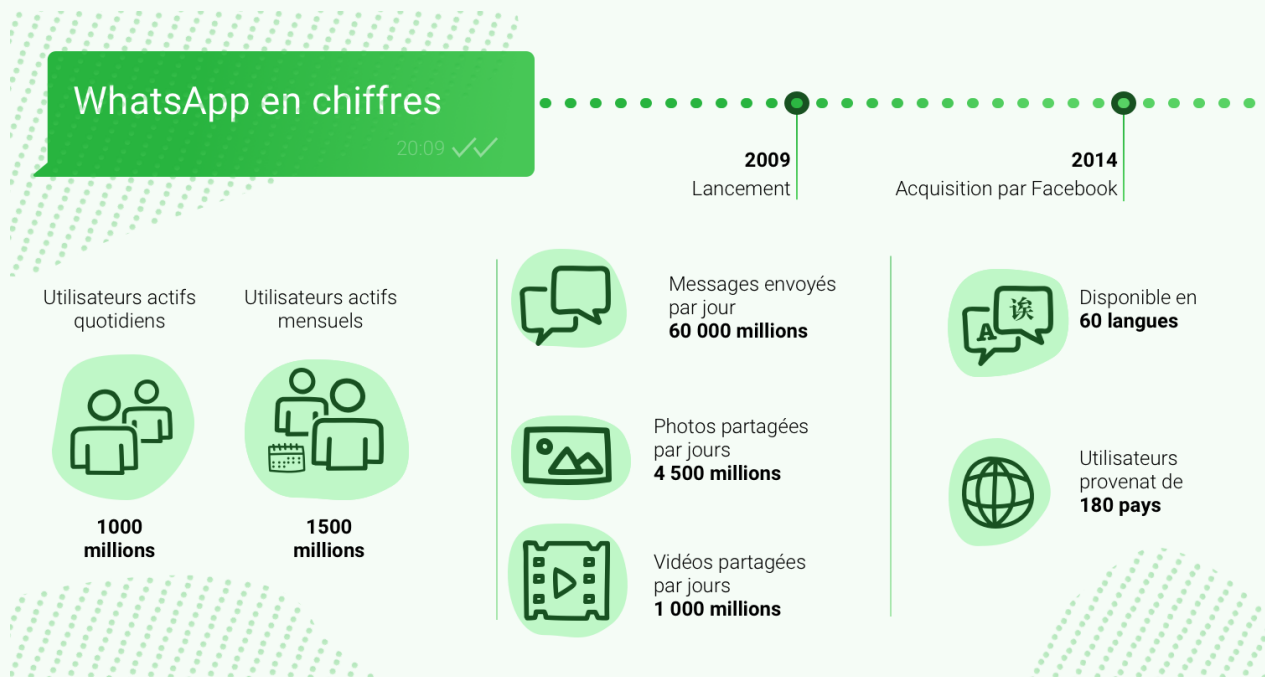
L'application de messagerie mobile doit son succès, en grande partie, à la gratuité de son offre ! L'application a toujours été et restera entièrement gratuite pour les particuliers. Un modèle que de nombreux utilisateurs apprécient puisque l'application n'a pas cédé aux champs des sirènes des annonces publicitaires ou de l'offre payante forcée. Merci Jan !

Mais WhatsApp, c'est quoi concrètement ?

WhatsApp vous permet d'envoyer un message instantané à une personne ou un groupe de contacts sous plusieurs formes : texte, photo, vidéo, ou même message audio. L'envoi de ces messages passe par Internet et non par le forfait Mobile (comme les SMS). Ce mode de fonctionnement rend l'application particulièrement populaire pour les utilisateurs qui ne disposent pas de forfait SMS illimité ou encore auprès de voyageurs qui préfèrent naviguer de wifi en wifi.

Cette popularité grandissante et son internationalisation rapide a fait des envieux et Facebook a racheté WhatsApp en 2014 pour la modique somme de 19 milliards de dollars, soit 40 \$ l'utilisateur du service de messagerie instantanée !

Un rachat qui a permis à WhatsApp d'effectuer de nombreuses améliorations. Aussi bien au niveau de sa qualité de service, que des fonctionnalités avancées.



