

Como o **TELEGRAM** pode ajudar seu negócio?



O que é?

Telegram é um aplicativo de mensagens com foco em **velocidade e segurança**. É prático, rápido e grátis. Você **pode usar o app em todos os seus dispositivos ao mesmo tempo** — suas mensagens serão sincronizadas em todos os seus celulares, tablets ou computadores.

Além da troca de mensagens com seus contatos, o app também permite enviar anexos, áudios, realizar chamadas, participar de grupos, entre outras funções.



Quem usa o Telegram?

Lançado em 2013, o Telegram vem aumentando sua base de usuários mensais, e tornou-se o **aplicativo de mensagem de crescimento mais rápido no Brasil nos últimos dois anos.**

Hoje, mais de 400 milhões de pessoas usam o app a cada mês de maneira ativa. Em janeiro de 2019 o aplicativo estava instalado em 13% dos celulares nacionais. Em 2021 essa porcentagem subiu para 45%, marcando o maior salto numérico do aplicativo.

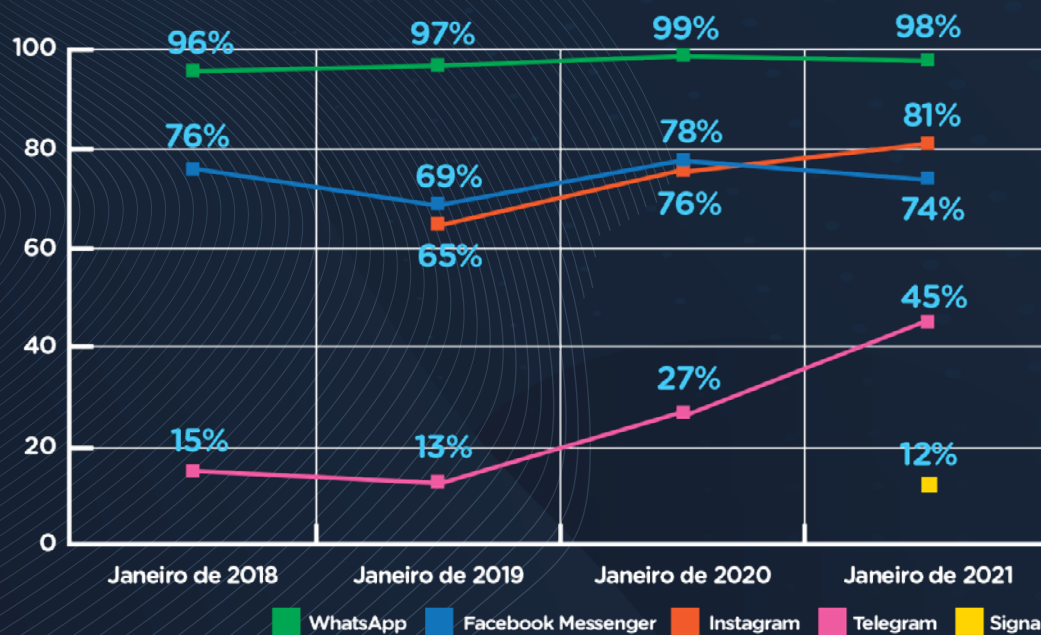
Esse movimento pode ser atribuído à *crise de comunicação do WhatsApp sobre seus novos termos de serviço em janeiro de 2021.*



EVOLUÇÃO DA POPULARIDADE DE SERVIÇOS DE MENSAGERIA MÓVEL NO BRASIL

(% da base de smartphones com o app instalado)

Bases: Jan/18 (1848), Jan/19 (2053), Jan/20 (1987) e Jan/21 2026 internautas que possuem smartphones



Fonte: Panorama Mobile Time/Opinion Box - Mensageria no Brasil - Fevereiro de 2021

Preferido entre os jovens de 16 a 29 anos, o app está instalado em 50% dos smartphones desse grupo etário. Também é **mais instalado pelos brasileiros de classes A e B**, presente em 58% dos seus smartphones, superando o marco de 42% entre as classes C, D, e E.

Entretanto, o Telegram ainda não conseguiu um engajamento considerável entre sua crescente base de usuários. Os usuários que declaram abrir o app todos os dias representam 46% de sua base, menos da metade da porcentagem de usuários diários do WhatsApp (95%).

