



MANUAL DE ORIENTAÇÕES

API OFICIAL DO WHATSAPP



Conti Chips

SUMÁRIO

1 Categorias Restritas, Proibidas e Permitidas

2 Importância do Opt-In

3 Melhores Práticas de Comunicação

4 Monitoramento da Qualidade da Conta

5 Segurança e Proteção de Dados

6 Checklist Final: Pode x Não Pode

7 Possíveis Instabilidades e Atualizações da Meta

8 Garantia e Responsabilidade do Uso

9 Dúvidas Frequentes (FAQ)

Parabéns pela sua decisão de trabalhar com a **API oficial do WhatsApp!** Sem dúvidas, você deu um passo fundamental para transformar o WhatsApp em um **canal profissional, seguro e escalável** para vendas, atendimento/suporte e relacionamento com a sua base de leads e clientes.

Em um cenário onde o WhatsApp virou a principal ponte entre empresas e consumidores, atuando como o **principal canal de comunicação**, o uso correto da plataforma é o que separa contas estáveis e lucrativas de contas que podem ser facilmente bloqueadas, limitadas ou banidas.

A API oficial da Meta é, hoje, a forma mais sustentável e confiável de operar com alto volume no WhatsApp, mantendo a integridade da sua marca e a segurança dos seus dados, e de seus clientes.

Este manual foi desenvolvido com muito carinho, experiência técnica/prática e responsabilidade por um time que vive na linha de frente da contingência e estruturação de operações comerciais no WhatsApp. Cada orientação aqui é fruto de muitos testes, estudos e casos reais.

Nosso objetivo é te ajudar a ter uma **experiência fluida e segura com a API**. Ao seguir essas diretrizes, você não apenas reduz as chances de evitar bloqueios e penalidades, mas também constrói uma comunicação mais humana, relevante e lucrativa com os seus leads/clientes.

Faça a leitura completa com atenção, quantas vezes forem necessárias. E lembre-se: isso aqui não é só um manual com várias orientações aleatórias para encher linguiça, mas sim, um guia completo, que, com certeza, deveria ser cobrado, para te ajudar a fazer um bom uso e ter uma boa durabilidade em sua API.

Desejamos sucesso nesse próximo passo e permanecemos a disposição em nossos canais oficiais de suporte:



Lembrando que, por se tratar de um time presencial, que trabalha em nosso escritório físico, nosso atendimento ocorre dentro dos **horários comerciais** e o nosso prazo de resposta é de, **no máximo, 24h**.



Horários de Atendimento

Segunda à sexta: 08:30 - 18:30

Sábado: fechado

Domingo: fechado

1 Categorias Restritas, Proibidas e Permitidas

O WhatsApp, por ser uma plataforma de comunicação pessoal e comercial altamente regulada, restringe o uso da API em determinados setores.

Isso ocorre como uma tentativa de:

- Tentar manter a experiência do usuário positiva
- Proteger a integridade da plataforma
- Evitar spam



Categorias Proibidas

- ✗ Produtos relacionados ao tabaco
- ✗ Drogas recreativas e farmacêuticas (e suplementos não autorizados)
- ✗ Armas, munições ou explosivos
- ✗ Jogos de azar (cassino, apostas esportivas, loterias) - com exceções
- ✗ Produtos ou serviços sexuais ou sensuais
- ✗ Criptomoedas e NFTs (exceto em contexto educativo ou regulado)
- ✗ Produtos falsificados ou que infrinjam propriedade intelectual
- ✗ Venda de bebidas alcoólicas e consumo recreativo
- ✗ Serviços de escort ou namoro "acompanhado"
- ✗ Serviços financeiros não regulados

De acordo com a documentação oficial do WhatsApp, essas contas têm alta possibilidade de serem negadas ou banidas permanentemente.



Categorias Sensíveis ou Restritas

Podem ser usadas com limitações específicas, a depender da comunicação usada:

-  Instituições financeiras reguladas (bancos, fintechs, corretoras)
-  Educação (consultorias, cursos, escolas)
-  Saúde (clínicas, hospitais, médicos – sem linguagem diagnóstica/remédios)
-  ONGs ou causas sociais (não envolvendo conteúdo sensível ou político)
-  Serviços jurídicos

Dentro dessas categorias, é fundamental garantir que a comunicação seja aprovada, relevante, ética e tenha opt-in.



