

E-book: Skuteczny marketing mobilny - 8 porad



SMS, który konwertuje, czyli jak stworzyć wiadomość idealną.

Marketingowcy budując strategię i wybierając narzędzia wspomagające ich pracę, biorą przede wszystkim pod uwagę ich skuteczność i to, jak włożone pieniądze na zakup, uruchomienie i działanie narzędzia przełożą się na realnie zarobione pieniądze. Ogólnie rzecz ujmując najważniejsza jest konwersja!

Nawiązując do najnowszego raportu „Badanie komunikacji SMS w Polsce 2015. Suplement dla biznesu” można śmiało przyjąć zasadę, że SMS konwertuje i to bardzo. W porównaniu do innych narzędzi marketingowych cechuje się tym, że rezultaty przeprowadzonych kampanii są bardzo satysfakcjonujące. Bowiem prawie połowa respondentów ocenia konwersję swoich działań SMS na ponad 25%. To niezwykle dużo i niewiele innych narzędzi jest w stanie stanąć w jednej linii ze starym, sprawdzonym SMS-em.

Warto jednak pamiętać, że sam SMS jako narzędzie, to nie wszystko – to dopiero początek. Aby zadziałał na konsumenta, musi się charakteryzować kilkoma cechami, które pozwolą na uzyskanie pożądanej reakcji klienta.

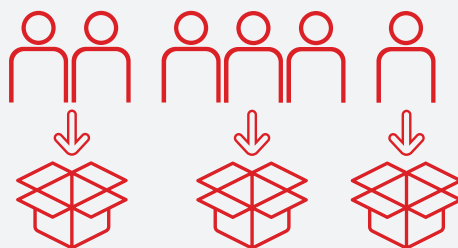
Poniżej przedstawiamy kilka wskazówek – porad, które pomogą Ci jeszcze skuteczniej operować SMS marketingiem, a co za tym idzie, konwertować każdego wysłanego SMS-a na pieniądze.

1. ZBIERAJ REALNE KONTAKTY

Jakość bazy kontaktów jest niezwykle ważna, dlatego zawsze staraj się robić wszystko co w Twojej mocy, aby być w posiadaniu numerów telefonów do osób, które świadomie zdecydowały się na otrzymywanie SMS-ów informacyjnych od Twojej firmy. Obecnie można zakupić bazy z numerami telefonów, jednakże realna konwersja włożonych pieniędzy w jakiejkolwiek przychody z takiej kampanii SMS może być znikoma. Dlatego lepiej stawiać na jakość a nie na ilość. W tym przypadku mniej znaczy więcej tak więc korzystniej jest mieć mniej kontaktów **i zbierać je powoli, przy pomocy różnorodnych narzędzi, które oferuje również SerwerSMS (widzety, automatyzacja-> linki)**, niż mieć ogromne bazy bez realnej wartości.

2. GRUPUJ KONTAKTY

Już na etapie rozpoczęcia swojej przygody z Platformą SerwerSMS czy generalnie z SMS-ami, postaraj się zrobić tak, aby swoje kontakty – numery telefonów pogrupować. Dlaczego? Pozwoli Ci to na cenniejszy przekaz.



Wyobraź sobie sytuację, że masz 3 sklepy stacjonarne w 3 różnych miastach. W każdym z punktów klienci mogą zapisać się do Twojego newslettera wypełniając specjalny formularz. Na tym etapie możesz już pogrupować swoje kontakty w zależności od tego, w jakim sklepie dokonywane zostały zakupy. Pozwoli Ci to później na wysyłkę SMS-ów skierowaną dokładnie do wybranej grupy klientów z uwzględnieniem miejscowości.

Dlaczego warto to zrobić?

Grupując kontakty dajesz sobie szersze pole manewru. Możesz np. zorganizować ekstra wyprzedaż w jednym punkcie, informując o tym tylko osoby, które zapisały się w tym danym punkcie do newslettera. Ty zaoszczędzając pieniądze (bo np. mieszkańców Krakowa nie interesuje to, że tylko w Warszawie jest wyprzedaż) docierasz do tej grupy osób, która prawdopodobnie najbardziej zainteresowana jest skorzystaniem z oferty.

3. PERSONALIZUJ KONTAKTY

Masz numer telefonu? Realny numer telefonu do osoby, która jest zainteresowana Twoją ofertą? To super! A co powiesz na to, aby w momencie zbierania tych informacji, poprosić też o inne dane takie jak płeć czy imię? Musisz to przemyśleć już na etapie zbierania kontaktów.