O baixo engajamento pode estar atrelado ao fato do usuário ainda não encontrar no Telegram a mesma rede de amigos, familiares e colegas de trabalho que encontra no WhatsApp, refletindo na baixa participação em grupos de família e trabalho no Telegram. Porém, nota-se que a proporção que participa de grupos de política é praticamente a mesma verificada no WhatsApp, e quando trata-se de grupos pagos, o percentual do Telegram é o dobro.



PORQUÊ O TELEGRAM PODE SER BENÉFICO PARA MEU NEGÓCIO?

PERSONALIZAÇÃO

Criar um perfil com a cara da sua marca é uma ótima maneira de fazer com que seu cliente em potencial saiba com quem ele está falando. Além disso, o cliente terá mais facilidade em encontrar os dados da sua empresa, tirar dúvidas e acessar o site. O contato direto com o consumidor é mais um elemento da experiência de comprar com você, que pode **trazer mais segurança** aos clientes com a **proximidade oferecida** pelo app.



Portanto, ao começar a utilizar o Telegram, não esqueça de adicionar uma foto e o nome da sua empresa. Também adicione os dados do negócio e, caso tenha, um link para seu site.



ANEXO

O Telegram disponibiliza a troca de arquivos bem generosos, de até 1,5 gb. Com essa funcionalidade você pode enviar, por exemplo, um manual de algum produto para um cliente que acabou perdendo sua cópia, ou talvez enviar documentos importantes para as vendas, como contratos.



GRUPOS E CANAIS

Este é o grande diferencial do Telegram dentre outros apps de comunicação instantânea. Dentro do Telegram, o grupo da sua marca **pode contar com até 200 mil participantes**. Um número bem alto que pode suportar **todos os clientes fidelizados ou clientes em potencial**.

Os grupos podem ser públicos ou privados e ter vários administradores com diferentes níveis de privilégio. Nos recursos para administrar os grupos é possível escolher os níveis de participação dos membros: se eles podem **enviar mensagens, links, arquivos de mídia ou criar enquetes**, por exemplo.

Grupos com muitos participantes podem facilmente se tornar confusos com o número de mensagens simultâneas. Uma boa saída para seu negócio é a criação de um **canal**. Canais no Telegram, assim como as listas de transmissão no WhatsApp, são uma ferramenta de comunicação unidirecional. Os canais não têm restrições quanto ao número de assinantes e também podem ser públicos ou privados.

Nos grupos e canais, você pode organizar o conteúdo usando hashtags para facilitar ou categorizando seu conteúdo em grupos de assuntos específicos. Uma opção útil é poder fixar mensagens no topo para não perder nada importante.



EXEMPLOS DE CANAIS DE PORTAIS DE INOVAÇÃO E TECNOLOGIA:



Quando devo escolher os canais?

Os canais podem funcionar como um grande aglutinador de conteúdo, visto que podem reunir seus vídeos, artigos ou até episódios de podcasts. São ótimas formas de anunciar novidades na sua marca, ou ainda compartilhar notícias e conteúdos relevantes para seu público. É uma maneira leve de fornecer informações recentes sobre seu negócio, seus serviços ou posicionamentos recentes.



Quando devo escolher os grupos?

Os grupos são uma opção quando você está procurando **interação com seu público**, são uma oportunidade de **mostrar para seus clientes como você é acessível e demonstrar proximidade para gerar mais segurança no consumidor**.



Os grupos e canais do Telegram servem a um propósito valioso, mas são ferramentas diferentes e podem alcançar objetivos diferentes.

BOTS

Um bot é um software interativo que executa tarefas automatizadas simples e repetitivas. Auxiliado pela Inteligência Artificial, cria interações cada vez mais humanizadas com as pessoas e vem sendo muito utilizado no atendimento ao cliente.

No caso do Telegram, uma variedade de bots podem ser criados para facilitar o gerenciamento de canais e grupos. Os bots podem ajudar com a programação posterior, moderação de bate-papo em grupo e criação de adesivos. Também podem ser úteis para a distribuição de conteúdo, pois **podem estar conectados a um calendário e seguir uma estratégia agendada de compartilhamento de conteúdo**.

O bot é um auxílio de confiança para um funcionário de atendimento ao cliente. **Oferece suporte online 24 horas por dia, sem necessidade de supervisão**. Boa oportunidade para expandir seu canal.