Il est désormais possible de créer des groupes de discussions, d'ajouter des contenus médias ou encore de se géolocaliser bien plus facilement qu'avant. L'application met régulièrement en avant ses fonctionnalités de partage de documents et ses appels vidéo. De réels avantages par rapport à d'autres applications de messagerie instantanée.

WhatsApp n'a pas de frontière

Présent dans 180 pays, l'application a même plutôt tendance à nous faire oublier les frontières !

Pour les touristes, l'application résout les problèmes posés par les coûts du hors forfait que l'on peut connaître lorsqu'on voyage.

Pour les locaux, elle permet d'éviter un abonnement parfois trop coûteux où le prix du SMS reste très élevé. C'est le cas par exemple au Brésil, au Mexique ou encore en Malaisie, où 60 % de la population utilise l'application.

La solution est aussi très populaire dans les pays en développement où les infrastructures mobiles ne sont pas encore au niveau.

WhatsApp n'a pas de plateforme de préférence

Enfin, WhatsApp est compatible avec un grand nombre de smartphones ce qui rend ce service encore plus accessible. Pas de dualité Android vs. Iphone avec WhatsApp ! Vous pouvez aussi retrouver l'application sur votre ordinateur, une fois de plus Mac ou PC Windows, tout le monde s'y retrouve.

WhatsApp n'est pas un SMS

Vous l'aurez compris, WhatsApp passe par le réseau internet pour envoyer vos messages.

Mais plus qu'une simple différence de délivrabilité, les deux messages ne jouent pas vraiment dans la même catégorie. Quand le SMS se "contente" de texte – WhatsApp permet des échanges riches en contenus (Texte, Image, Vidéo, Audio et fichiers). Cela permet des usages et des conversations bien plus intéressantes.

Cela est vrai pour les particuliers, mais cela est encore plus vrai
pour les entreprises !

WhatsApp Business

Ouverture de WhatsApp aux entreprises

WhatsApp souhaite proposer son application aux entreprises afin de faciliter les échanges entre la marque et son client grâce à de nombreuses fonctionnalités comme la création d'un profil professionnel avec toutes les informations pratiques, messages types pour répondre facilement aux questions fréquentes, réponses automatiques comme un message d'accueil ou d'absence lorsque le client débute une conversation, etc.

Pourquoi et comment utiliser WhatsApp Business ?

WhatsApp Business est une application Android que vous pouvez télécharger qui vous permettra de communiquer facilement avec vos utilisateurs en utilisant des outils permettant d'automatiser, d'organiser et de répondre rapidement aux messages. Simple à mettre en place, WhatsApp Business ne nécessite que quelques étapes:

1

Se créer un compte WhatsApp & un profil professionnel pour votre entreprise.

C'est grâce à ce profil que vous allez pouvoir entrer toutes les informations pratiques pour les utilisateurs : votre activité, votre adresse, votre site internet, etc.

2

Valider votre compte professionnel.

Faire valider et authentifier votre compte professionnel vous permettra d'être identifié par les utilisateurs comme un compte référent - comme le petit label bleu sur Twitter.

3

Pré-enregistrer des messages d'accueil ou d'absence.

Pour répondre rapidement avec des messages d'accueil ou des messages en cas d'absence pour éviter les non-réponses.

4

Lier votre compte à WhatsApp Web.

L'application web vous facilitera la gestion des messages depuis votre ordinateur.

5

Analyser vos discussions.

Grâce aux statistiques proposées vous serez en mesure de comprendre et peaufiner vos messages et votre stratégie marketing avec WhatsApp.

L'objectif de cette offre business est d'améliorer la communication avec vos clients en leur proposant un peu plus qu'un simple message. Mais l'application WhatsApp Business ne s'est pas contentée de ça !

Pour aller plus loin, il y a l'API WhatsApp pour les entreprises.

C'est la fonctionnalité qui fait la différence. Mais
quelle différence ?

WhatsApp API

De WhatsApp Business, à l'API WhatsApp pour les entreprises

L'API WhatsApp pour les entreprises ou "WhatsApp Business API" vous permet de fournir des expériences clients encore plus poussées et personnalisées en prenant en compte le contexte. Et tout cela programmatiquement !