Categorias Permitidas

-  Varejo e e-commerce (roupas, eletrônicos, cosméticos, móveis...)
-  Alimentos e bebidas (delivery, mercados, padaria, restaurante...)
-  Beleza e bem-estar (salões de beleza, clínicas de estética, academias)
-  Educação (cursos online, escolas, universidades, consultorias educacionais)
-  Logística e transporte (transportadoras, rastreamento de pedidos, aplicativos)
-  Serviços (manutenção, reformas, tecnologia, marketing, softwares)
-  Infoprodutos (mentorias, treinamentos, conteúdos digitais)

Essas empresas podem usar a API para:

- Atendimento automatizado
- Confirmações de pedidos/agendamentos
- Promoções (com opt-in válido)
- Lembretes, onboarding e suporte

Para consultar mais informações, visite:

<https://business.whatsapp.com/policy>



Lembre-se: mesmo categorias permitidas podem sofrer sanções se utilizarem **práticas indevidas** de spam ou envio sem consentimento, por exemplo. Por isso, continue lendo este manual para ter a melhor experiência com a sua API.

2

Importância do Opt-In

Opt-in é o **consentimento do usuário**, a permissão explícita e consciente que o usuário fornece para receber mensagens da empresa via WhatsApp.

Aos olhos do WhatsApp é a base de um relacionamento legal e saudável com o cliente pela plataforma, então é um fator bem importante.

A principal preocupação da rede Meta, de uma forma geral, é a experiência de seus usuários dentro da plataforma.

Por isso, os banimentos/bloqueios ocorrem. Quando a ferramenta identifica que determinada conta pode estar sendo invasiva e prejudicando a experiência dos usuários na plataforma, ela aplica alguma restrição.

É uma das principais ferramentas de verificação desse fato é a taxa de opt-in.

O WhatsApp sempre vai fazer uma análise da quantidade de mensagens que foram enviadas e a taxa de resposta obtida.

Exemplo: se você mandou “oi, tudo bem?” e o usuário não te deu nenhuma resposta, evite forçar um novo envio para evitar o bloqueio/denúncia por parte dele.



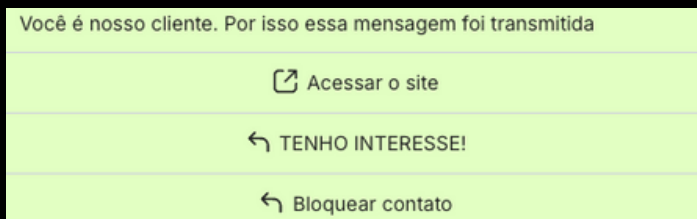


Dica de Ouro:

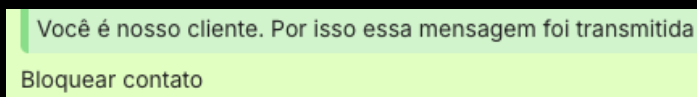
Sempre dê ao seu lead/cliente a **opção de OPT-OUT**, ou seja, a possibilidade dele sair do seu funil e parar de receber mensagens a qualquer momento.

NA PRÁTICA:

Ao aprovar um template, seja direto pela Meta ou em seu BSP, crie um botão personalizado, com o nome "Bloquear contato", como no exemplo abaixo:



Se o usuário clicar em "bloquear contato", você apenas receberá a mensagem:



E não será, de fato, bloqueado. Isso te dá a possibilidade de tomar precauções.

Esse é um hack muito simples, mas evita que o usuário bloqueie ou denuncie o seu contato logo de cara, minimizando a possibilidade de restrição em sua conta.

E não vacile, se o usuário demonstrar que não quer mais receber as suas comunicações, retire-o de sua lista e não faça mais nenhum envio não autorizado.



Benefícios de um Opt-In bem feito:

- ✓ Reduz drasticamente o risco de banimento
- ✓ Aumenta o engajamento e abertura de mensagens
- ✓ Fortalece a reputação da conta no WhatsApp
- ✓ Permite escalar o número de mensagens com segurança



O Que Evitar:

- ✗ Comprar lista de contatos
- ✗ Adicionar contatos manualmente sem permissão
- ✗ Usar listas de clientes antigos sem reconfirmar o opt-in
- ✗ Enviar mensagens do tipo "Oi, tudo bem? Podemos falar por aqui?"

