

M-Target

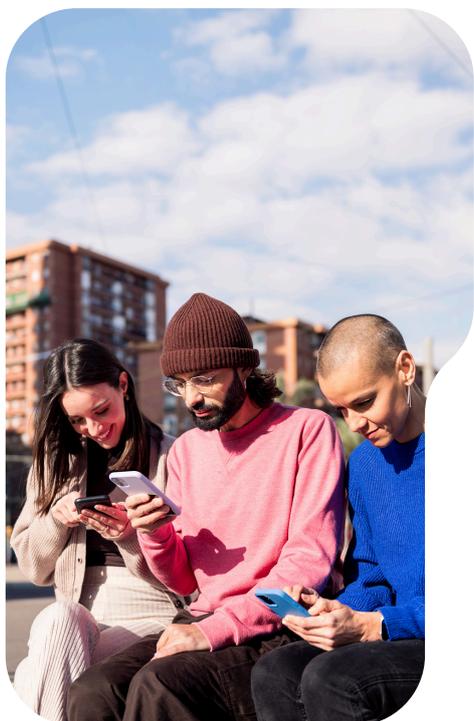


WhatsApp Business API

Guide pratique pour comprendre et intégrer WhatsApp Business dans vos communications professionnelles

Pourquoi ce guide ?

Ce document a été conçu pour offrir aux entreprises une compréhension claire et complète de WhatsApp Business API. Vous y trouverez des explications détaillées sur ses fonctionnalités, ses avantages et son mode d'intégration.



Sommaire

I. Introduction	2
II. Types de messages	3
III. Fonctionnement des sessions	6
IV. Tarification	7
V. Comment démarrer ?	9

I. Introduction

WhatsApp Business API est une solution conçue pour permettre aux entreprises de communiquer efficacement avec leurs clients via WhatsApp, l'une des applications de messagerie les plus populaires au monde.

En 2024, WhatsApp compte plus de 2 milliards d'utilisateurs actifs mensuels dans le monde, dont 24 millions de visiteurs uniques quotidiens en France, ce qui en fait un canal de communication incontournable pour les entreprises souhaitant atteindre une large audience.

L'intégration de WhatsApp Business API offre aux entreprises plusieurs avantages :



Accessibilité accrue

Avec une présence massive de WhatsApp sur les smartphones, les entreprises peuvent atteindre leurs clients directement sur une plateforme qu'ils utilisent quotidiennement.



Engagement renforcé

Les messages envoyés via WhatsApp ont des taux d'ouverture et de réponse élevés, favorisant une interaction plus dynamique avec les clients.



Echanges sécurisés

Grâce au chiffrement de bout en bout, les échanges sont protégés, assurant la confidentialité des informations partagées entre les marques et leurs clients.

En adoptant WhatsApp Business par API, les entreprises peuvent également automatiser certaines réponses et ainsi offrir une expérience utilisateur fluide, rapide, et personnalisée.

II. Types de messages

Dans le cadre de l'utilisation de l'API WhatsApp Business, il est essentiel de comprendre les différents **types de messages** disponibles et les procédures associées à leur envoi à travers **les modèles de messages** mis à disposition par Meta. Ces messages se divisent principalement en deux catégories. D'une part les messages nécessitant une validation par Meta : **messages utilitaires**, **messages d'authentification** et **messages marketing**. D'autre part, il existe les **messages de service**, qui s'inscrivent dans une conversation client-entreprise initiée par le client. Nous parlons ici de "P2A" ou Person to Application. Entrons dans le détail !

Modèles de messages nécessitant une validation par Meta

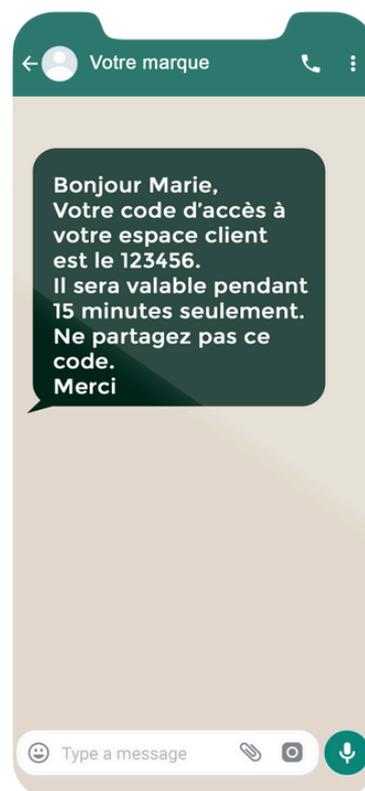
Lorsque l'entreprise souhaite initier une conversation ou contacter un client en dehors de la fenêtre de discussion de 24 heures (nous reviendrons sur cette notion dans le chapitre suivant), elle doit utiliser des modèles de messages approuvés par Meta. Ces modèles garantissent que les communications respectent les directives de WhatsApp et offrent une expérience utilisateur cohérente. Les principaux types de modèles de messages sont les suivants :