Pour annoncer le lancement de cette nouvelle offre, WhatsApp présente les choses de cette manière :

“

Nous souhaitons proposer des moyens permettant aux entreprises d'échanger avec les utilisateurs sur WhatsApp. Pourquoi pas lors des commandes ou des transactions ? Ou bien pour confirmer un rendez-vous, envoyer une notification d'envoi ou de livraison, communiquer les nouveaux produits et services, ou encore favoriser le marketing : les messages pourraient contenir un lien vers une offre ou un article qui pourrait vous intéresser.

”

Qu'il s'agisse d'envoyer une confirmation d'expédition, un rappel pour un rendez-vous ou les tickets 2h avant le début de l'événement. Tous les scénarii sont désormais possibles, et tout cela à large échelle. En plus d'envoyer un message contextuel, vous pouvez envoyer vos communications sous 3 formats en plus du texte; audio, document et image. Comme il est possible de le faire aujourd'hui sur d'autres applications comme Facebook Messenger, vous pouvez maintenant envoyer vos billets d'avion, confirmations de réservation ou notifications de livraison nativement par WhatsApp.

L'expérience de vos utilisateurs n'a désormais plus de limite !

Enfin si peut être, le prix des messages WhatsApp. Le tarif premium réservera ce canal à certains usages spécifiques. Il ne viendra donc pas remplacer tous les usages marketing mobiles aujourd'hui disponibles avec le SMS, notamment les messages promotionnels

On oublie le message faussement personnalisé qui commence par "Salut *prénom* !" pour feinter une connaissance personnelle de chacun de ses clients. Créer une relation à travers un message, c'est avant tout comprendre son client. Pour le comprendre, il faut savoir ce qu'il a fait avant (ses achats précédents), les questions qu'il a posé au Service Client par exemple, les informations qu'il a laissé sur votre site (son adresse, sa date de naissance, son point relais ...).

Pour créer une relation - voire carrément une expérience - à travers ce qu'on appelle "un simple message", c'est prendre en compte tout cela afin de répondre au mieux à sa demande présente. C'est ça l'expérience que vous pouvez créer aujourd'hui sur WhatsApp !

L'expérience client

L'expérience client au centre des usages avec l'API WhatsApp

L'expérience client est primordiale, et c'est un enjeu majeur pour les entreprises. Mais pourquoi les marques d'aujourd'hui sont autant obnubilées par l'expérience utilisateur ?

Elle permet de construire la fidélité, la recommandation et l'engagement. Pourtant, l'expérience client est trop souvent mal comprise – voire pire, elle serait mal menée.

Le concept de “customer experience” est né à la fin des années 1990 avec l'ouvrage *The Experience Economy* (de Joseph B. Pine et James H. Gilmore). L'enjeu à présent n'est plus de proposer des produits ou des services aux clients, mais plutôt des expériences permettant de distinguer une marque de ses concurrents et de créer un engagement plus fort.

On pourrait résumer l'expérience client de cette façon : marquer l'esprit du client par un ensemble d'interactions avec la marque ou l'entreprise lors de son parcours d'achat ou de consommation.

À l'ère de la digitalisation et des applications mobiles, que signifie vraiment ce concept ? À quoi pourrait ressembler l'expérience client sur une application ?

L'expérience client à l'ère d'Internet

C'est rendre votre client unique. Écouter votre client, lui accorder du temps, lui procurer des sensations, l'imprégner d'une ambiance, l'émouvoir... sont autant de manières de créer un lien solide avec lui.

Mais c'est aussi tenir compte de ce qu'il veut, de ce qu'il attend, de ce qu'il espère. Faire de votre offre la meilleure et la plus adéquate du marché pour lui. Celle qui répond à ses attentes, mais correspond également totalement à son environnement, ses valeurs, etc.

Vous tissez ainsi avec chaque client une relation unique subtile et pérenne qui fera du processus d'achat bien plus qu'un simple geste de consommation. Voilà tout l'enjeu d'une démarche marketing qui construit l'expérience d'achat comme étant réellement centrée sur le client.

WhatsApp a décidé de se concentrer sur l'expérience client avec cette nouvelle API. Qu'est-ce que cela veut dire concrètement ?

Pas de message marketing

WhatsApp a pris une décision importante en développant cette nouvelle API – vous ne pouvez pas envoyer de messages marketing.