Esses cuidados são importantes porque a API oficial do WhatsApp funciona a partir de um modelo chamado de **"autodeclaração com responsabilidade"**. Ou seja:

Você se compromete, por contrato e política, a só enviar mensagens para pessoas que já te deram o opt-in anteriormente em outro canal de comunicação (site, redes sociais, e-mail marketing, SMS e etc).

Porém, há uma **grande brecha** aqui. O WhatsApp não consegue saber se os usuários te deram ou não esse opt-in, então, inicialmente, ele confia que você está seguindo as regras e políticas da plataforma.

Mas é ideal manter registros internos, dentro de um CRM, por exemplo, porque o WhatsApp pode pedir auditoria em caso de denúncias, bloqueios ou uso suspeito.

E agora, isso significa que você não vai poder fazer disparos para uma lista fria?

Pela regra oficial do WhatsApp, não pode. Mas na prática, o cenário é bem diferente. Em tese, o WhatsApp exige que:



Só envie mensagens via API para quem deu consentimento claro e recente



O opt-in seja específico para o canal de WhatsApp



A comunicação seja esperada e relevante

Mas existe um **meio-termo estratégico**, onde é possível reativar suas listas frias de maneira inteligente, ética e segura, com uma probabilidade ao bloqueio muito menor do que usando contas de WhatsApp comuns.

NA PRÁTICA:

A) Segmente sua lista fria

- Divida em grupos: últimos 3 meses, 6 meses e 12+ meses
- Quanto mais antiga, mais sensível tem que ser a abordagem

B) Crie um template de reconexão bem neutro

Exemplo: “Oi, tudo bem? Aqui é (nome da empresa). Você já falou com a gente há um tempo, e queríamos saber se ainda podemos te mandar novidades ou condições especiais por aqui. Se não quiser mais, é só responder SAIR”.

- A abordagem é zero agressiva (ajuda a evitar banimentos)
- Demonstra que já existiu contato anterior (traz contexto claro)
- Não tenta vender direto
- Dá uma opção clara de opt-out

Se o usuário responder de forma positiva, aí sim você continua o fluxo de vendas.

Esteja sempre monitorando as métricas

- Se você mandar para 1.000 pessoas e 50 bloquearem, é um sinal ruim
- Se ninguém responde e 10 denunciam, pior ainda
- Mas se 300 respondem positivamente e quase ninguém denuncia: show!

Esse feedback vai ajudar a definir a saúde da sua conta e se o WhatsApp vai trazer algum tipo de restrição ou não

O Que NÃO Fazer com Lista Fria:

- Não usar linguagem forçada ou comercial na primeira mensagem
- Não mandar links diretos de venda
- Não forçar o opt-in no WhatsApp (ex: “responda SIM para continuar...”)

3

Melhores Práticas de Comunicação

Como manter conversas via WhatsApp API saudáveis, seguras e com alto engajamento, reduzindo, ao máximo, os riscos de bloqueio

O que o WhatsApp avalia em suas mensagens?

De uma forma geral, a qualidade da comunicação é monitorada com base em **3 pilares principais**:

 **Feedback dos usuários (bloqueios, denúncias, respostas negativas)**

 **Taxa de engajamento (quem responde ou interage com você; respostas positivas, interações e cliques)**

 **Conteúdo das mensagens (se são genéricas, invasivas ou sensíveis; analisa a taxa de entrega, rejeição e opt-outs)**

Foque em: mandar mensagens que as pessoas querem receber, e de forma certa

Dicas essenciais para evitar banimentos:

A) Use a API de forma progressiva

Antes de escalar seus envios, comece devagar!

Mesmo que a sua conta esteja habilitada para até 1.000 disparos por dia, não é recomendado já começar no limite máximo logo de cara

Isso pode gerar uma onda de bloqueios ou denúncias, e derrubar a reputação da conta logo nos primeiros dias

Recomendação de envios nos primeiros dias:

DIA	Volume Recomendado	Observação
Dia 1	100 contatos	Só leads quentes (responderam nos últimos 30D)
Dia 2	150 a 200 contatos	Mistura de leads quentes + mornos
Dia 3	300 contatos	Mantendo bom engajamento e poucos bloqueios
Dia 4+	Aumentar gradualmente	Subir 100 a 200/dia se a reputação se manter alta

OBS: se notar qualquer sinal de alerta (respostas negativas, opt-out alto, bloqueios), reduza imediatamente ou suspenda os disparos e revise a abordagem.

