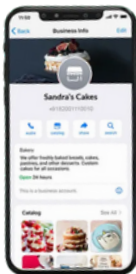


## WhatsApp Business

### Ses objectifs

“



WhatsApp Business est une version de WhatsApp qui permet aux entreprises de communiquer facilement avec leurs clients grâce à différentes fonctionnalités :

- les messages automatisés,
- les profils d'entreprise : pour présenter l'activité, les horaires, l'adresse ...
- et les **chaînes** : un espace distinct des discussions pour que les entreprises envoient de façon unilatérale des actualités aux consommateurs.

Les clients peuvent trouver la chaîne de plusieurs manières : lien externe, partage par leur entourage ou recherche dans l'application.

Son objectif est de faire gagner du temps pour que le professionnel se concentre à développer son entreprise et garder un lien avec la clientèle.

### Un outil adapté pour les producteurs ?

WhatsApp Business présente plusieurs avantages pour les producteurs locaux cherchant à faciliter la communication avec leur clientèle. Grâce à des fonctionnalités comme le profil entreprise ou le catalogue de produits, le producteur peut mettre en avant ses produits, ses horaires, son adresse, etc. de façon rapide et efficace.

Mais les chaînes autorisant seulement les utilisateurs à réagir avec des émojis ou répondre à des sondages, les échanges avec les consommateurs sont limités. C'est un bon outil pour donner des informations à tous mais les échanges plus approfondis se font en privé.

### Les bénéfices pour les clients

- Consulter les produits et services grâce à un catalogue et le partager avec leur entourage
- Rentrer directement en contact avec le producteur via une conversation WhatsApp, ce qui intensifie l'idée de mise en relation
- Acheter directement sur la plateforme
- Suivre les actualités grâce à la fonctionnalité de chaîne



### Whatsapp Business & Obsmart



Dans le programme Obsmart des expérimentations seront menées autour de l'usage de WhatsApp Business comme outil de mise en relation directe entre producteurs locaux et consommateurs. L'objectif est d'évaluer concrètement comment cette application, largement utilisée au quotidien, peut contribuer à valoriser les produits locaux, faciliter la communication, fidéliser les clients, et encourager des pratiques de consommation plus ancrées dans les territoires.