WhatsApp ne vous permettra pas d'envoyer votre campagne de promotion pour votre nouveau produit, vos offres promotionnels ou encore vos invitations aux Ventes Privées par exemple. C'est bien dommage on vous l'accorde. Mais WhatsApp a pris cette décision pour se concentrer sur un autre sujet – les usages riches.

Des messages riches & contextualisés

Tous les messages envoyés à travers l'API de WhatsApp se doivent d'être contextualisés.

C'est-à-dire, attendu.

Ils sont la réponse à une question, ils sont la confirmation d'une action, ils sont l'alerte à un événement. Cela peut être une alerte de livraison après avoir fait une commande sur internet, une confirmation de numéro de siège dans le train de que vous prenez demain, un code pour entrer dans la salle de cinéma après avoir acheté vos tickets sur l'application.

Mais un mot d'ordre – pas de promotion.

Une restriction volontaire de la part de l'application, parfois peu comprise par les équipes marketing avec lesquelles nous avons pu discuter. Passée cette déception, les usages sont cependant multiples.

Commande #2546

Votre commande est en cours de livraison, arrivée prévue pour **12h25**



Envoyez des alertes et notifications

Utilisez WhatsApp pour envoyer vos alertes ou notifications à vos clients.

Support Client

Répondez directement aux questions de vos clients disposant de WhatsApp depuis votre outil de support client interne.

Bonjour,

Je n'arrive pas à me connecter à mon espace en ligne. (Numero client #1243)

Bonjour Mr. Pierre,

Notre technicien est actuellement sur le problème, votre compte sera réactivé très prochainement.

Tout fonctionne correctement, merci pour votre réactivité !
Bonne journée.

OTP

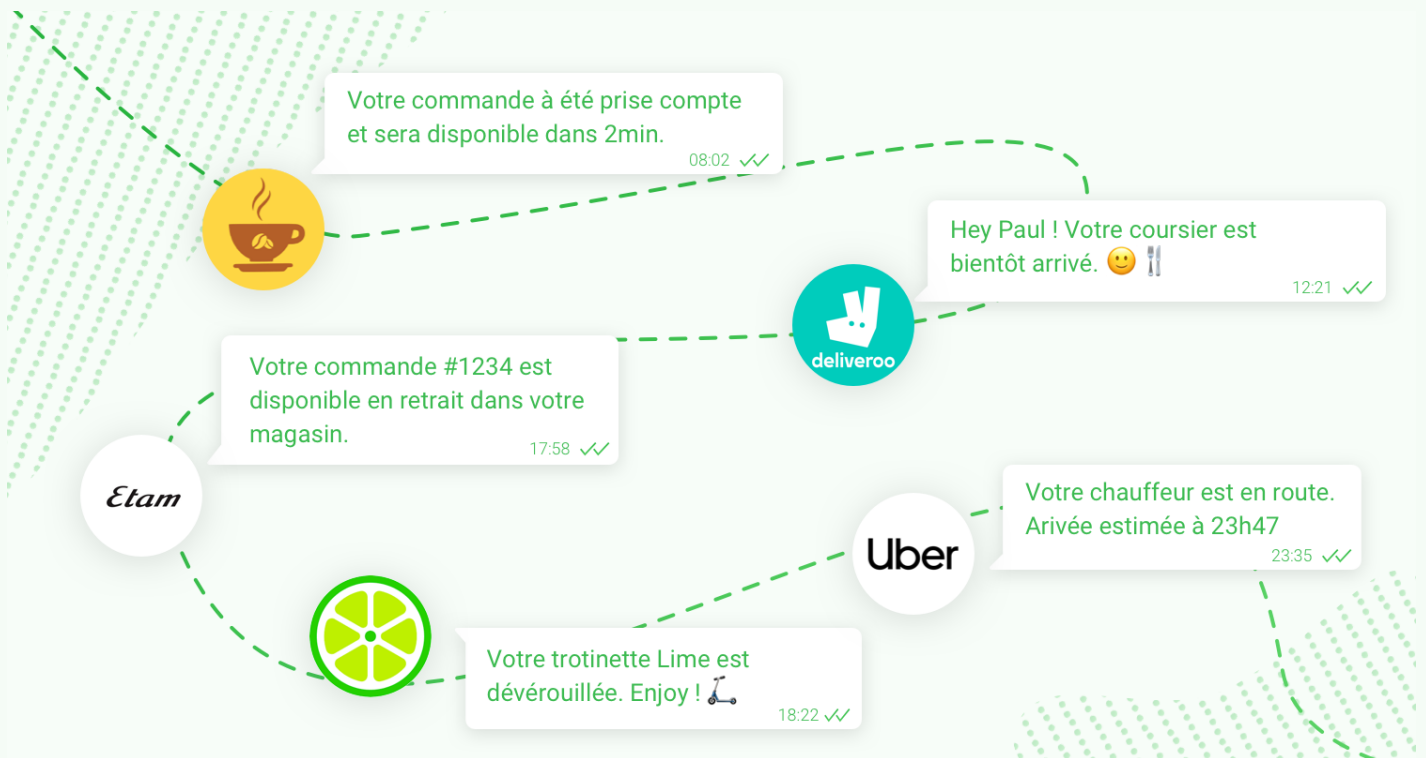
Confirmez votre achat en ligne
Mot de passe : **681543**