Além disso, sempre inicie com listas quentes e mornas (ou seja, contatos que já interagiram com a sua empresa recentemente ou que conhecem a sua marca). Isso ajuda a manter a sua reputação alta desde o início.

Ordem sugerida de envios:

- 1** – Leads quentes (contatos que interagiram nos últimos 30 dias)
- 2** – Leads mornos (entre 30 a 90 dias)
- 3** – Leads frios (mais de 90 dias sem interação; use templates de reconexão)

Por quê começar devagar?

A API vai avaliar o seu comportamento inicial como um **termômetro de qualidade**.

Quanto mais positiva a primeira onda de envios, maior será a sua liberdade de expansão futura nos disparos.

A **escalada consciente** reduz significativamente as chances de bloqueio e permite uma comunicação mais saudável e constante com a sua base.

B) Use linguagem natural, amigável e personalizada

- Sempre que possível, trate a pessoa pelo nome
- Seja humano, direto e útil
- Evite frases automáticas demais, como: “prezado cliente, informamos que...”

✓ Oi João, seu pedido foi confirmado e está a caminho! Qualquer dúvida, é só falar

✗ Prezado cliente, informamos que o seu pedido foi enviado. Por favor, não responda a esta mensagem

C) Entregue valor logo de cara

Evite mensagens genéricas ou que soem como spam.

O lead precisa entender por que você está falando com ele e o que ele ganha com isso.

Uma comunicação relevante é aquela que oferece algo de forma clara, como:

- **Um lembrete útil**
- **Oferta exclusiva**
- **Convite para atualização de cadastro**
- **Aviso relevante (status de pedido, oportunidade nova, etc)**

✗ Oi tudo bem? Aqui é da empresa X. Podemos te mandar novidades por aqui?

✓ Oi João! Notamos que você ainda tem créditos acumulados conosco. Gostaria de usar em uma nova compra? Podemos te mandar as opções por aqui

D) Respeite o ritmo e frequência

- Nada de bombardear o lead com várias mensagens por dia
- Em campanha promocional, envie no máx. 1 ou 2x por semana
- Evite envios fora do horário comercial, especialmente fins de semana à noite



Horários Recomendados

Segunda à sexta: das 9h às 11h ou 14h às 17h

E) Inclua sempre uma saída fácil (opt-out)

Mesmo quando a pessoa aceitou receber mensagens, pode mudar de ideia

Como incluir o opt-out:

No final da mensagem:

“Se quiser parar de receber nossas mensagens, é só responder SAIR”

E/OU adicionar botão de “bloquear contato”

Em campanhas recorrentes:

“Você está recebendo esta oferta porque se cadastrou em nossa lista VIP. Para sair, envie SAIR”

Isso ajuda muito a diminuir os bloqueios e denúncias.

F) Evite linguagem agressiva, sensacionalista ou forçada

O WhatsApp também bloqueia com base em termos ou estilos de mensagem.

Evite palavras como:

- ***Compre agora antes que acabe!***
- ***Última chance HOJE***
- ***Oferta imperdível, clique agora!!***
- ***Você foi sorteado (isso ativa filtros automáticos)***

G) Evite links encurtados suspeitos

Sempre opte por usar links com domínios da sua empresa ou rastreados com UTMs limpos.

Evite **bit.ly**, **tinyurl** e etc (o WhatsApp pode identificar como conteúdo potencialmente malicioso ou perigoso).

H) Use templates de mensagem (HSM) bem escritos e úteis

Toda primeira mensagem via API oficial precisa de um template aprovado.

Templates devem ser úteis, claros e não promocionais diretos (a não ser que o cliente tenha concedido um opt-in promocional explícito).

✅ *Olá {{1}}, seu pedido {{2}} está pronto para retirada na loja {{3}}. Qualquer dúvida estamos à disposição!*

Sempre fale com o seu cliente como você gostaria de ser abordado no seu próprio WhatsApp pessoal.

I) Cuidado com o uso de emojis

Os emojis ajudam a humanizar a comunicação e aumentar o engajamento quando usados com moderação.