Assim como a maioria das atividades do Telegram, encontrar um bot também é simples. Não há nenhum processo de inscrição ou algo do tipo. Você pode criar o seu próprio bot ou encontrar nas bibliotecas existentes algum do seu interesse, que realize as atividades desejadas.



Outros recursos



ÁUDIOS MAIS RÁPIDOS

No Telegram você pode escutar os áudios 2x mais rápido que a velocidade normal.

TRANSCRIÇÃO DE ÁUDIOS

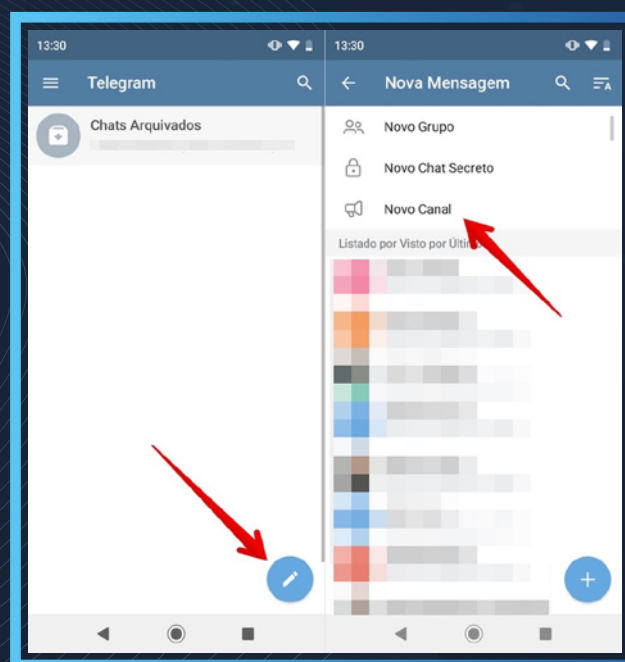
Outra função relevante é que o app tem a opção de transcrever as mensagens de áudio recebidas na conversa.

Como criar o seu canal ou grupo



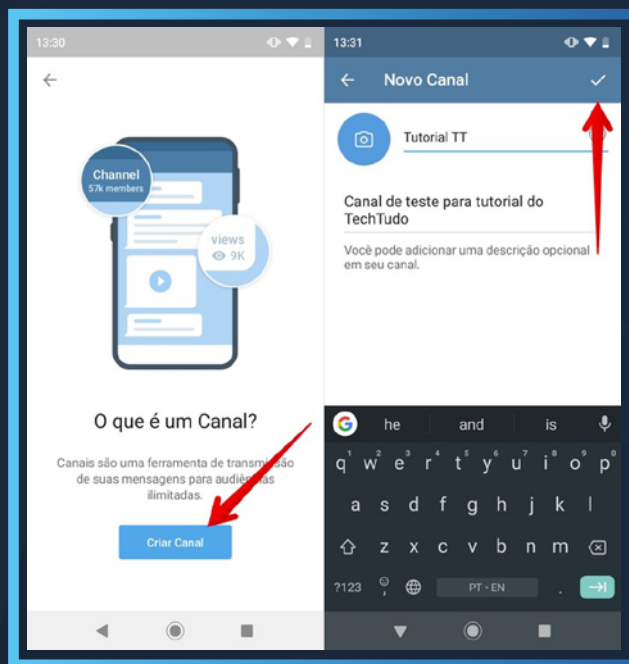
CANAL

1 Toque no ícone de novo chat;



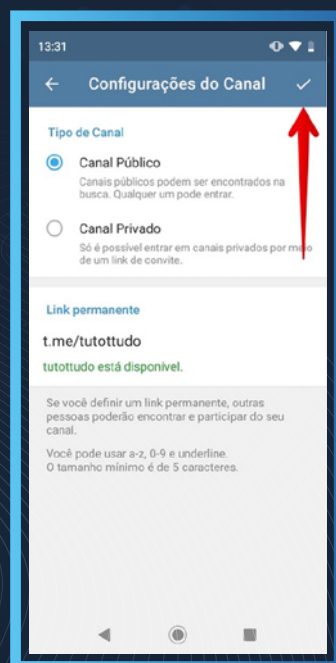
2 Selecione “Novo canal”;

