Imagen de Jonatan Pie. Unsplash

# El Estado del WhatsApp Marketing 2022

AppCritic

AppCritic
academy - content - consulting

# El Estado del WhatsApp Marketing 2022

1 El Estado del WhatsApp Marketing en 2022

2 Casos y Ejemplos

3 Herramientas

AppCritic
academy - content - consulting

# El Estado del WhatsApp Marketing 2022

# La historia de WhatsApp

## Cronología

**2009**
Brian Acton se une a Jan Koum como cofundador de WhatsApp. **Nace WhatsApp.**

**2010**
Lanzamiento de la app en Android

**2013**
Se añaden los mensajes de voz

**2014**
Facebook compra WhatsApp por 19.000 millones de dólares

**2016**
WhatsApp llega a los 1.000 millones de usuarios

**2018**
Lanzamiento de WhatsApp Business

**2019**
1.600 millones de usuarios.
WhatsApp Business en iOS.
Apertura de la API. Catálogos.

**2021**
¿Publicidad? No por el momento.
“API abierta”. 2000 millones de usuarios

La historia de WhatsApp como plataforma de mensajería es probablemente una de las más interesantes en el mundo tecnológico.

El hito más importante en la trayectoria de **WhatsApp llegó en 2014, cuando Facebook la compró por 19.000 millones de dólares.**

**Los fundadores abandonaron la compañía en 2017 y 2018.**

Facebook es la segunda plataforma publicitaria del mundo. Instagram ha sido su principal baza de crecimiento hasta ahora.

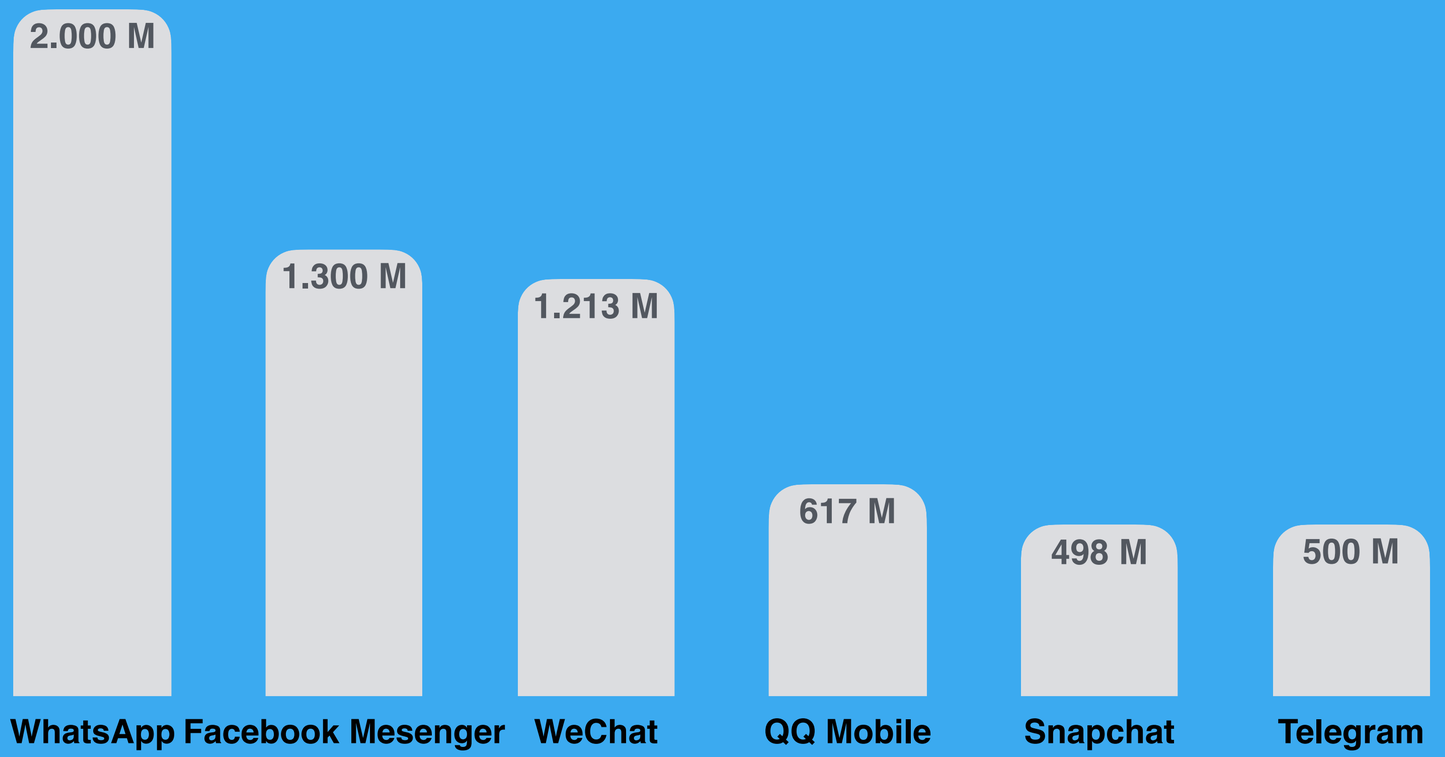
Pero le ha llegado el turno a WhatsApp.

**¿El gigante dormido?**

# Más de **2.000 millones de usuarios** en el mundo

Y con más diferencia respecto a 2020.

Solo Facebook (su empresa madre) se le "acerca” con Messenger.



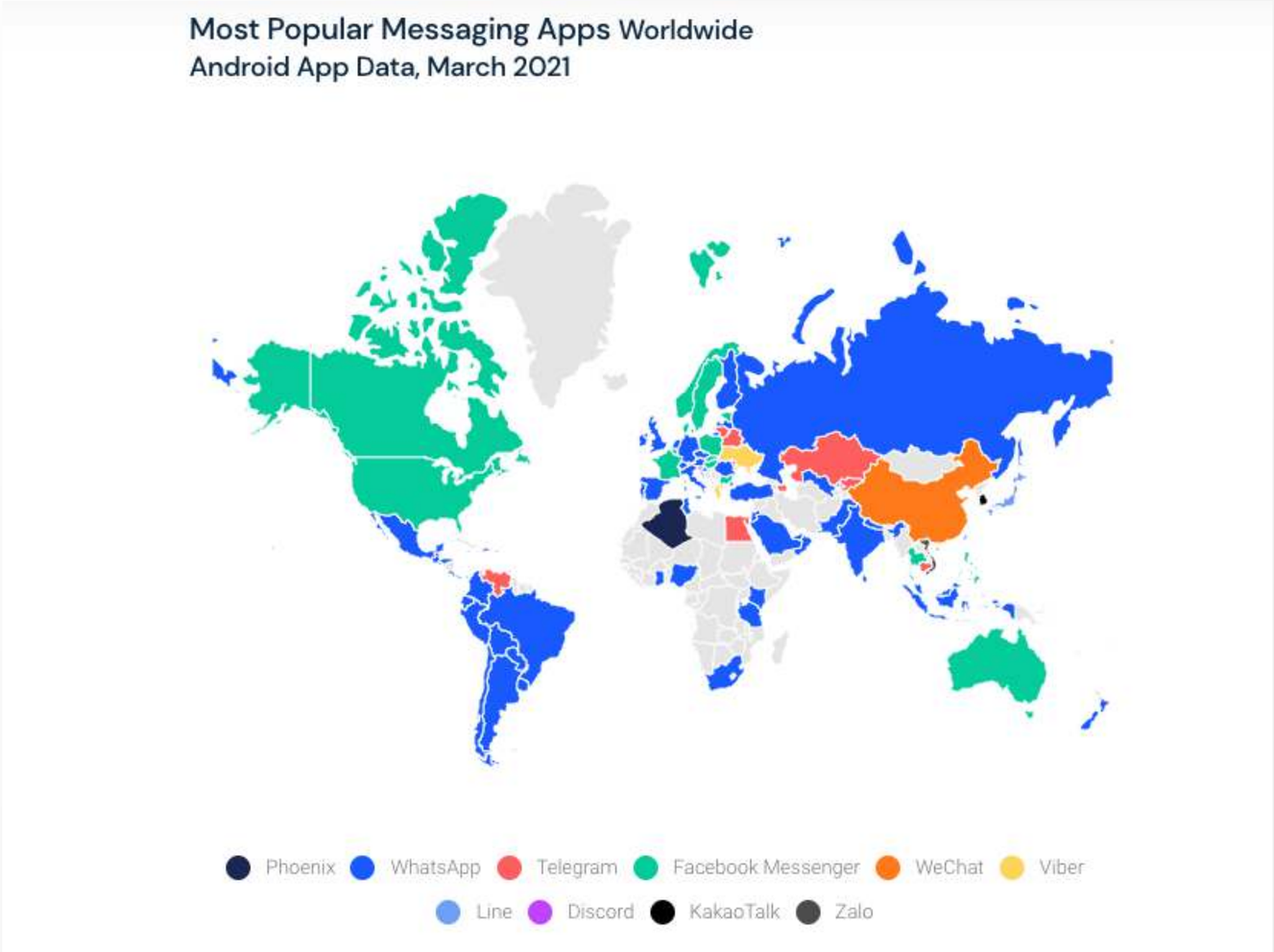

Fuente: State of Digital. 2021.