✅ *Uso de emojis, em algumas situações, para suavizar a mensagem:*

"Olá João! Seu pedido foi enviado. Qualquer dúvida, estamos por aqui 😊"

❌ Evite o excesso de emojis que pareçam spam

🔥🔥 CORREEEE!!! ÚLTIMA CHANCE 🛒💣🔥 CLIQUE AGORA!!

DICA: se for usar, use de 1 a 3 emojis por mensagem, priorize aqueles que fazem sentido com o tom e o conteúdo da sua mensagem enviada.

RESUMINDO:

PRÁTICA	O QUE FAZER
Linguagem natural e personalizada	<i>Usa o nome do cliente, escreva como humano e seja direto e gentil</i>
Entregar valor de imediato	<i>Ofereça algo útil ou interessante logo na primeira linha</i>
Controlar frequência e horário	<i>Envie, no máximo, 1-2 vezes por semana, em horário comercial</i>
Incluir opt-in visível	<i>Sempre coloque "responda SAIR" ou botão claro para sair da lista</i>
Evitar termos sensacionalistas	<i>Não use frases como "última chance hoje" ou "você foi sorteado"</i>
Usar links confiáveis	<i>Use domínios próprios, evite encurtadores como bit.ly</i>
Templates aprovados e objetivos	<i>Use HSMs aprovados com linguagem neutra e relevante</i>

4 Monitoramento da Qualidade da Conta

Diferente das contas comuns de WhatsApp, a API oficial libera uma métrica extremamente importante, que é o nível de qualidade da conta.

Número de telefone	Nome	Status	Classificação de qualidade	Limite de mensagens
+55 34 9952-5379 Brasil	Luana Ferreira (Conti Nome visível para os c...	Conectado	Alta	Mil clientes/2...

Esse nível pode ser:

Alto (conta saudável)

Médio (atenção, algo está errado)

Baixo (em risco de restrição ou banimento)

O WhatsApp monitora a qualidade das contas com base no feedback dos usuários. Ou seja, bloqueios e denúncias frequentes podem reduzir a classificação da qualidade e impor limites de envio.

A vantagem é que, na maior parte das vezes, ao invés da API oficial ser banida de primeira, como acontece com as contas comuns do WhatsApp, primeiro ela desce a qualidade da sua conta.

Funciona como um sinal de alerta, uma bandeira vermelha para que você tome algumas medidas com o objetivo de evitar o banimento.

Esteja SEMPRE acompanhando o índice de qualidade da sua conta através do gerenciador do WhatsApp.

O que fazer se a qualidade cair?

É ideal agir rapidamente e da forma certa para evitar que a conta seja limitada ou até banida de vez.

Se a qualidade cair para MÉDIA:

Esse é um alerta amarelo. A conta ainda está funcional, mas está recebendo sinais negativos dos usuários (como bloqueios ou denúncias).

Se cair para BAIXA:

Sua conta está oficialmente em risco, e o WhatsApp pode:

- ➡ Restringir o número de mensagens por dia
- ➡ Reduzir o nível de envio (ex: de 10K para 1K de contatos)
- ➡ Exigir reavaliação
- ➡ Bloquear temporariamente ou permanentemente a conta



Ações IMEDIATAS:

A) Pare todos os disparos por 24h a 48h

- Isso dá um “respiro” pro sistema estabilizar sua reputação
- Evita que mais usuários bloqueiem ou denunciem

B) Analise os últimos envios

- Quais mensagens foram enviadas
- Quais templates geram mais bloqueios
- Segmentos com a maior taxa de rejeição

C) Otimize o conteúdo

- Reformule templates com linguagem suave, útil e personalizada
- Evite qualquer tom agressivo, imperativo ou promocional excessivo
- Teste mensagens com propósito claro e tom human

D) Envie apenas para usuários engajados

- Priorize quem respondeu positivamente nas últimas conversas
- Pause mensagens para leads muito antigos ou inativos
- Segmente melhor a sua base

E) Inclua o opt-out de forma mais clara e visível

Quanto mais fácil o usuário sair SEM te bloquear, melhor pra reputação da conta.

Use o botão de bloquear contato e/ou o aviso na mensagem:

Exemplo: *se quiser sair da lista, é só responder SAIR*

F) Use templates neutros e informativos

✓ Olá {{nome}}, seu agendamento para amanhã está confirmado! Caso precise reagendar, é só responder aqui

✗ Última chance, responde agora para não perder seu agendamento!

