

WhatsApp Business API

Guida e requisiti tecnici campagne WhatsApp

Cosa sapere prima di attivare una campagna

Attivare WhatsApp Business API non significa “aprire un nuovo canale”, ma **integrare WhatsApp dentro l’architettura digitale della tua azienda**.

È una scelta strutturale, non tattica.

A differenza dell’app WhatsApp che usi ogni giorno sullo smartphone, le API collegano un software aziendale direttamente all’infrastruttura di Meta.

Questo permette automazioni, campagne su larga scala, integrazione con CRM ed e-commerce, ma richiede **precisione, metodo e rispetto di regole ben definite**.

Questa guida nasce per chiarire cosa serve davvero per partire, evitando errori comuni, blocchi di account o investimenti mal impostati.

Il percorso si basa su **4 pilastri fondamentali**, che ogni azienda deve conoscere prima di inviare anche un solo messaggio.

1. La configurazione Meta necessaria per partire

Le fondamenta invisibili del canale

Prima ancora di parlare di messaggi, contenuti o campagne, WhatsApp Business API richiede una **struttura amministrativa corretta**. Senza questa base, il canale non può essere attivato in modo stabile.

Meta Business Manager attivo

Il Meta Business Manager è il **centro di controllo aziendale** di tutto l'ecosistema Meta.

Non è la tua Pagina Facebook e non è un profilo personale.

È lo spazio “dietro le quinte” dove vengono gestiti:

- asset pubblicitari
- account Instagram
- pixel di tracciamento
- cataloghi prodotti
- e, soprattutto, **WhatsApp Business API**

Perché è indispensabile

WhatsApp API non vive su un telefono, ma a livello aziendale.

Meta consente l'attivazione solo all'interno di un Business Manager verificabile, con ruoli e responsabilità chiari.

Cosa verificare prima di procedere

- Il Business Manager deve essere già creato
- Devi avere **permessi di Amministratore**
- I dati aziendali devono essere coerenti e completi

Un Business Manager incompleto o "sporco" è una delle principali cause di rallentamenti e rifiuti in fase di attivazione.

Numero di telefono dedicato

Unicità e gestione del canale

WhatsApp API richiede un numero esclusivo. La regola tecnica è rigida: **un numero può esistere in un solo ambiente alla volta**. Non può essere attivo contemporaneamente sull'App dello smartphone e sulle API.

Se il numero è già in uso, per collegarlo alle API è necessario liberarlo dall'ambiente precedente.

Le 3 opzioni per procedere

1. **Nuova SIM o Numero Virtuale** La scelta più immediata. Permette di partire con un ambiente pulito, separando nettamente i flussi di comunicazione.
2. **Numero Fisso Aziendale** Spesso ignorato, ma strategico. Puoi collegare alle API il tuo numero fisso storico (es. 02, 06...), permettendo ai clienti di scrivere allo stesso contatto che usano per chiamare.
3. **Migrazione di un numero mobile esistente** Puoi trasformare il tuo attuale numero WhatsApp in un numero API, mantenendo il contatto conosciuto dai clienti.
 - **Procedura tecnica:** Prima della migrazione è fondamentale eseguire un **backup delle chat** per archiviare lo storico. Successivamente, sarà necessario eliminare l'account WhatsApp Business dalle impostazioni e disinstallare l'app dal dispositivo. Solo allora il numero potrà essere agganciato al software API.

La scelta va fatta **in funzione del progetto**, non per comodità.

WhatsApp API non è una chat personale potenziata, ma un canale aziendale strutturato.

Nome visualizzato (Display Name)

Il Display Name è il nome che l'utente vede in alto nella conversazione. È il primo elemento di fiducia.

Meta applica controlli molto severi su questo punto per prevenire frodi e impersonificazioni.

Regola chiave

Il nome deve:

- coincidere con la **ragione sociale**
- oppure essere chiaramente riconducibile al brand mostrato sul sito ufficiale

Nomi creativi, slogan o abbreviazioni non coerenti portano quasi sempre al rifiuto della richiesta.

Un Display Name corretto migliora:

- tasso di apertura
- fiducia iniziale
- qualità complessiva delle interazioni

2. Come gestire le soglie iniziali di invio

La fiducia si costruisce, non si compra

WhatsApp è un canale personale.