- **Messages utilitaires**

Destinés à fournir des informations transactionnelles ou des mises à jour importantes, tels que des confirmations de commande, des notifications d'expédition ou des rappels de rendez-vous. Ces messages visent à informer le client sur des actions spécifiques liées à ses interactions avec l'entreprise.

- **Messages d'authentification**

Utilisés pour des processus de vérification, comme l'envoi de codes à usage unique (OTP) pour sécuriser l'accès à un compte ou valider une transaction. Ils jouent un rôle crucial dans la sécurité des communications et des transactions en ligne.



- **Messages marketing**

Conçus pour promouvoir des produits, services ou offres spéciales, les messages marketing permettent aux entreprises de partager des promotions, des actualités ou des recommandations personnalisées. Ces messages sont particulièrement efficaces pour maintenir un lien avec les clients, générer de l'intérêt, et stimuler les ventes.

Avec des taux d'ouverture et de réponse élevés sur WhatsApp, les messages marketing deviennent un outil puissant pour créer une expérience client unique et mémorable, tout en maximisant le retour sur investissement des campagnes promotionnelles.



Processus de validation des modèles par Meta

Avant d'envoyer des messages utilisant ces modèles, l'entreprise doit soumettre **chaque modèle et contenu du modèle** à Meta pour approbation. Ce processus garantit que le contenu respecte les normes et directives de WhatsApp. La validation est généralement rapide, souvent effectuée en moins d'une heure. Les entreprises peuvent gérer la création et la soumission de ces modèles via la plateforme d'administration Meta ou confier cette tâche à **M Target**.

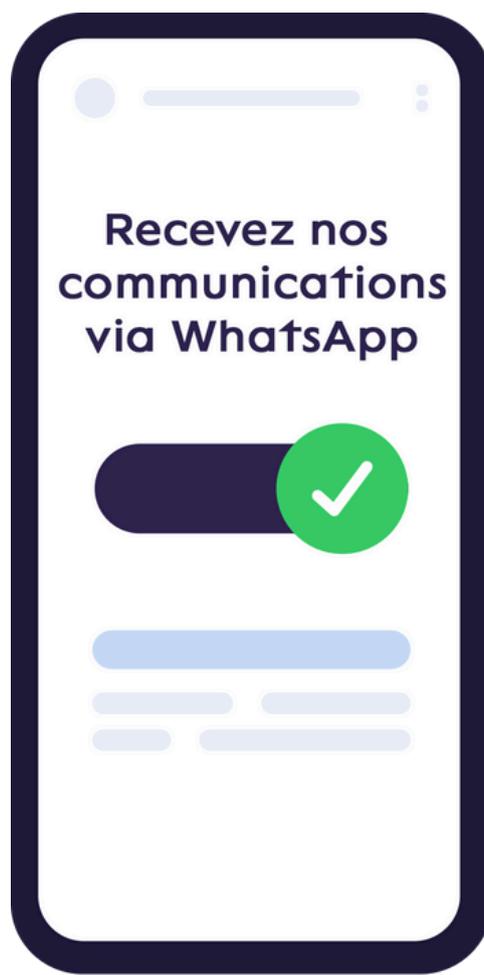
Cela ne concerne pas les réponses formulées suite à un message reçu de la part de l'utilisateur, ce qui correspond à la catégorie messages de service.