3 Selecione “Criar canal”;



4 Crie um nome e uma descrição a seu canal;

5 Escolha entre canal público ou privado (no privado, novos inscritos só entram através de um link de convite);

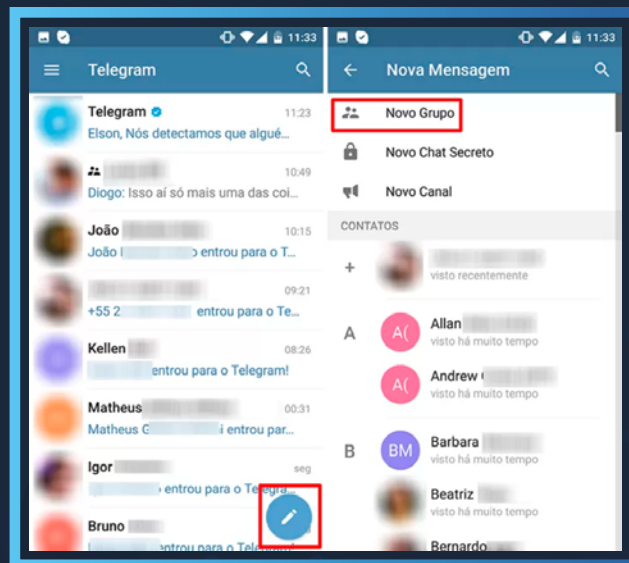


6 Confirme e pronto! Agora, você tem um canal no Telegram



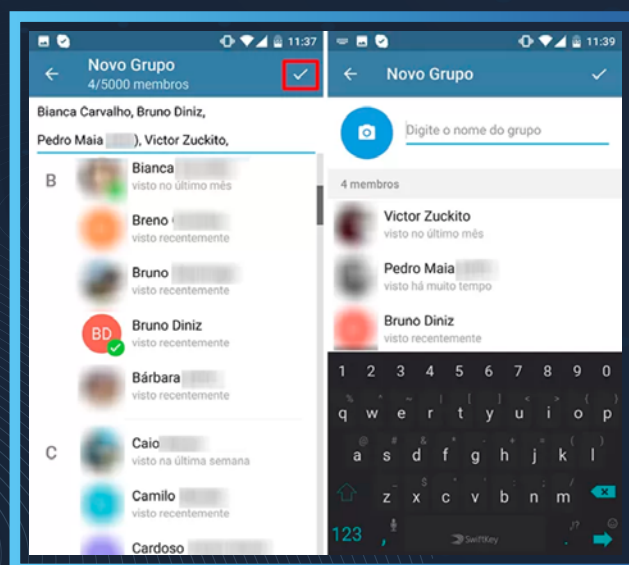
GRUPO

1 Toque no ícone de novo chat;



2 Selecione “Novo grupo”;

3 Escolha e adicione os contatos que deseja ao novo grupo;



4 Dê um nome para o grupo; Confirme.

O seu grupo no Telegram já está ativo.



Como criar o seu grupo/canal engajado

- 1 Tenha produtos ou materiais gratuitos para dividir com os participantes do grupo/canal (ex: Ebooks)
- 2 Deixe os materiais mais importantes fixados no grupo, para que ao entrar todos tenham facilidade em encontrá-los.
- 3 Caso não tenha uma base de dados, crie uma Landing Page chamativa para alcançar potenciais clientes. Potencialize o tráfego da sua página com Ads. (Uma boa opção é o Facebook Ads, pois permite que você encontre as pessoas através de perfis de interesse)
- 4 Alimente seu público com conteúdos relevantes para mantê-los interessados.
- 5 Fale sobre vendas apenas quando já houver um bom engajamento. Reconheça o momento certo de sugerir suas vendas para não virar algo recorrente e acabar sendo ignorado
- 6 Trate seu cliente com exclusividade (dica mais direcionada aos grupos; chamar seu cliente pelo nome faz toda a diferença na hora de demonstrar proximidade)
- 7 Interesse Pós-Venda. Não abandone seu cliente após o mesmo ter realizado a compra. O Pós-Venda é a etapa mais importante para que você mantenha a confiança do seu cliente.

Os profissionais de marketing e comunicação devem acompanhar a movimentação do consumidor. Você já está nessa plataforma?

*Para mais informações ou dúvidas entre em contato com a gente:
<https://www.fsb.com.br/>*



i2 Inovação
e Insights

Comex Digital

GRUPO
fsb