# La **más usada** en casi todo el mundo

**El dominio de WhatsApp a nivel global es incuestionable.** Entre los mercados más importantes solo se resisten Estados Unidos & Canadá (Facebook Messenger), Japón (Line) y China (WeChat). En prácticamente toda Europa, WhatsApp es la plataforma más usada.

Pero, usualmente, **donde no tiene el liderazgo, es la segunda aplicación más usada.**

Alternativas como Telegram o Viber están muy por detrás en número de usuarios.




Fuente: Similarweb. 2021.

# Y la que más usan grupos de edad tradicionalmente poco digitales

WhatsApp es probablemente la plataforma digital más transversal en cuanto a edad: la simpleza de su interfaz la convierte en la herramienta con mayor penetración en grupos de edad que no usan otras tecnologías.

**WhatsApp es la puerta a la digitalización de grupos de población tradicionalmente no digitales.**

**El uso en jóvenes cubre casi el 100%.**

Fuentes: Fuente: La Vanguardia y CIS (2016) para España, Statista (UK) , Statista (Holanda)

**67%**

de las personas entre 55 - 64 años usa WhatsApp en **España**.

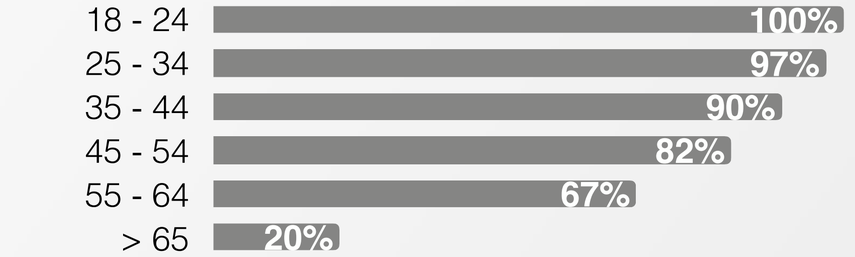
**67%**

De las personas entre 40 - 64 años son usuarios de WhatsApp en **Holanda**.

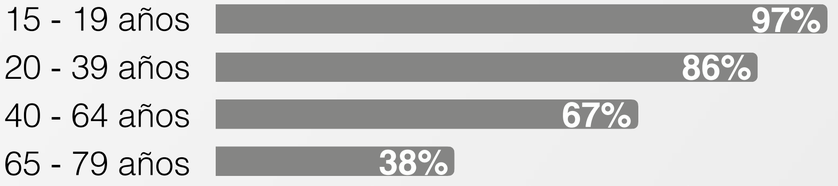
**42%**

De las personas entre 55 - 64 años son usuarios de WhatsApp en **UK**.

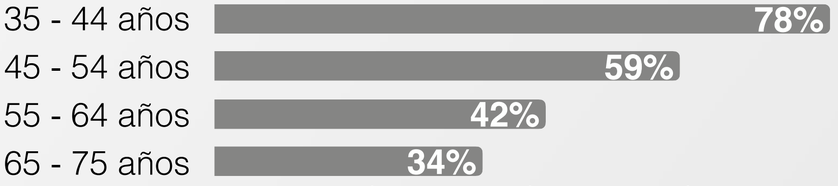
**Distribución por edad de los usuarios de WhatsApp en España**




**Usuarios de WhatsApp en Holanda por grupo de edad**




**Usuarios de WhatsApp en Reino Unido por grupo de edad**



# Además de ser la que mayor engagement genera

**100.000**

**millones** de mensajes enviados cada día

**38**

**minutos** de consumo de WhatsApp **diario** de media

**70%**

de los usuarios lo consultan **diariamente**

**23**

veces entran de media sus usuarios **al día**

Fuentes: Backlinko, Fortunly

**Pero en este caso no nos hacen falta datos: *sabemos* que lo usa todo el mundo**

# Aunque está infrautilizado como canal de Marketing

¿Te imaginas que una de las apps más descargadas y usadas durante años…

…Fuera el canal menos usado para Marketing?

# WhatsApp es una de las aplicaciones más descargadas / usadas

Fuente: AppTopia

Y en 2019 fue la que más.

Pero…

# WhatsApp sigue siendo poco usado como canal de Marketing

Fuente: HubSpot “State of Marketing 2021”

Quizá sea porque confundimos marketing con publicidad…

# En 2020 decíamos que su uso profesional todavía era limitado...

**3**

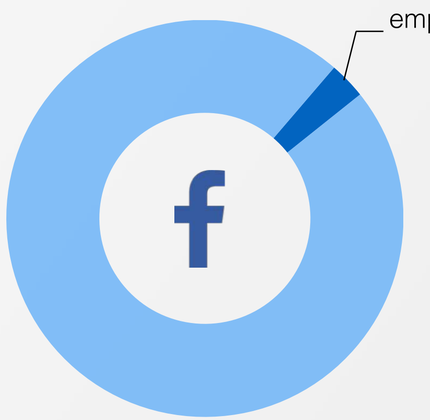
**millones** de empresas usan WhatsApp (sobre **1600 millones** de usuarios)

**0,19%**

Penetración de empresas en WhatsApp

**60**

**millones** de empresas con página en Facebook (sobre **2000 millones** de usuarios)




**3%**

Penetración de empresas en Facebook

**Solo el 0,19% de** los usuarios de WhatsApp son empresas, frente al 3% de Facebook.

Aunque las empresas han entrado en WhatsApp, el grado de penetración es bajo: **hay una empresa por cada 533 usuarios, mientras que en Facebook hay una empresa por cada 33 usuarios**.

Las empresas empiezan a usar WhatsApp, pero **su uso como herramienta de negocio no refleja su importancia**