Per questo Meta utilizza un **sistema progressivo di limiti**, chiamato *Tier System*, per valutare l'affidabilità di ogni azienda.

I livelli di invio

I limiti valgono per l'intero portfolio aziendale Meta e contano solo i messaggi inviati fuori dalla finestra di assistenza. Si parte dal livello base:

- **Tier 1:** fino a 250 utenti unici ogni 24 ore (livello iniziale)
- **Tier 2:** fino a 2.000 utenti
- **Tier 3:** fino a 10.000 utenti
- **Tier 4:** fino a 100.000 utenti, poi senza limiti

Non si tratta di messaggi, ma di **persone uniche contattabili**.

Come si sale di livello (Scaling)

Volume e Reputazione: l'algoritmo di crescita.

Non serve richiedere upgrade manuali. Il passaggio alla fascia successiva avviene automaticamente quando il sistema rileva che stai usando il canale in modo corretto. Per passare da 250 a 2.000 utenti si completa la verifica aziendale su Meta (capitolo 4) oppure si consegnano, in 30 giorni, template di alta qualità a 2.000 utenti unici; poi Meta valuta la qualità.

Per sbloccare il livello superiore, devi soddisfare contemporaneamente **due condizioni** nell'arco degli ultimi 7 giorni:

1. **La regola del volume (50%)** Secondo la documentazione ufficiale, devi aver inviato messaggi a un numero di utenti unici pari ad almeno la **metà del tuo limite attuale**.

- *Esempio pratico:* Se sei nel **Tier 2 (2.000 utenti/24h)**, ti basta contattare **1.000 persone uniche** nell'arco di una settimana (es. 200 lunedì, 400 mercoledì, 400 venerdì).

2. **Il Punteggio di Qualità (Quality Rating)** Meta assegna al tuo numero un voto colorato basato sui feedback degli utenti.

-  **Verde (Alta):** Tutto ok. L'upgrade è abilitato.
-  **Gialla (Media):** Attenzione. L'upgrade è sospeso finché la qualità non migliora.
-  **Rossa (Bassa):** Pericolo. Meta potrebbe ridurre la tua capacità di invio.

Nota tecnica sulle tempistiche I limiti di invio non si azzerano alla mezzanotte, ma funzionano su una **finestra mobile di 24 ore** (Rolling Window). Appena le condizioni di volume e qualità si incrociano, il sistema aumenta il tuo limite di un livello entro 6 ore.

3. Quanto costa WhatsApp Business API

Dal 1° ottobre 2026 Meta applica una tariffa a ogni messaggio consegnato, in base alla categoria (Marketing, Utility, Autenticazione o Servizio) e al prefisso del destinatario, salvo i casi gratuiti spiegati più avanti.

Ogni modello di messaggio (Template) necessita dell'approvazione preventiva di Meta e deve aderire rigorosamente alle policy ufficiali. È fondamentale notare che la qualità del contenuto impatta direttamente sulla reputazione del brand: i blocchi da parte degli utenti possono penalizzare il punteggio di qualità (Quality Score) dell'account.

Le variabili di costo

Il prezzo finale è influenzato da due fattori principali:

1. Il prefisso internazionale del destinatario
2. La categoria del messaggio inviato

Dettaglio delle Categorie

- **Marketing:** Sempre a pagamento, tranne nella finestra promozionale da inserzione Click-to-WhatsApp.
- **Autenticazione:** Sempre a pagamento (es. codici OTP), tranne nella finestra promozionale da inserzione Click-to-WhatsApp.
- **Utility:** Sempre a pagamento, anche dentro la finestra di assistenza di 24 ore, tranne nella finestra promozionale da inserzione.
- **Servizio** (messaggi liberi, non template): Gratuiti i primi 1.000 al mese per numero aziendale, poi a pagamento. Si inviano solo in risposta, entro 24 ore dall'ultimo messaggio del cliente, e sono gratuiti nella finestra promozionale.
- **Meta Business Agent:** risposte dell'assistente IA di Meta, a consumo di token (circa 4-5 centesimi di dollaro a messaggio), sempre a pagamento.