Opt-in obligatoire

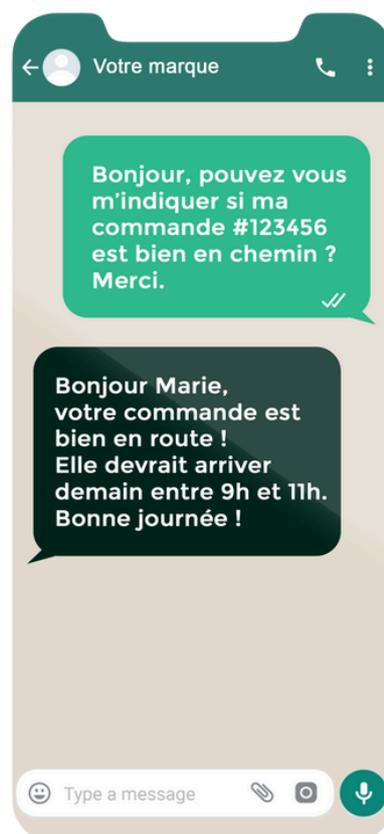
Les entreprises doivent obtenir le consentement explicite des clients avant de leur envoyer des messages, notamment pour les communications marketing. Cet "opt-in" peut être générique et ne doit pas nécessairement être spécifique à WhatsApp, tant que le consentement couvre clairement le type de messages que le client accepte de recevoir. Les méthodes pour obtenir ce consentement incluent des formulaires en ligne, des cases à cocher lors de l'inscription ou des confirmations par SMS. Respecter cette exigence reste essentiel pour se conformer aux politiques de WhatsApp et aux réglementations en matière de protection des données.

En maîtrisant ces différents types de messages et en suivant les procédures appropriées, les entreprises peuvent optimiser leur communication avec les clients via l'API WhatsApp Business, tout en assurant une expérience utilisateur positive et conforme aux normes établies.



Messages de services (P2A)

Les messages de service, également appelés "Person to Application" (P2A), sont initiés par l'utilisateur final. Dans ce scénario, le client prend l'initiative de contacter l'entreprise, par exemple en envoyant une question ou une demande d'information. L'entreprise peut alors répondre librement à ces messages sans avoir besoin de modèles préapprouvés, tant que la réponse est envoyée dans une fenêtre de 24 heures suivant le message initial du client. Cette période est souvent appelée "fenêtre de service" ou "session de 24 heures".



III. Fonctionnement des sessions

Les sessions de 24 heures, également appelées "fenêtres de service", représentent :

- Soit la période pendant laquelle une entreprise peut répondre aux messages des clients sans utiliser de modèles prévalidés (modèle A2P) :
- Soit la période pendant laquelle un client peut répondre à une entreprise suite à l'envoi d'un message marketing, d'un message transactionnel, ou d'un message d'authentification (modèle P2A).

Exemple d'une session de 24 heures

H:H

Exemple : lundi à 8h du matin

Déclenchement d'une session

Une session débute uniquement à la réception d'un message de l'entreprise (A2P) ou de l'utilisateur final (P2A).

Elle ne commence pas au moment de l'envoi d'un message par l'expéditeur.

H + 23h59

Exemple : mardi suivant à 7h59 du matin

Fin de cette même session

La notion de session est centrale dans l'utilisation de l'API WhatsApp Business, car elle détermine directement la **tarification**. Chaque session de 24 heures correspond à une fenêtre de facturation, ce qui rend essentiel une gestion stratégique des échanges pour optimiser les coûts tout en maximisant l'efficacité des communications.

IV. Tarification

La tarification de WhatsApp Business repose sur deux composantes principales :

1. Facturation des conversations par Meta

Meta applique une tarification basée sur les **conversations**, définies comme des fenêtres de 24 heures pendant lesquelles vous pouvez échanger des messages avec un client. Les conversations sont classées en quatre catégories, chacune ayant un tarif spécifique :

- **Messages de services** : initiées par le client, elles sont désormais **gratuites**.
- Les autres types de messages dépendent de la tarification appliquée par Meta.

Les tarifs varient selon la catégorie de la conversation et la région géographique du client.

Pour la France et quelques pays limitrophes, les tarifs sont les suivants :

	Marketing	Utilitaire	Authentification
France	0,1186€	0,0248€	0,0572€
Allemagne	0,1131€	0,0456€	0,0636€
Espagne	0,0509€	0,0166€	0,0283€
Italie	0,0572€	0,0248€	0,0313€

Tarifs annoncés par Meta au 01/11/2024

Pour consulter l'ensemble des tarifs par pays et par catégorie de conversation, cliquez ici : <https://developers.facebook.com/docs/whatsapp/pricing>

2. Frais de service M Target

En tant qu'agrégateur mobile et partenaire certifié, **M Target** applique une commission par message envoyé et reçu, en complément des frais facturés par Meta.

Pourquoi ces frais supplémentaires ?