Dlaczego warto to zrobić?

Ponieważ zawsze spersonalizowane wiadomości lepiej i z lepszym skutkiem konwertują. Gdy odbiorca otrzymuje SMS-a, który w treści ma imię odbiorcy, to klient zdecydowanie przychylniejszym wzrokiem patrzy na takie działania. Zresztą, co tu dużo mówić, badania również dowodzą, że w personalizację warto inwestować, gdyż spersonalizowana wiadomość silniej oddziałuje na decyzje zakupowe niż taka sama wiadomość ale bez personalizacji.

Tak więc zadaj sobie trochę trudu i zbieraj kilka danych swoich klientów tak, by móc potem swobodnie i bardziej efektywnie z nich korzystać.

Wysyłka SMS Full - SPERSONALIZOWANA

PROMOCJA

#IMIE# tylko w poniedziałek rabat na Twoje ulubione kosmetyki marki XYZ w naszym sklepie stacjonarnym w Krakowie. Oferta ważna do wyczerpania zapasów

Wpisano **150** znaków. Do wysłania **1** SMS

Uwaga! Prosimy o wpisywanie treści wiadomości SMS z klawiatury. Kopiowanie tekstu z edytora typu Microsoft Word lub Open Office może skutkować niewysłaniem wiadomości z powodu konfliktu kodów znaków lub zwiększeniem ilości znaków.

Opcje personalizacji

4. NAZWA NADAWCY

To, co koniecznie musisz zrobić na samym początku to wybór rodzaju wiadomości. Musisz zdecydować co jest dla Ciebie ważne. Dlaczego? Bowiem różne rodzaje SMS-ów charakteryzują się różnymi cechami.

Jeśli zdecydujesz się na alfanumeryczną nazwę nadawcy (FULL), czyli nic innego jak Branding SMS to pamiętaj, aby dobrze przemyśleć sam tekst. Branding SMS bardzo dobrze prezentuje się wizerunkowo, budując stałą relację z klientem. Odbiorca natychmiast widzi od kogo otrzymał wiadomość – nie musi wchodzić „do środka”. Dodatkowo SMS-y układają się w jedną całość, zgodnie z historią wysyłki, tak więc konsument jest w stanie sprawdzić całą historię na swoim telefonie. Niestety nie może udzielić odpowiedzi, jednakowoż nie jest to jakaś specjalna wada – wszystko zależy od tego, co jest dla Ciebie ważne i jaki cel chcesz uzyskać.

SMS-y z numeryczną nazwą nadawcy przychodzą do Odbiorcy za każdym razem z innego numeru telefonu, przez co nie układają się w całość ale **pozwalają na odpowiedź**.

Tak więc jeśli chcesz przeprowadzić konkurs, podczas którego klienci w odpowiedzi na SMS-a muszą wysłać coś do Ciebie, zdecydowanie lepsza jest opcja ECO+, jeśli natomiast informujesz o promocji lub ważnym wydarzeniu dla swojej firmy – wybierz SMS FULL i buduj świadomość swojej marki wśród klientów.

5. ROZSZERZAJ OFERTĘ – STOSUJ KRÓTKIE LINKI

SMS, jakby na niego nie patrzeć, to zawsze tylko albo aż 160 znaków, w których często ciężko zawrzeć całą ofertę.

Jednak nie martw się – nie musisz wybierać spośród całej gamy promocji tylko te najważniejsze. Możesz poinformować o wszystkich. Jak? Stosując krótkie linki!

Jak to działa?

Idea jest prosta: wejdź na www.otworz.to i w puste okienko wklej link do pełnej oferty Twojego sklepu. Wygeneruje się krótki link, który wpiszesz w treść swojego SMS-a. W ten sposób przekażesz w jednym SMS-ie pełną ofertę.

Odbiorca otrzymując SMS-a, który w treści będzie miał link, wchodząc w niego przeniesiony zostanie na stronę wszystkich promocji/produktu w ofercie specjalnej. W ten sposób zachęcisz klienta do zakupów on-line, ponieważ znajdzie się on w miejscu, w które chcieliśmy go przenieść – na stronie, gdzie może dokonać zakupu.

W ten sposób wywieramy jeszcze silniejszy wpływ na odbiorcę, zachęcając go do zakupu produktu, który chcemy sprzedać.