# Los usuarios de WhatsApp Business han crecido un 67%

**5**

**millones** de empresas usan WhatsApp (sobre **2000 millones** de usuarios)

**0,25%**

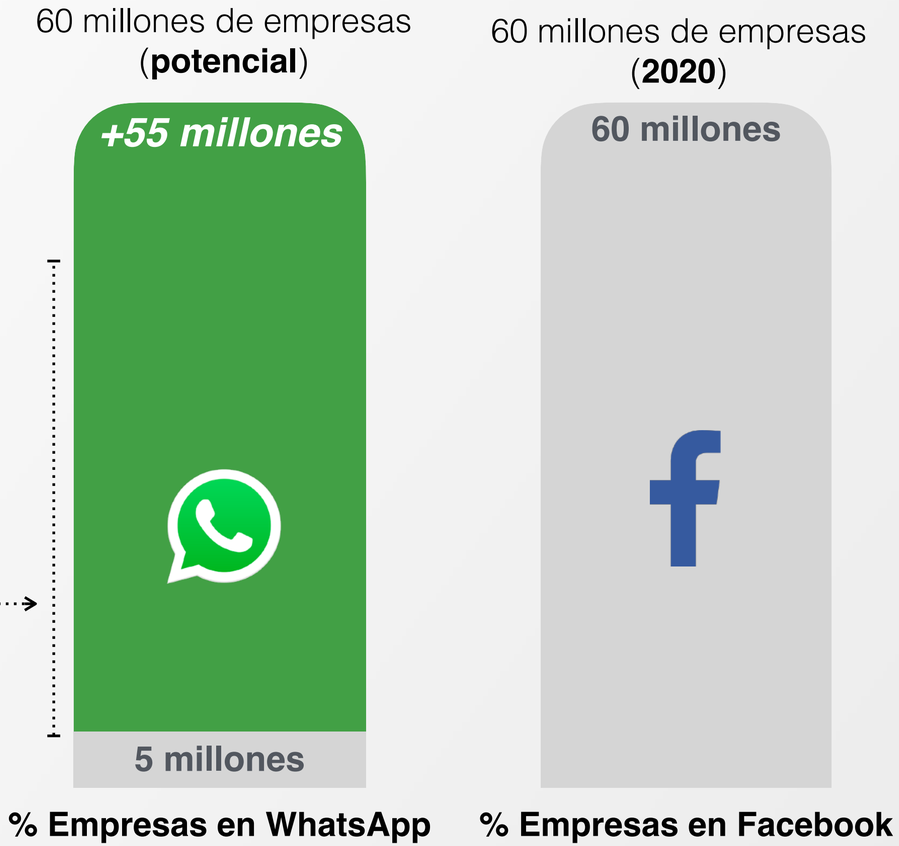
Penetración de empresas en WhatsApp

A pesar de eso, sigue habiendo mucho espacio de mejora: 5 millones de cuentas de WhatsApp Business, sobre un total de 2.000 millones de usuarios de WhatsApp.

# … Y podemos esperar **55 millones** de empresas **empezarán a hacer negocios en WhatsApp** en los próximos años

**55 millones**

De empresas llegarán a WhatsApp en los próximos años.




Suponiendo que WhatsApp evolucione de forma similar a Facebook en el número de empresas, podemos esperar un crecimiento de 55 millones de empresas en los próximos años.

**¿Por qué?**

Si el 3% de los usuarios de Facebook son empresas, es razonable suponer una penetración similar en WhatsApp en los próximos años. Sin tener en cuenta el (probable) crecimiento de usuarios, con un 3% de penetración de empresas, tendríamos unos 60 millones en total. Actualmente apenas hay 5 millones de empresas en WhatsApp.

Fuente: Brandwatch

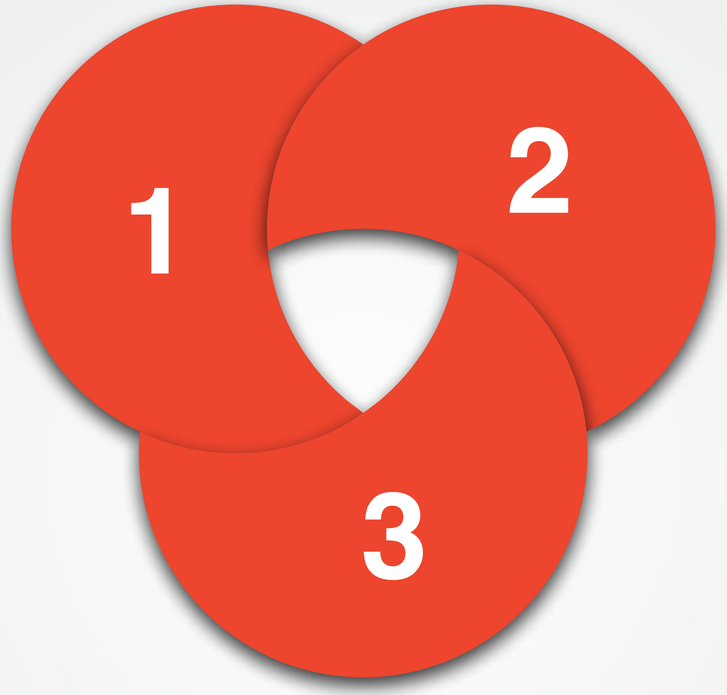
Following
Will Cathcart
@wcathcart
Head of @WhatsApp at @Facebook
Menlo Park, CA
ted.com/speakers/will_...
Joined March 2009
233 Following
13.4K Followers
Followed by Matt Navarra,´, and 2 others you follow

Will Cathcart
@wcathcart
Replying to @wcathcart
Not everyone may realize how common it is to WhatsApp message businesses in many countries. In fact, about 175 million people message a business account each day on WhatsApp and more want to do so.
10:45 PM · Jan 8, 2021 · Twitter Web App
65 Retweets
9 Quote Tweets
274 Likes

# 3 factores han ralentizado el uso de WhatsApp a nivel empresa

## API

WhatsApp funcionaba como una isla, sin integraciones con otras herramientas ni acceso fiable a su API. Hasta 2017-18  no empezó a abrirse.




## WhatsApp Business: tarde y mal

WhatsApp Business llegó hace menos de 3 años, 2 años a iOS. Es un gran paso, pero no suficiente.

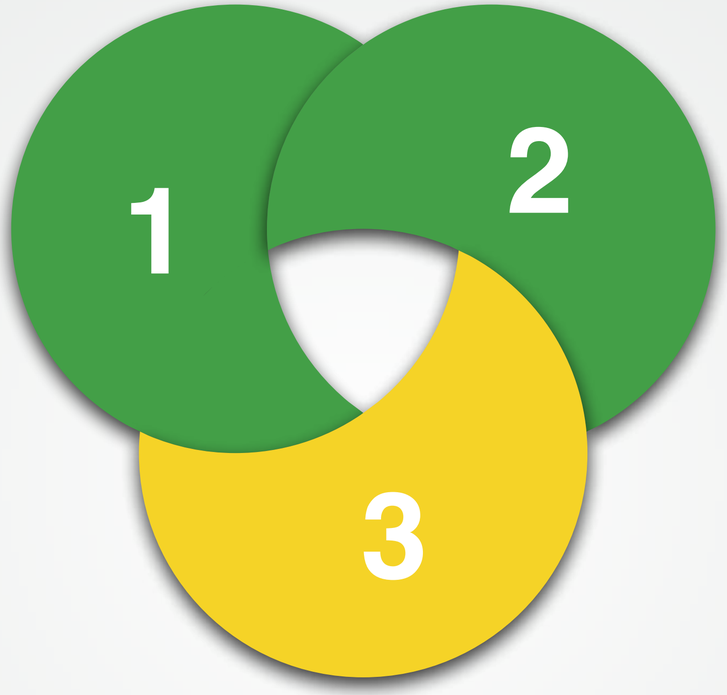
## Sistemas de Promoción Limitados / Ecosistema

Faltan canales para que las empresas lleguen a sus clientes.

# Pero los 3 han mejorado en 2020-21, y seguirán haciéndolo

**API (+) abierta**

Unos 70 socios oficiales.
Más facilidades (aunque sigue sin ser tan inmediato)




**Mejoras en WhatsApp Business**

Se prevén mejoras en la herramienta e integración con Facebook Business.

**Sistemas de Promoción Limitados / Ecosistema**

Se han facilitado vías como enlaces directos tipo “Click to chat”

# Esquema de las soluciones de WhatsApp para Empresas

**Soluciones de WhatsApp para empresas**

**Pequeñas empresas**

**WhatsApp Business**

**Aplicación gratuita. iOS y Android.**

**Tipos de mensajes:**

- **Plantilla:** configurados por el negocio.
- **“Normales”.** Pueden incluir imágenes o adjuntos. Envío manual.
- **Automáticos**. Respuesta automática configurada por el negocio.