M Target offre une valeur ajoutée significative en tant que prestataire de services, notamment :

- **Frais de routage** : nos services incluent le routage des messages via des infrastructures robustes et sécurisées. Cela garantit que vos communications sont transmises rapidement, de manière fiable, et en conformité avec les standards de qualité exigés par WhatsApp.
- **Intégration simplifiée** : nous fournissons des outils et une assistance dédiés pour connecter l'API WhatsApp à vos systèmes existants, réduisant ainsi les complexités techniques.
- **Support continu** : notre équipe d'experts vous accompagne pour maximiser l'impact de vos interactions sur WhatsApp.

Optimisation des coûts

Pour tirer le meilleur parti de l'API WhatsApp Business tout en maîtrisant vos dépenses, nous vous conseillons de :

- **Choisir judicieusement la catégorie de conversation** : sélectionnez la catégorie la plus appropriée à votre message pour éviter des coûts inutiles.
- **Gérer efficacement les sessions de 24 heures** : planifiez vos communications pour maximiser les échanges au sein d'une même session, réduisant ainsi le nombre de sessions facturées.

Pour plus de détails sur nos tarifs et les options disponibles, n'hésitez pas à contacter notre équipe.

+33 (0)5 61 25 12 55

www.m-target.com

V. Comment démarrer ?

Pour intégrer WhatsApp Business API à vos communications professionnelles, suivez les étapes suivantes.

Dans ce guide, nous mentionnons **SMSBOX** comme la plateforme utilisée pour la mise en œuvre technique de l'API WhatsApp Business.

SMSBOX est une filiale de M Target, et il est donc normal que certaines étapes du processus passent par cette entité.

1

Créez un compte WhatsApp Business

Assurez-vous dans un premier temps d'être en possession d'un compte utilisateur / page Facebook.

2

Créer un compte Meta Business Manager

Accédez à Meta Business Manager (<https://business.facebook.com>). Fournissez toutes les informations nécessaires pour valider votre entreprise.

Recommandation : pour simplifier le processus de validation auprès de Meta, nous vous conseillons d'utiliser la même appellation pour votre entreprise sur Facebook et pour votre agent WhatsApp.

3

Obtenir un numéro de téléphone

Choisissez un numéro de téléphone fixe ou mobile qui sera associé à votre compte WhatsApp Business.

Attention :

- Lors de l'inscription, vous devrez valider ce numéro de téléphone. Assurez-vous de pouvoir recevoir et confirmer le code reçu par appel vocal ou SMS sur ce numéro.
- Ce numéro ne doit pas être associé à un compte WhatsApp déjà existant. Dans le cas contraire, le compte WhatsApp déjà existant devra être au préalable supprimé, ce qui peut occasionner une interruption si votre numéro est déjà utilisé sur ce canal.

4

Inscription via le Flux Meta

- Créez un compte sur la plateforme SMSBOX : <https://www.smsbox.net>.
- Utilisez le flux d'inscription Meta intégré sur notre site : <https://client.smsbox.net/fr/agents-whatsapp-business>
- Remplissez toutes les informations demandées pour créer votre premier agent WhatsApp Business.

Une fois ces étapes complétées, votre agent WhatsApp Business sera opérationnel et prêt à l'emploi.

5

Intégrer l'API WhatsApp Business avec SMSBOX

Pour communiquer via WhatsApp Business, une API REST est disponible. La documentation, en cours d'évolution, est accessible à l'adresse suivante : <https://docs.smsbox.dev/>

6

Quelles sont les informations nécessaires ?

Créez une clé API sur la plateforme SMSBOX : <https://client.smsbox.net/fr/cles-api>

Récupérer les Identifiants du Compte WhatsApp Business (<https://client.smsbox.net/fr/agents-whatsapp-business>) :

- ID de l'agent
- ID du numéro de téléphone

Communiquer à l'équipe SMSBOX une URL où les notifications Meta seront envoyées via des webhooks HTTP :

<https://docs.smsbox.dev/#tag/whatsapp-webhooks>.

Besoin d'aide pour intégrer WhatsApp Business API ?

Notre équipe est là pour vous accompagner à chaque étape. Contactez-nous dès aujourd'hui pour bénéficier de notre expertise et mettre en place une solution adaptée à vos besoins.

+33 (0)5 61 25 12 55

www.m-target.com

Recevez une démonstration
de WhatsApp Business sur
votre smartphone.