I messaggi avviati spontaneamente dai clienti non rappresentano un costo per il tuo business

Un aspetto cruciale per l'ottimizzazione del budget riguarda la gestione dei messaggi in entrata:

- **Ricezione gratuita:** L'azienda non paga mai per ricevere messaggi dai clienti tramite la piattaforma.
- **1.000 risposte gratuite al mese:** per ogni numero aziendale Meta non addebita i primi 1.000 messaggi di servizio del mese. La quota si azzerà ogni mese e non si accumula. Dal 1.001° messaggio ogni risposta costa € 0,0248.

Formato Messaggio	Categoria	Operatività	Avvio Conversazione (Outbound)*	Risposta Attiva (Inbound/CSW)*	Finestra Promo (FEP)**
Messaggi Template	Marketing	H24 / Sempre	A Pagamento	A Pagamento	Gratuito
	Autenticazione	H24 / Sempre	A Pagamento	A Pagamento	Gratuito
	Utility	H24 / Sempre	A Pagamento	A Pagamento	Gratuito
Messaggi Liberi	Servizio Clienti	Solo a sessione attiva*	Non disponibile	Gratuiti i primi 1.000 al mese per numero, poi a pagamento	Gratuito

Guida alle Finestre Temporalì

Per ottimizzare il budget, è fondamentale distinguere i due tipi di "finestre" temporalì in cui la tua azienda può operare.

* **La Sessione di Assistenza (CSW - 24h)**

È la finestra standard di 24 ore che si attiva automaticamente nell'istante in cui un cliente invia un messaggio alla tua azienda.

- **Libertà totale:** Puoi rispondere con messaggi di testo libero (senza approvazione Meta).
- **Quanto costa:** i messaggi liberi sono gratuiti fino a 1.000 al mese per numero aziendale, poi a pagamento. Tutti i template, Utility compresi, si pagano a tariffa piena.
- **Nota bene:** Se le 24 ore scadono senza nuove interazioni del cliente, la finestra si chiude. Per riaprire il dialogo dovrai utilizzare un Template a pagamento.

** **La Finestra Promozionale (FEP - fino a 7 giorni)**

È un "periodo bonus" che può durare fino a 7 giorni. Si sblocca quando un utente ti scrive da una tua inserzione Click-to-WhatsApp (dall'app WhatsApp su Android o iOS) e tu rispondi entro 24 ore. La finestra parte dalla tua risposta.

- **Tutto incluso:** Finché la finestra è aperta, fino a 7 giorni, puoi inviare messaggi illimitati di ogni categoria (Marketing, Utility, Autenticazione e Servizio) a costo zero. Restano a pagamento solo le risposte generate da Meta Business Agent, l'assistente IA di Meta.
- **Come si attiva:** l'utente clicca sull'annuncio e ti scrive. La tua prima risposta, inviata entro 24 ore, è già gratuita e apre la finestra.
- **Dopo i 7 giorni:** Una volta terminato il periodo promozionale, si torna alla tariffazione standard.

Listino Ufficiale: Tariffe per Categoria

Ecco il costo di ogni singolo messaggio consegnato a un numero italiano, suddiviso per obiettivo di business.

Marketing | € 0,0658

Il motore della conversione. In questa categoria rientra tutto ciò che non è servizio o utilità: promozioni, offerte lampo, lancio prodotti e messaggi per riattivare i clienti dormienti.

La regola: Ogni messaggio inviato per stimolare un'azione d'acquisto viene tariffato singolarmente. È la categoria premium perché è quella che genera ROI diretto.

Utility | € 0,0248

Transazioni e Post-Vendita. Include le notifiche essenziali per l'esperienza cliente: conferme d'ordine, tracking della spedizione, estratti conto o aggiornamenti ricorrenti.

L'opportunità: Gli Utility sono gratuiti dentro la finestra promozionale da inserzione Click-to-WhatsApp. Con volumi alti, Meta applica tariffe a scaglioni più basse sui messaggi oltre le soglie mensili. Negli altri casi si pagano sempre, anche quando il cliente ti ha appena scritto.

Autenticazione | € 0,0248

Sicurezza e Verifica. Indispensabili per proteggere l'account utente. Rientrano qui tutti i codici OTP (One Time Password) per il login, il recupero password o la verifica del dispositivo.

La regola: Massima priorità di consegna, tariffati per ogni singolo modello inviato.

Servizio | € 0,0248

Customer Care Reattivo. Sono tutte le risposte libere che il tuo team (o il tuo bot) invia per risolvere dubbi o problemi sollevati dai clienti.