G) Monitore o status diariamente

- Acesse o gerenciador de negócios
- Vá em Contas do WhatsApp > Qualidade da Conta
- Observe se a reputação começa a subir novamente

DICA extra: se você conseguir recuperar o status de “alta”, volte com os envios gradativamente e mantenha o foco em engajamento e utilidade.

Sinais de Alerta:

Sinal de Alerta	O Que Significa	Ação Recomendada
Mensagens com status “pendente”	Cliente bloqueou/número removido	Pausar envios para esse número
Queda na qualidade da conta	Reclamações e bloqueios excessivos	Revisar linguagem e frequência
Campanhas com baixa taxa de resposta	Falta de engajamento	Melhor segmentação ou novo conteúdo
Limite de envio caiu sozinho	Reputação da conta baixou	Parar envios, reavaliar estratégia

5

Segurança e Proteção de Dados

O WhatsApp faz parte da Meta (antigo Facebook) e da mesma forma, está sujeito a regras rígidas de conformidade com leis de proteção de dados, como a LGPD.

Essas normas exigem que você colete, armazene e use os dados dos clientes de forma segura, legal e transparente.

Boas Práticas de Segurança:

A) Obtenha consentimento real e documentado

- Sempre colete opt-ins em canais seguros (site, e-mail, formulário)
- Guarde provas (logs, prints, data e hora, IP)

B) NÃO compre ou use listas de terceiros

Usar listas prontas com contatos desconhecidos é uma violação direta das políticas da API oficial e da LGPD.

C) Proteja os dados coletados

- Use sistemas confiáveis e criptografados para armazenar números, nomes e interações
- Nunca compartilhe ou transfira contatos para terceiros sem consentimento

D) Limite o acesso aos dados sensíveis

- Dê acesso apenas a quem realmente precisa (equipe atendimento/vendas)
- Controle com níveis de permissão no sistema utilizado

E) Use tokens e senhas seguras na API

- Mantenha tokens, credenciais do WhatsApp Business API em locais seguros
- Se possível, use autenticação de duas etapas e rotação de chaves

F) Informe o cliente sobre como os dados serão usados

Exemplo: Usamos seus dados apenas para contato e envio de conteúdos relacionados ao seu interesse. Você pode sair a qualquer momento.

G) Atenda prontamente pedidos de remoção de dados

- Se alguém pedir para sair da base, remova de forma definitiva
- Ter todo esse procedimento documentado mostra conformidade e respeito

6

Checklist Final: Pode x Não Pode

AÇÃO	PODE?
Enviar mensagens com opt-in claro e documentado	✓
Usar a API para atendimento, suporte e acompanhamento de pedidos	✓
Disparar mensagens genéricas sem contexto ou consentimento	✗
Usar listas compradas ou sem permissão explícita	✗
Utilizar linguagem respeitosa, clara e com propósito	✓
Inserir opção de SAIR ou botão de cancelamento	✓
Usar templates promocionais sem opt-in específico	✗
Utilizar links rastreáveis com domínio da empresa	✓
Enviar mensagens em horários comerciais (9h-11h ou 14h-17h)	✓
Incluir emojis em excesso ou linguagem sensacionalista	✗
Registrar opt-ins e guardar comprovação	✓

Ao seguir as nossas recomendações, baseadas em nossa experiência de campo de batalha diário e nas diretrizes do Meta, sua empresa demonstra responsabilidade e constrói um canal de WhatsApp seguro, confiável e sustentável a longo prazo, algo realmente sólido.

Por ser uma plataforma global e em constante evolução, o WhatsApp (e toda a estrutura da Meta) está sujeito a atualizações técnicas, mudanças dentro de sua política e instabilidades temporárias.

Esses fatores, infelizmente fogem do nosso controle direto e podem **impactar temporariamente o funcionamento da API**.

Durante esses períodos, é comum observar:

- Mensagens que não são entregues
- Erros no envio via API mesmo com tudo configurado
- Templates em análise por mais tempo que o normal
- Contas com queda de reputação repentina
- Banimentos automáticos por comportamento atípico

Essas situações podem gerar frustração, mas fazem parte do ecossistema de uso de uma ferramenta que está em constante desenvolvimento.