Authentification (2FA)

Authentifiez vos clients directement depuis WhatsApp. Un nouveau moyen de sécuriser vos apps sans sortir de WhatsApp.

À quoi ressemblerait une journée type pour Paul si les entreprises utilisaient l'API de WhatsApp pour créer des expériences riches et personnalisées ?



Il commence sa journée comme toutes les autres, en retard.

Juste le temps de commander de quoi petit déjeuner à la boulangerie en bas de chez lui, il reçoit un message en sortant de son immeuble : sa commande a bien été prise en compte, elle sera prête dans 2 min. Parfait, juste le temps d'arriver.

Midi arrive - rebelote, Il commande à manger chez Sushi Shop avec Deliveroo. La livraison est en cours. Miam.

Dans l'après-midi, il reçoit une notification d'Etam : il voulait faire un cadeau à sa copine mais il semblerait que le produit choisi parte vite. C'est le dernier exemplaire et s'il ne valide pas son panier il sera pour quelqu'un d'autre.

L'heure tourne et voilà qu'il louperait presque le dîner d'anniversaire de son ami. Paul chevauche alors sa monture - une trottinette Lime. Il reçoit un message d'une autre amie lui demandant où il est ? Toujours en retard apparemment...

Fin de soirée - le vin était bon. Un peu trop bon. Paul commande un Uber - c'est l'heure de dormir.

C'est ce genre d'expériences que vous devez créer ou au moins vers lesquelles tendre.

Pas forcément facile techniquement ceci-dit.

CM.com France

Comment nous pouvons vous aider ?

Si vous êtes arrivé jusque là, j'espère que vous êtes emballés. Nous le sommes !

Cette nouvelle API que WhatsApp vient de lancer vous permet de créer de nombreux usages riches et personnalisés.

Et si on vous dit maintenant que vous pouvez encore démultiplier cela ?

Nous intégrons actuellement l'API de WhatsApp dans notre API de messaging pour vous faire profiter de notre expertise technique et de notre accompagnement.

Une raison - vous permettre de vous concentrer sur l'expérience client.

En utilisant CM.com, vous bénéficiez d'une infrastructure technique, conçue pour la scalabilité mais aussi et surtout des autres canaux de communication déjà intégrés dans notre API de messaging - notamment le SMS avec des fallbacks si votre client n'a pas accès à internet ou n'a pas WhatsApp.

Utiliser CM.com pour implémenter votre stratégie de messaging c'est utiliser une seule API pour tous vos scénarii. Bénéficier d'une expertise technique et d'un accompagnement quant au déploiement de votre stratégie avec une équipe à votre écoute basée en France.

	WhatsApp Business API	WhatsApp Business API Avec CM France
Profil professionnel et certifié	✓	✓
Outils de messagerie	✓	✓
Historiques des messages / clients	✓	✓
Messages automatiques	✓	✓
Réponses rapides paramétrées	✓	✓
Statistiques de communication	✓	✓
Fallbacks SMS	✗	✓
Expertise Mobile	✗	✓
Infrastructure	✗	✓
Accompagnement	✗	✓
API CM (bénéficier d'autres canaux de communication en + de WhatsApp)	✗	✓