

## Consórcio Magalu recorre ao Whatsapp para transformar jornada em experiência



[Clique aqui para abrir a imagem](#)

Autor: BRANDVOICE | Conteúdo patrocinado

Como melhorar a experiência dos clientes em um processo de agendamento? Esse foi o questionamento feito pelo **Consórcio** Magalu, braço de **consórcios** do Grupo Magalu presente em mais de 1.200 lojas em todo o Brasil. A resposta: experimentar, em conjunto com a Meta e sua parceira Sinch, líder global em CPaaS - Communication Platform as a Service, o conceito Flows, lançado pela Big Tech em setembro do ano passado.

O case foi apresentado no primeiro episódio do Forbes Cast especial, em parceria com a Meta, que se propõe a mostrar o potencial das soluções conversacionais do WhatsApp no Brasil. Leonardo Osório, Corporate Business Manager do **Consórcio** Magalu, explica que a solução apresentada pela Meta ajuda as empresas a personalizar a jornada dos usuários. A vertical Conversacional da Meta, que inclui o WhatsApp, tem no Brasil um mercado de extrema relevância também quando o foco é negócio.

De acordo com Daiane Quesada, Industry Manager na Meta, o canal conversacional é cada vez mais relevante na conexão das marcas com os consumidores. “Uma pesquisa feita pela Meta mostrou que existe uma expectativa muito grande do papel das marcas dentro do canal conversacional. Mais de 80% dos consumidores esperam ter algum tipo de relação com empresas dentro do WhatsApp. Isso nos motivou a, junto com parceiros como a Sinch e o Grupo Magalu, testar algumas tecnologias e processos para oferecer experiências simples e fluidas para os consumidores”, destaca a executiva.

“Essa parceria é muito importante para nós, principalmente para olhar as oportunidades de comunicação do brasileiro dentro de uma plataforma tão democrática como é o WhatsApp e trazer soluções de **consórcios** financeiros dentro do dia a dia dele através dessa facilidade de comunicação e interação”, explicou Leonardo. O executivo, que atualmente é responsável por negócios, marketing e tecnologia no **Consórcios** Magalu, destaca que, exatamente pela diversidade de áreas e oportunidades que ele, e sua equipe, identificaram que era possível ampliar uma parceria já existente com o WhatsApp para potencializar ainda mais o canal conversacional.

Para que essa parceria fosse possível, entrou a experiência global da Sinch. Segundo Márcia Asano, VP de Soluções Conversacionais da empresa, esse relacionamento da Meta já tem mais de seis anos, bem no início da atuação do WhatsApp com foco em negócios. A comunicação conversacional demanda uma série de adaptações, desde o entendimento do que estamos oferecendo ao consumidor até a forma como vamos interagir com ele nesse processo. E nosso objetivo é ajudar empresas que estão acostumadas a canais one-way (SMS e e-mail) a fazer essa transposição para o conversacional”, destaca a executiva.

## O papel do Flows na integração de jornadas

Lançado em setembro do ano passado, o Flows vem sendo testado por parceiros selecionados como o **Consórcio** Magalu nos últimos meses. “Ele foi apresentado em uma versão que chamamos de Beta para poucos clientes e chegou para aprimorar a experiência do usuário, simplificando o momento de tomada de decisão ao apresentar escolhas claras e diretas em telas dentro do aplicativo nativamente no WhatsApp. Com Flows, empresas de todos os setores, como bancos, serviços de entrega de comida, marcas de comércio eletrônico e companhias aéreas poderão criar interações mais elaboradas e intuitivas proporcionando mais conveniência para ajudar seus clientes”, explica Daiane.

“O maior desafio na aplicação do Flows para o **Consórcio** Magalu foi alterar completamente algumas etapas que eram resolvidas por conversas por telas e formulários no meio da conversa. Portanto, nosso time se adaptou para dominar e criar telas, reordenar componentes e identificar etapas na conversa que seriam simplificadas com o uso do Flows

Eu sempre digo que o Flows é um meio do caminho entre uma conversa e uma experiência de um app, mas utilizando o melhor dos 2 mundos, pois no app normalmente não é possível resgatar a última interação e a marca ativamente se comunicar com o usuários, e com o Flows no WhatsApp isso é 100% possível”, explica Márcia.

Leonardo reforça que o propósito foi assegurar que essa funcionalidade operasse de maneira eficaz. “Pois observamos que o WhatsApp apresenta uma aderência mais significativa entre nossos usuários, quando comparado à utilização em nosso aplicativo e site, chegando a mais 80% de toda nossa carteira; gerando leitura de comunicações ativas acima de 90% e representando mais de 60% de todo o nosso volume de atendimento, incluindo o atendimento humanizado.”

Assista ao primeiro episódio do Forbes Cast em

parceria com a Meta e veja os resultados que o **Consórcio** Magalu alcançou com o Flows:

\*BrandVoice é de responsabilidade exclusiva dos autores e não reflete, necessariamente, a opinião da FORBES Brasil e de seus editores.

**Assuntos e Palavras-Chave:** ABAC -  
**Consórcio, Consórcios**