**Grandes Empresas**

**API**

**Tipos de mensajes:**

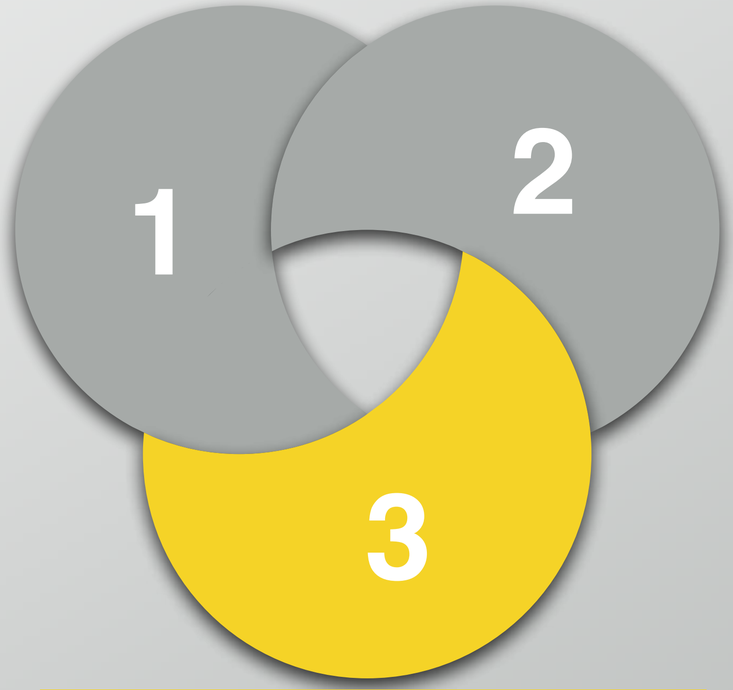
- **HSM:** necesitan ser preaprobados por WhatsApp. Solo texto. Usados para notificaciones y similar.
- **“De servicio”.** Pueden incluir imágenes o adjuntos. Gratis en las primeras 24 horas de una conversación.

**Proveedores de soluciones (ej. LeadSales, Plazbot, Sirena, Landbot) a través de un socio de API**

**A medida con un socio de API**

## API abierta

Cada vez más herramientas se integran con WhatsApp.




## Mejoras en WhatsApp Business

Se prevén mejoras en la herramienta e integración con Facebook Business.

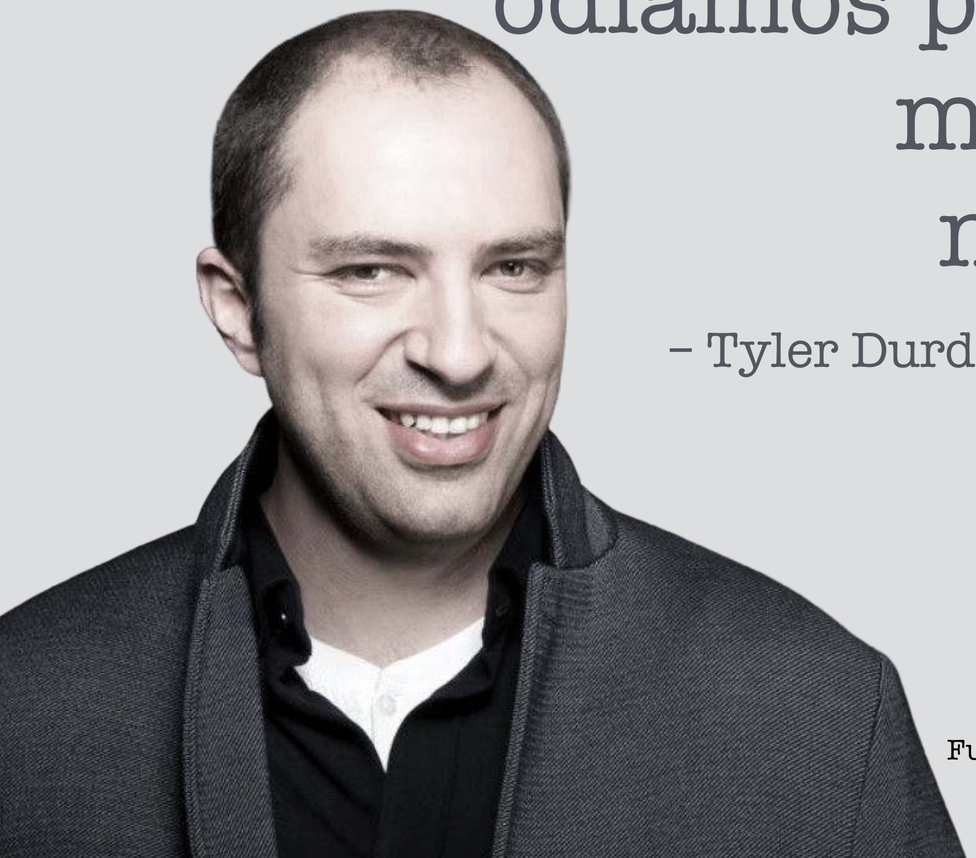
## Sistemas de Promoción Limitados

Se han facilitado vías como enlaces directos tipo “Click to chat”

¿Publicidad?

“La publicidad nos hace desear coches y ropa, tenemos empleos que odiamos para comprar mierda que no necesitamos”

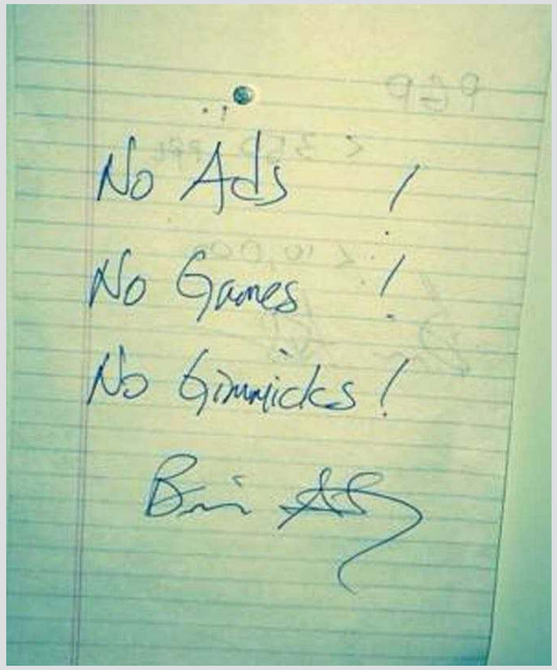
– Tyler Durden en el Club de la Lucha



La cita no es casual: Jan Koum, uno de los fundadores de WhatsApp, la incluyó en el blog oficial de la empresa en 2012, para reafirmar su compromiso de **no incluir publicidad**. Tras su paso por Yahoo! tanto Brian Acton como él tenían claro que no querían publicidad en WhatsApp.

Fuente: blog de WhatsApp.

# “No vendemos anuncios”

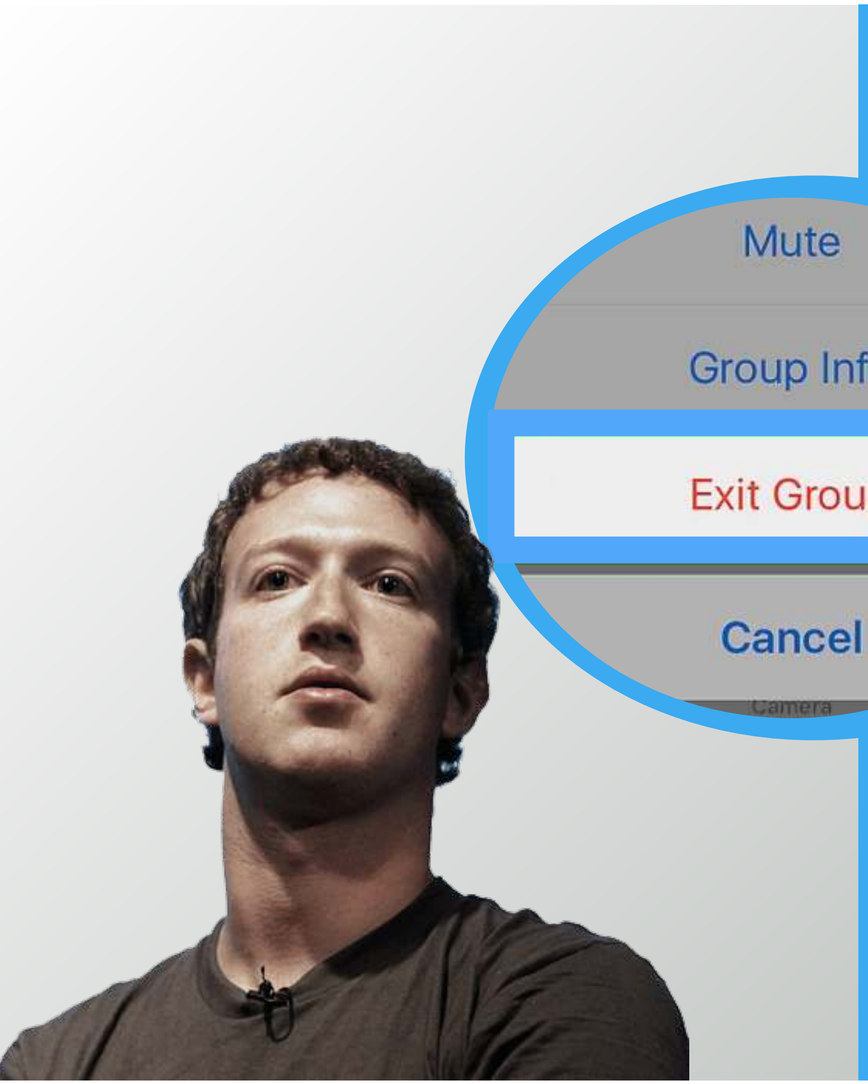



Fuente: Sequoia Capital

El título de la entrada era **“No vendemos anuncios”**. Además, Jan tenía en su escritorio una nota de Brian Acton que le recordaba estos **3** mantras:

- Sin **anuncios**
- Sin **juegos**
- Sin **trucos baratos**

# Pero ambos fundadores dejaron la empresa entre 2017 y 2018…



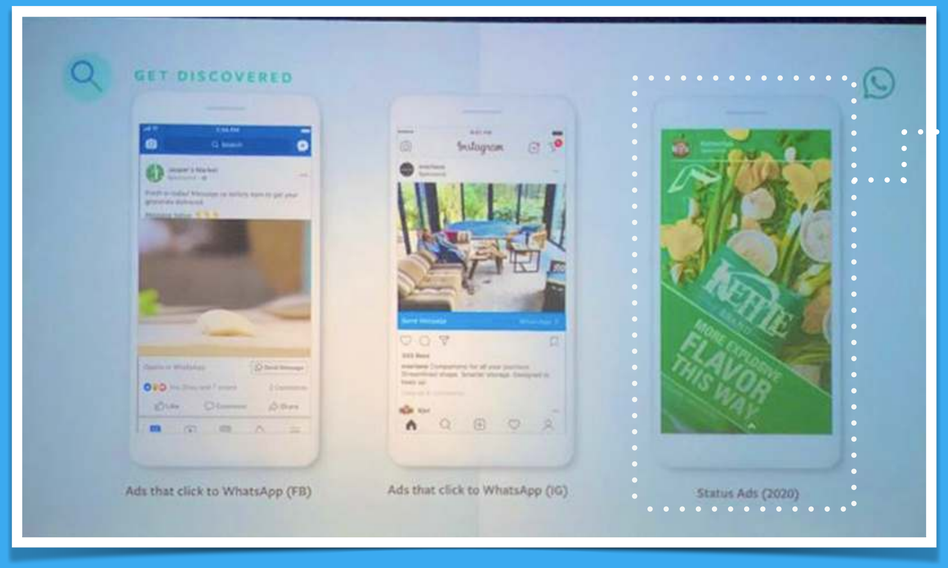

Y así parecía que se iba a abrir la puerta de la publicidad en WhatsApp. Tanto Brian Acton (en 2017) como después Jan Koum (a mediados de 2018) decidieron abandonar Facebook por desavenencias con Zuckerberg. En 2020 estaba previsto que empezáramos a ver los primeros anuncios en WhatsApp, sin embargo…

**Facebook ha dado marcha atrás y no lanzará anuncios en 2020.**

No deja de resultar paradójico, porque fue uno de los motivos por el que los fundadores dejaron la empresa.

Fuentes: The Verge, Vox

# El plan de lanzar anuncios en WhatsApp se retrasó




Este era el aspecto que iban a tener los anuncios en los Estados de WhatsApp.

Pero el plan se retrasa.

APPS | TECH | FACEBOOK

**Facebook backs off plan to plaster ads all over WhatsApp**

*The company still aims to bring ads to WhatsApp's Status feature*

By Chris Welch | @chriswelch | Jan 16, 2020, 5:15pm EST

A mediados de enero de 2020 Facebook indicaba que retiraba el plan de lanzar anuncios en WhatsApp, de forma temporal.

Muchas empresas estaban pendientes de la posibilidad de lanzar anuncios a lo largo de 2020. Sin embargo, Facebook ha parado estos planes, no para siempre, sí de forma temporal.

WhatsApp permanecerá libre de anuncios por más tiempo.

Pero, ¿era la única forma de publicidad en WhatsApp?

Fuentes: TechRadar. The Verge, Wall Street Journal

# Ads are coming to WhatsApp very soon and here's how it will work

WhatsApp will soon start showing ads to users. The ads will be visible in the 'Status' bar of the instant messaging platform. Check details and how these ads will work.

By: **Tech Desk** | New Delhi |
Updated: January 6, 2020 2:24:32 pm

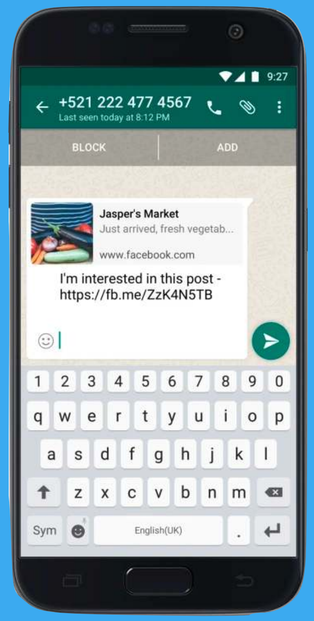
**MORE TECH**

Technology
iPhone 13: Everything we think we know about Apple's 2021 iPhone lineup

Technology
CoWIN portal has new four-digit security code: Here is how to register yourself for Covid-19 vaccine

Technology
Popular audio chat app Clubhouse debuts on Android

# Aunque olvidemos que desde 2018 es posible que anuncios desde Facebook e Instagram **pueden conducir al usuario a WhatsApp**




Los anuncios de “Click to WhatsApp” son exactamente iguales al resto, pero el CTA está dirigido a abrir una conversación de WhatsApp y la optimización se hace con ese objetivo.

Aunque no disponibles para todas las páginas, los anuncios “click to WhatsApp” existen desde hace casi dos años, mediante la promoción de publicaciones (primero) y el Business Manager de Facebook (después).

Por aclarar: no se trata de anuncios de WhatsApp, si no de **anuncios que llevan a WhatsApp.**

Para sortear las limitaciones de Facebook, muchos negocios han realizado publicidad usando directamente los enlaces a WhatsApp.

En las imágenes de la izquierda hay algunos ejemplos, y en las próximas páginas veremos algunos casos de éxito.