6. DOBRY TEKST TO KLUCZ

Content is a king – to popularne zdanie jest kluczem działań marketingowych. Tekst – bo to o niego chodzi, jest niezwykle ważny. Warto zatem pamiętać, aby każda wysłana kampania była przemyślana pod kątem budowy i słownictwa. Warto używać słów, które złapią uwagę naszego odbiorcy. Należy także pamiętać, jak ważne jest pierwsze słowo, bo to ono na samym początku przekazuje praktycznie całą treść SMS-a. Od pierwszego słowa bowiem zależy, czy nasz odbiorca poświęci kilka sekund na doczytanie wiadomości do końca, czy ją po prostu zamknie i skasuje.

Tutaj wracamy także do pierwszych punktów związanych z grupowaniem i personalizacją. Do różnych grup bowiem, możemy stosować różną treść w zależności, co chcemy sprzedać bądź jaki efekt uzyskać.

Reasumując zatem, warto poświęcić chwilę i przed wysłaniem kampanii SMS-owej przemyśleć dobrze tekst wiadomości. 160 znaków to teoretycznie niedużo ale w praktyce te 160 znaków jest w stanie sprzedawać, jeśli się je dobrze wykorzysta. Okazuje się zatem, że jest to liczba wystarczająca, aby osiągnąć sukces – skorzystaj z tego faktu!

7. DOBRA PROMOCJA NIE JEST ZŁA

Nic tak nie działa na klientów jak promocja. Szczególnie promocja na produkt, który nas interesuje. Według najnowszego badania „Komunikacja SMS w Polsce 2015”, prawie 66% ankietowanych dostaje SMSy z ofertami sklepów. Co więcej, prawie 70% z nich chce otrzymywać je nadal. Wniosek nasuwa się zatem prosty – Polacy są zainteresowani otrzymywaniem SMS-ów z promocjami. Teraz w rękach sklepów, usługodawców jest, aby z tej wiedzy skorzystać.

Jakie są natomiast rodzaje promocji, z których kupujący najchętniej korzystają? Nawiązując do raportu konsumenckiego 'Komunikacja SMS w Polsce 2015' ewidentnie widać, że najlepszą promocją jest rabat na usługę. Aż 56% ankietowanych chętnie skorzysta z takiej formy promocji. Co ważne, z innych badań wynika, że skuteczniejszy jest rabat procentowy a nie z konkretną kwotą. Czyli lepszy jest rabat -20% niż -20 zł.

Promocja drugi produkt/usługa gratis zachęciaby 14,7% badanych, gratis do zakupów 13,6% a konkurs z losowaniem nagród 10,3%. Zniżka na kolejne zakupy jest atrakcyjna jedynie dla 5,4% respondentów.

Tak więc warto stosować promocje, ponieważ klienci chcą je dostawać. Co więcej, informacje o nich chcą dostawać SMS-owo!

8. ZAUTOMATYZUJ SWÓJ MARKETING SMS

Możliwości SMS-a ewoluowały w czasie. Teraz, dzięki funkcjonalności wdrożonej przez SerwerSMS, możesz zbierać kontakty i śledzić ich ruchy na swojej stronie www. Co więcej, na śledzeniu nic się nie kończy. Ustawiając reguły, możesz automatycznie wysyłać swoim kontaktom SMS-y zachęcające do zakupu wybranego produktu. Jak to działa?

Przyjmijmy, że posiadasz sklep ze sprzętem sportowym. Aktualnie postanowiłeś wprowadzić promocję na wybrany model roweru. Wprowadzasz zatem w systemie regułę, że osoba, która jest zapisana do Twojej bazy wejdzie 2 razy na stronę roweru z promocji, otrzyma SMS-a z dodatkowym rabatem na zakup tegoż roweru bądź też innego sprzętu sportowego.



Stosując opcję automatyzacji SMS możesz zniwelować także ilość porzuconych bez finalizacji koszyków. Wystarczy, że ustawisz regułę, która aktywuje SMS-a z dodatkowym rabatem do każdej osoby, która nie sfinalizowała zakupów.

Proste prawda? A poprawia skuteczność działań promocyjnych.

Powyższe 8 rad powinno zmaksymalizować Twoje zyski związane ze stosowaniem marketingu SMS. Życzymy zatem powodzenia i samych sukcesów.

Jeśli chcesz przetestować w praktyce wszystkie 8 porad, a nie masz jeszcze konta na SerwerSMS.pl, koniecznie zarejestruj się już dziś i skorzystaj przez 14 dni z opcji darmowego konta testowego.

ZAREJESTRUJ KONTO