A boa notícia é que, na maioria dos casos, a própria Meta identifica e resolve as falhas em poucas horas ou dias.

O que fazer em casos de instabilidade:

- Evitar novos disparos em massa até que o cenário estabilize
- Acompanhar canais de suporte do seu BSP (provedor da API)
- Reduzir o volume e priorizar conversas abertas
- Monitorar o gerenciador de negócios para checar mensagens com erro ou fila

Sobre a nossa responsabilidade após a entrega:

Ao contratar a nossa solução com a API oficial do WhatsApp, você recebeu uma estrutura segura, profissional e homologada pela Meta. Nós cuidamos de todo o processo de implementação, configuração técnica, validação de número e etc, seguindo as melhores práticas do mercado.

Contudo, após a entrega da estrutura pronta, o uso diário da API passa a ser de responsabilidade total do cliente. Isso por alguns motivos, dentre eles:

- É o cliente quem define a lista de contatos que será usada
- É o cliente quem escreve e aprova os conteúdos enviados
- É o cliente quem escolhe a frequência e a forma dos disparos
- A forma de uso escolhida pelo cliente foge de nosso controle

Por que isso importa?

Mesmo que tudo tenha sido implementado corretamente, já que a API foi entregue de **forma 100% funcional**, o uso inadequado pode comprometer a saúde da sua conta, resultando em:

- Queda da reputação
- Restrições de envio
- Suspensões temporárias ou banimento definitivo

Por isso, recomendamos fortemente que todas as ações no WhatsApp sejam feitas com base neste manual. Ele foi criado justamente para te ajudar a obter sucesso com a ferramenta, evitando riscos desnecessários.

No mais, nosso suporte segue sempre à disposição para orientar, esclarecer dúvidas e sugerir possíveis ajustes. Mas a execução prática (envios, linguagem e estratégia) está sob o controle total do cliente.



Lembrando que, por se tratar de um time presencial, que trabalha em nosso escritório físico, nosso atendimento ocorre dentro dos **horários comerciais** e o nosso prazo de resposta é de, **no máximo, 24h.**



Horários de Atendimento

Segunda à sexta: 08:30 - 18:30

Sábado: fechado

Domingo: fechado

A) Posso usar uma lista exportada de algum CRM?

Sim, desde que você consiga provar que o contato deu opt-in específico para receber mensagens via WhatsApp.

B) Posso mandar áudios via API?

Ainda não é possível enviar áudios diretamente por template. Após a abertura da conversa, você pode enviar áudio manualmente, respeitando o tom profissional.

C) Posso enviar vídeos e arquivos?

Sim! A API permite o envio de vídeos, imagens, PDFs e outros arquivos, seja para aprovação direta via template ou na janela ativa com o cliente (conversa aberta).

D) Se um cliente pedir pra sair da lista, posso tentar reativá-lo depois?

Não. Se ele pediu para sair, você deve respeitar e arquivar esse status como opt-out permanente, a menos que ele volte a entrar em contato novamente.

E) Posso mandar a primeira mensagem sem opt-in se for só um aviso?

Oficialmente, não. Toda primeira mensagem enviada via API precisa ter respaldo de consentimento, mesmo que o conteúdo seja informativo ou de interesse geral.

Mas na prática, é possível enviar um template neutro de reconexão, com tom informativo e opção clara de saída (opt-out), desde que haja um vínculo anterior com o contato e que o conteúdo não seja promocional ou invasivo.

O ideal é que isso esteja registrado em CRM, formulário ou outra fonte segura.

Esperamos sinceramente que este manual de orientações tenha esclarecido todos os pontos essenciais para te ajudar a ter uma operação sólida, estratégica e segura com a API oficial do WhatsApp.

Nosso time dedicou tempo, estudo e experiência prática para reunir aquilo que você precisa saber para aproveitar ao máximo essa poderosa ferramenta, sem cair em armadilhas que possam comprometer sua conta ou reputação

A API oficial é o caminho mais seguro e profissional para vender, atender e escalar qualquer operação no WhatsApp. E agora, com este manual em mãos, você está pronto para utilizar essa ferramenta poderosa com inteligência, consistência e responsabilidade.

Conte com a gente nessa jornada!

Att, equipe Conti Chips