Fuentes: Markeko, WhatsApp

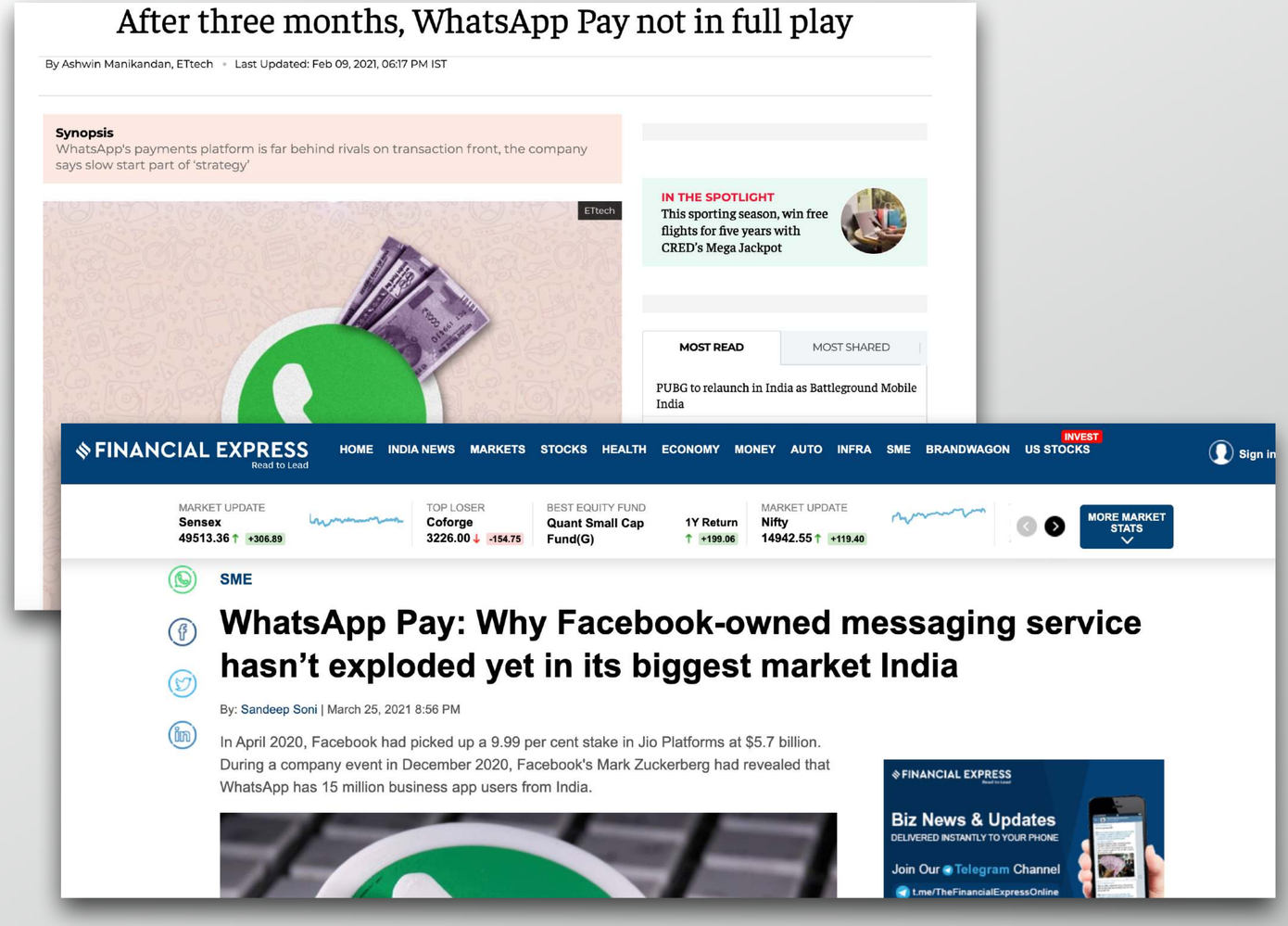
Sin olvidar los pagos…

WhatsApp WHATSAPP WEB FEATURES DOWNLOAD SECURITY HELP CENTER EN

## Send and receive money right where you chat

Whether it's sending money home, splitting the cost of your aunt's birthday gift, or paying back a friend for lunch, do it all with no fees on WhatsApp.

# India & Brasil



Lento, pero con avances

# Con WhatsApp podemos interactuar con el usuario en cualquier fase

Hay cosas que mejorar, pero cada vez podemos tener más claro que se pueden ofrecer experiencias casi integrales con WhatsApp.

Porque mucha gente, poco a poco, ha empezado a hacer cosas en WhatsApp

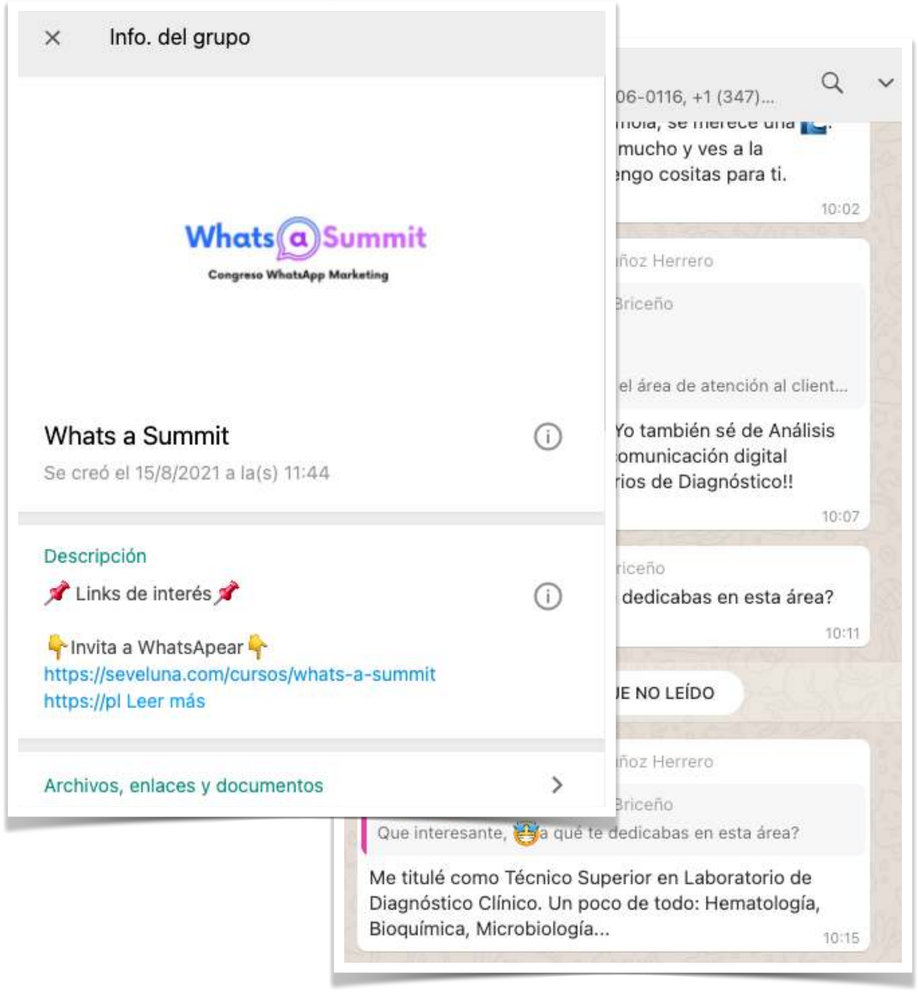
AppCritic
academy - content - consulting