Il vantaggio: Ogni numero aziendale ha 1.000 risposte gratuite al mese. Dal 1.001° messaggio paghi € 0,0248 a risposta. Se resti sotto i 1.000 messaggi al mese, l'assistenza su WhatsApp continua a non costarti nulla. Le reazioni con emoji sono sempre gratuite.

Nota di Trasparenza sui Prezzi: Validità del Listino I prezzi indicati fanno riferimento al listino ufficiale imposto da Meta, in vigore alla data del 01/10/2026. Poiché WhatsApp Business è una piattaforma di proprietà di Meta, eventuali fluttuazioni future delle tariffe dipenderanno esclusivamente dalle loro decisioni unilaterali e non da PS Company.

Quando la Conversazione è Gratuita

Oltre alle tariffe standard, esistono due scenari strategici in cui i costi si riducono o si azzerano. È fondamentale distinguere tra traffico "Organico" e traffico da "Ads".

Scenario A: Il Cliente scrive spontaneamente (Organico)

Quando un utente ti contatta di sua iniziativa (dal sito, dalla bio, o dalla rubrica):

- Si apre una Finestra di Servizio di 24 ore.
- In questo lasso di tempo puoi rispondere con messaggi di testo libero: i primi 1.000 del mese sono gratuiti, poi costano € 0,0248 l'uno.
- Nota: Se decidi di usare Template (Marketing/Utility) in questa fase, quelli restano a pagamento.

Scenario B: Il Cliente arriva da un'Inserzione (Ads)

Quando l'utente ti scrive da una tua inserzione Click-to-WhatsApp (Facebook o Instagram) e tu rispondi entro 24 ore:

- Si attiva una Finestra Estesa che può durare fino a 7 giorni.
- In questo "periodo d'oro", è possibile inviare qualsiasi tipo di messaggio (anche Marketing, Utility o Autenticazione) a costo zero.
- È il momento ideale per spingere la conversione senza preoccuparsi del budget messaggi.

Il Costo Tecnico: La Gestione del Provider

Per utilizzare WhatsApp Business API non basta pagare Meta; serve un'infrastruttura server (Provider) che gestisca il traffico. Questo costo tecnico si somma alla tariffa del messaggio, ma varia drasticamente in base alla tua crescita.

Il costo del provider è inversamente proporzionale ai tuoi volumi.

- **Per i Grandi Volumi:** Su volumi importanti (es. 1 milione di messaggi al mese), il costo infrastrutturale viene completamente assorbito. Il costo aggiuntivo per messaggio è € 0.
- **Per i Piccoli Volumi:** Se i volumi sono ridotti (es. meno di 1.000 messaggi al mese), il costo di gestione del server incide sul singolo invio, arrivando fino a un massimo di € 0,02 (2 centesimi) da aggiungere al costo Meta.

Più la tua azienda scala e aumenta i volumi su WhatsApp, più il costo unitario tecnico diminuisce, fino a scomparire del tutto.

4. La documentazione richiesta per la verifica

Rendere ufficiale la presenza dell'azienda

Per rimuovere alcune limitazioni e mostrare il nome dell'azienda al posto del numero, Meta richiede una **verifica formale dell'azienda**.

Documenti necessari

Visura Camerale aggiornata

Serve a dimostrare:

- esistenza legale
- dati ufficiali
- rappresentante legale

Prova di indirizzo e telefono

Una bolletta o un estratto conto intestato all'azienda.

I dati devono **coincidere perfettamente** con quelli della visura.

Sito web aziendale

Deve essere:

- attivo
- sicuro (https)
- con ragione sociale e partita IVA visibili nel footer

Anche una piccola incongruenza può rallentare o bloccare il processo.

Sei pronto a partire?

Se la tua azienda:

- ha una struttura chiara
- possiede un database legittimo
- è pronta a trattare WhatsApp come un canale strategico

allora sei **tecnicamente pronto** per trasformare WhatsApp in uno strumento di relazione, vendita e fidelizzazione.

La tecnologia è solo il mezzo.

La differenza la **fa come viene progettata**.



www.pscompanysrl.com

Via Baldassarre Peruzzi 20

41012 Carpi (MO)

P.IVA 02819930351

Tel: +39 0522 596395

Mail: info@pscompanysrl.com