# Ejemplos y Casos

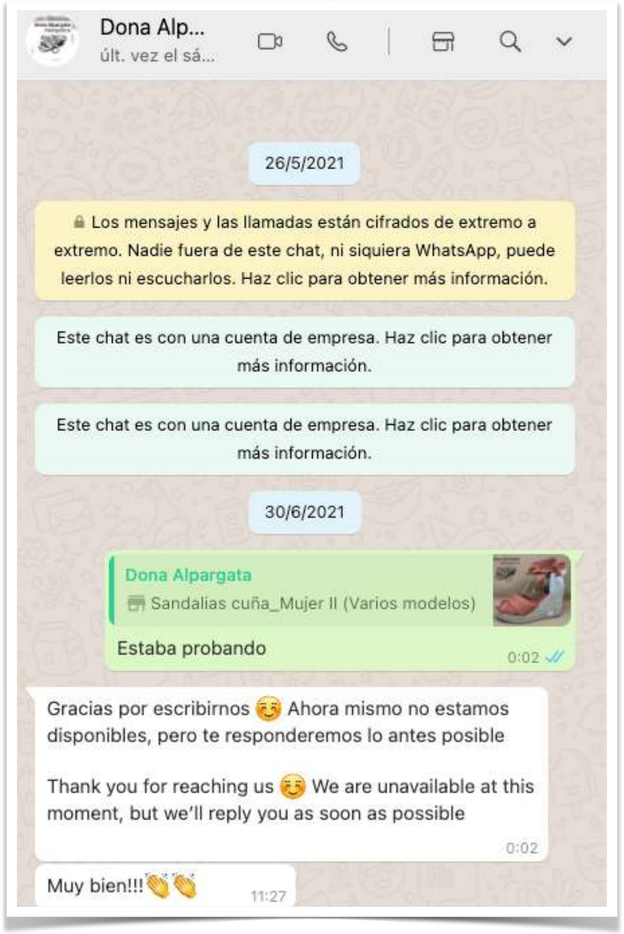
*¿Para qué podemos usar WhatsApp?*

1
Descubrir
2
Interactuar
3
Comprar
4
Gestionar
Usuario

# Grupos y congresos TOP: “calentamiento y networking”



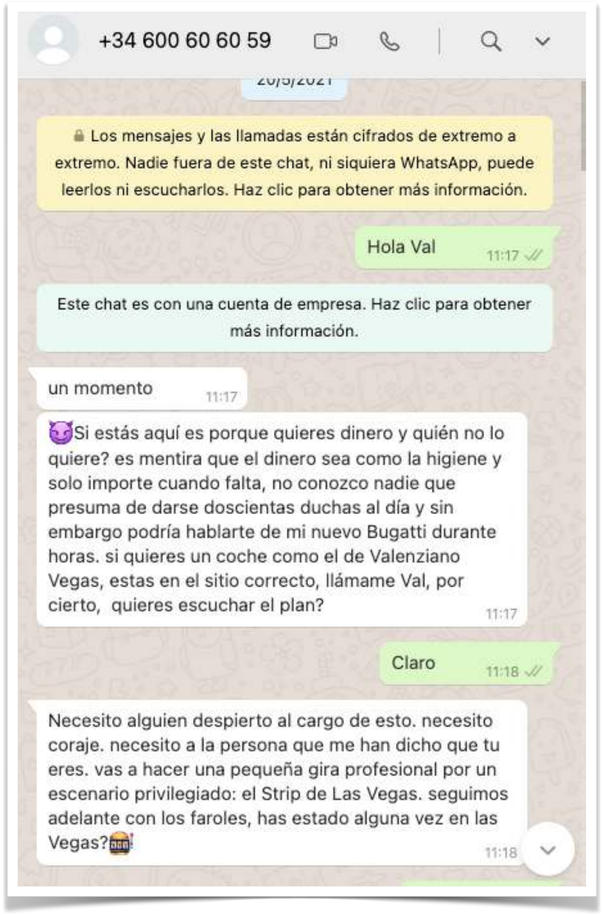
# Es perfecto para PYMEs: barrera de entrada baja



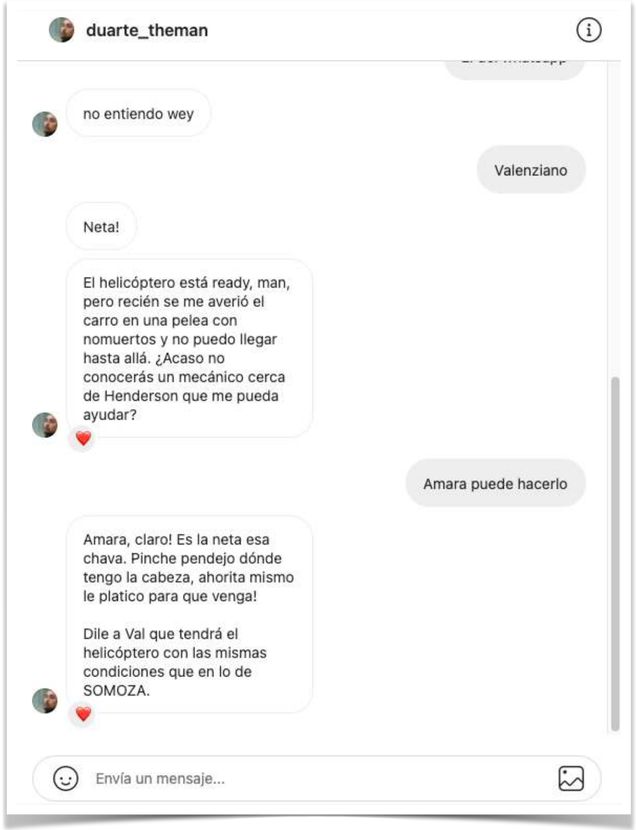
# Pero también para acciones de marketing masivas

Netflix apoyó el lanzamiento de su película “El Ejército de los Muertos” con un bot interactivo en WhatsApp. Teníamos que resolver una “gymkana” a través de WhatsApp e Instagram para poder asistir a una escape room llena de zombies.

# Un chatbot nos da la bienvenida, con audio, imágenes…

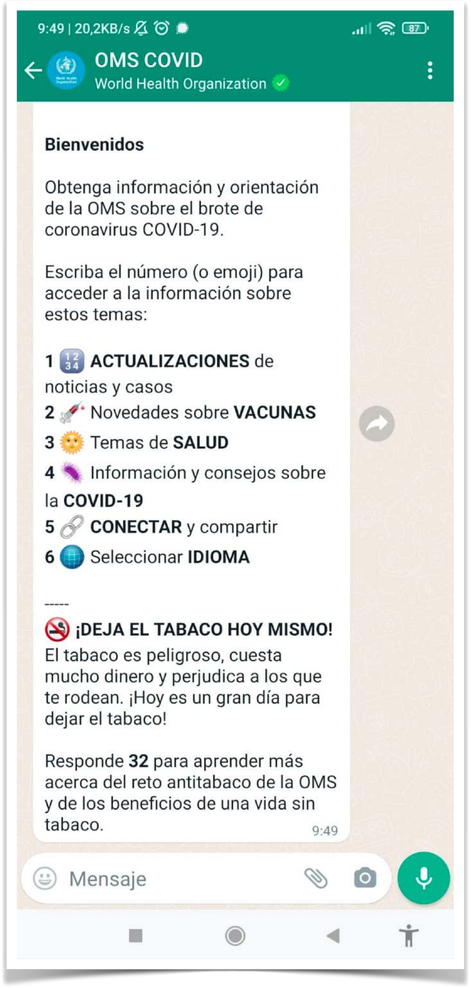


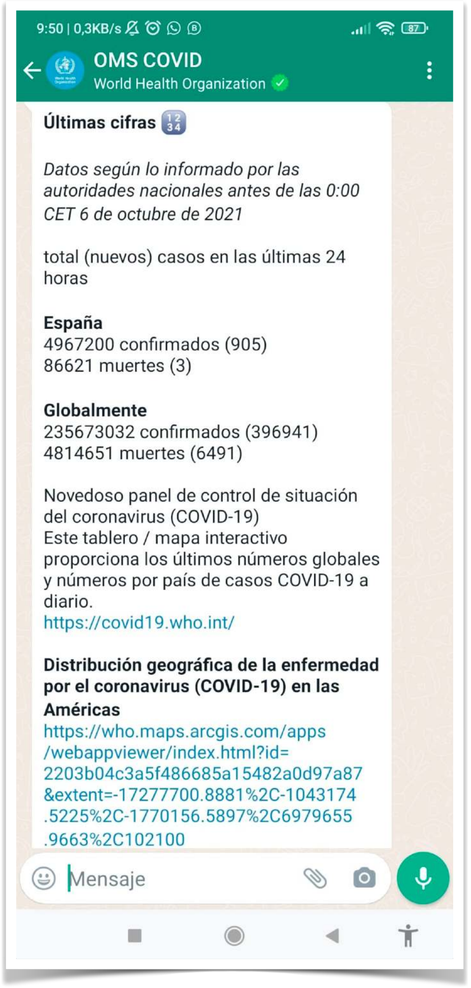
# Una especie de “caza del tesoro” que nos lleva a IG



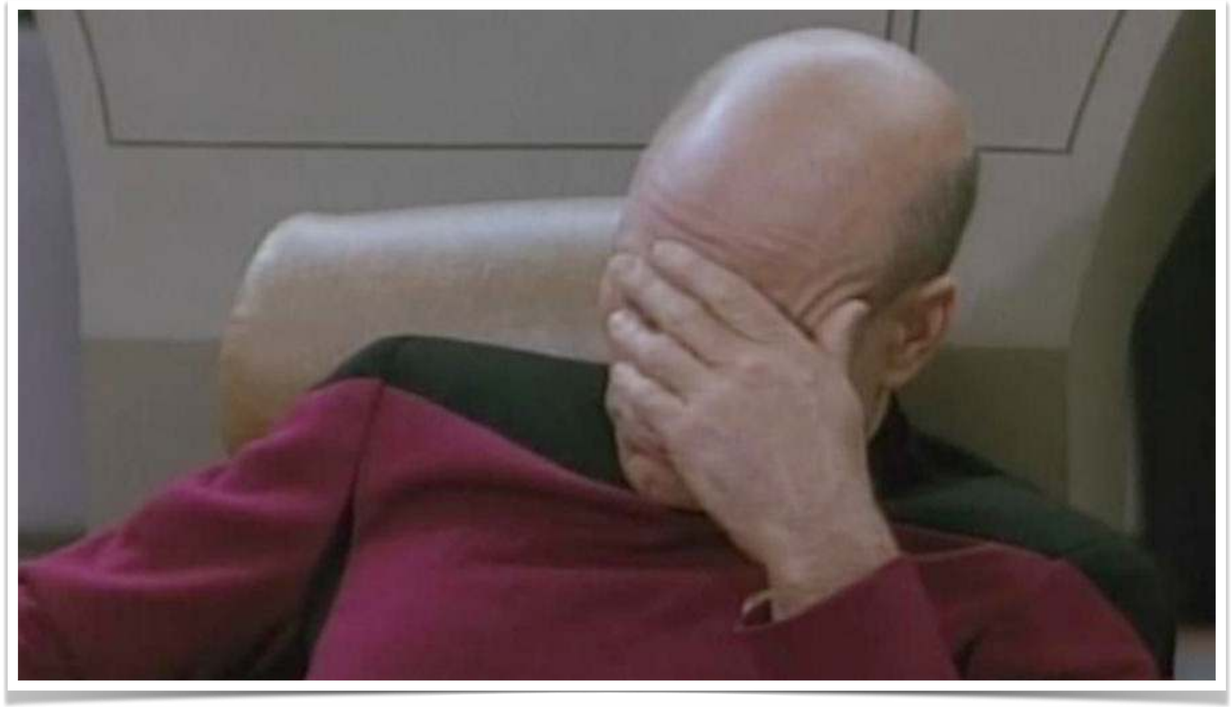
# Con pistas de Zack Snyder y una inscripción…

# O para recibir información en medio de una pandemia

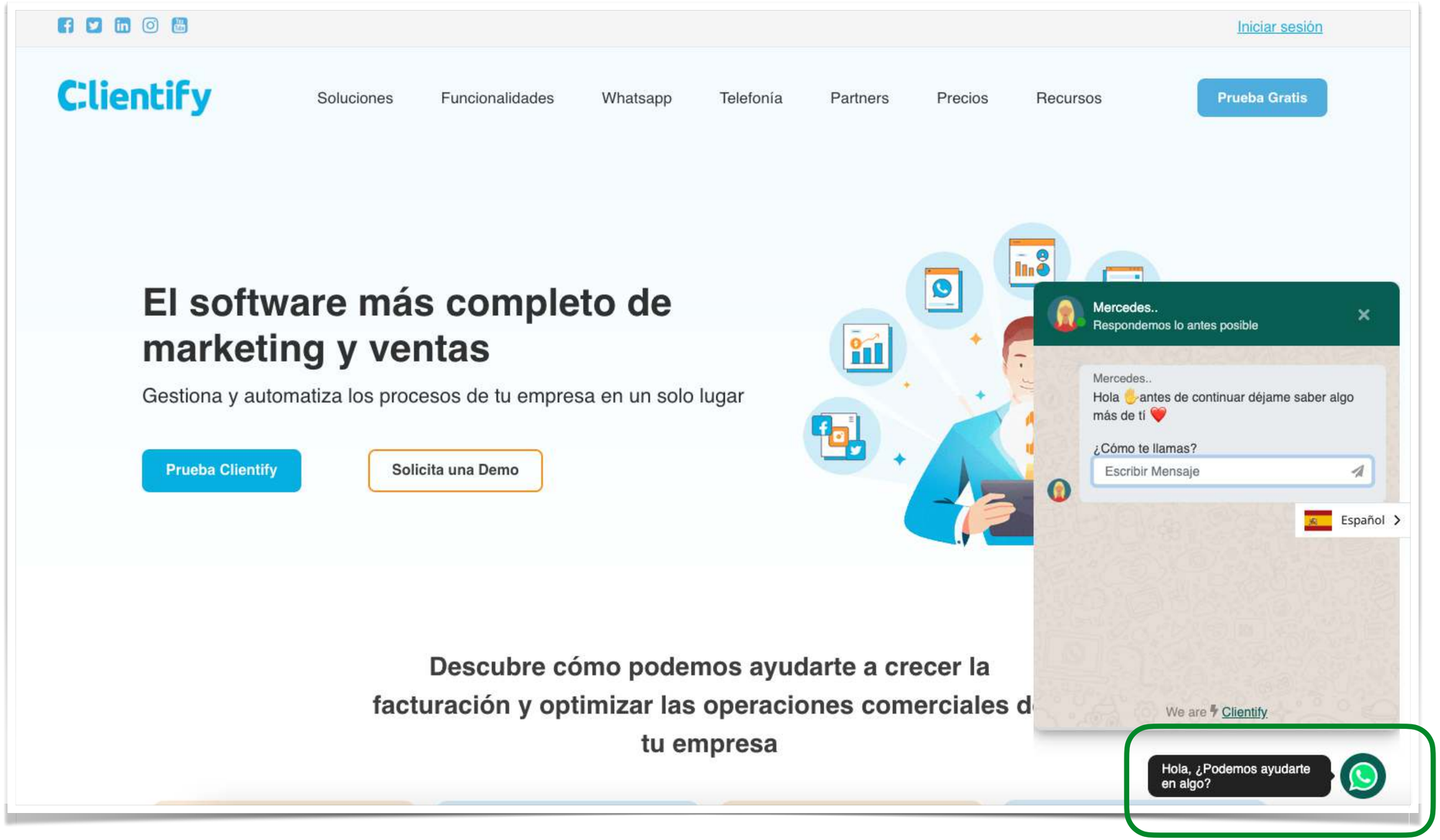


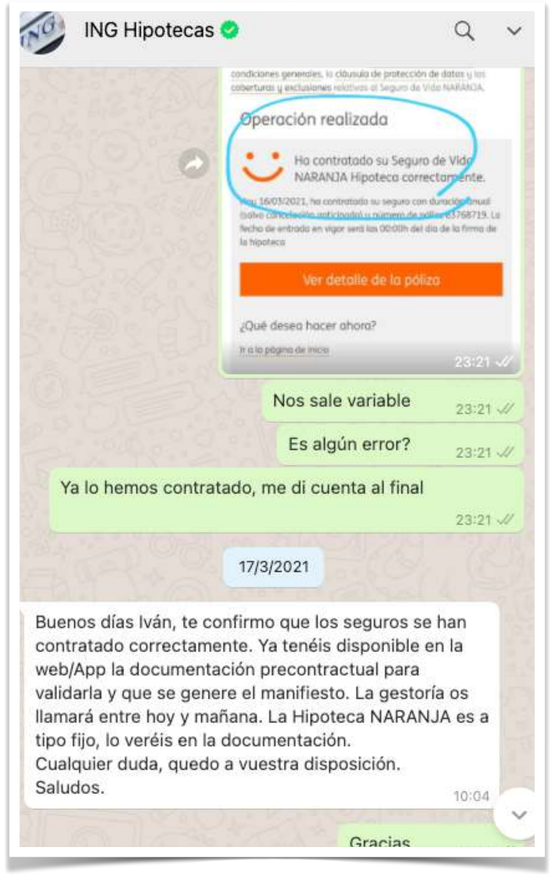
# Aunque en el caso de España, no lo actualizan



# Clientify lo usa para ayudar a la conversión



# ING gestiona hipotecas por WhatsApp



# De lo más complejo y “vital” (una hipoteca)

# A una acción de marketing

O a gestionar un alta…

# Pequeños y grandes

# Y todavía queda mucho por hacer

AppCritic
academy - content - consulting

# Herramientas

# TENGO DE TÓ: CRM, multiagente…

https://appcritic.es/directorio/

Una herramienta no sustituye a una buena estrategia

# Pero ayuda con la ejecución

# Para terminar… ¿Peligro?

# PELIGRO

¿Cuál es el mayor peligro que nos acecha?

¿Recordáis lo emocionante que era recibir una carta?

Hasta que un día el buzón se llenó de folletos

¿Lo bonito que era cerrar esa primera cita por SMS?

Hasta que recibías el 10º mensaje del tarot

Y… ¿cuándo tu mejor amigo te enviaba aun email?

La relevancia se gana y se puede perder.

El mayor peligro, somos nosotros mismos.

Construyamos experiencias relevantes y que aporten valor.

AppCritic
academy - content - consulting

# Gracias

Imagen de Jonatan Pie. Unsplash

# El Estado del WhatsApp Marketing 2022

AppCritic