

AUTOREM RAPORTU JEST

Serwer **SMG**.pl[®]
System Obsługi Marketingu Mobilnego

Komunikacja SMS w Polsce

EDYCJA 6

2019/2020

Raport z badania konsumenckiego
Suplement dla biznesu

Partnerzy merytoryczni badania:

 **relations**

CENTRUM BADAWCZO-ROZWOJOWE
 **BIQSTAT**[®]
MORE THAN STATISTICS

Patroni medialni:

menw^orld.pl

 **eGospodarka.pl**
Poradnik Internetu dla Twojej Firmy



ODKRYJ ŚWIAT KOMUNIKACJI MOBILNEJ W PROFESJONALNYM WYDANIU

93%

badanych firm uznaje marketing SMS
za skuteczne narzędzie wspierające
sprzedaż

82,7%

respondentów nadal chce
otrzymywać informacje handlowe

64,1%

ankietowanych otrzymało
w ubiegłym roku wiadomość
od instytucji publicznej

90,5%

przedsiębiorców wykorzystuje
rozwiązania mobilne w e-sklepach

Spis treści

Słowo wstępne	4
Wprowadzenie i prezentacja ekspertów	5
Okiem pomysłodawców raportu	6
CZĘŚĆ KONSUMENCKA	
Ogólne wykorzystanie SMS w życiu codziennym	7
Powszechność usługi SMS od instytucji publicznych	11
Wykorzystanie SMS-ów w marketingu produktów i usług	13
Smartfony i aplikacje mobilne, a SMS-y	18
Badani w raporcie	20
Najważniejsze wnioski części konsumenckiej	23
CZĘŚĆ BIZNESOWA	
Marketing mobilny w polskich firmach	28
Skuteczność marketingu SMS w kampaniach sprzedażowych	30
SMS-y w e-commerce	34
Badani w raporcie	36
Najważniejsze wnioski części biznesowej	37

Szanowni Państwo

Z wielką przyjemnością oddajemy w Państwa ręce szóstą już edycję Raportu „Komunikacja SMS w Polsce”, będącego kompendium wiedzy na temat rynku mobilnego i sposobów wykorzystania SMS-ów, zarówno wśród konsumentów, jak i w środowisku biznesowym. W tegorocznym opracowaniu ponownie połączyliśmy perspektywy obu tych grup badając nie tylko preferencje komunikacyjne Polaków, ale również możliwości zastosowania SMS w biznesie – w działaniach marketingowych oraz komunikacji wewnętrznej przedsiębiorstw i podmiotów publicznych.

Raport został podzielony na dwie części: konsumencką i biznesową. Odbiorców wiadomości tekstowych zapytaliśmy o przydatność tych komunikatów w życiu codziennym, podczas decyzji zakupowych oraz w kontakcie z firmami i instytucjami publicznymi. Natomiast firmy podzieliły się z nami opinią na temat wykorzystania SMS-ów w komunikacji marketingowej i skuteczności tego narzędzia w realizacji celów marketingowych i działań sprzedażowych.

Zebrane dane uporządkowaliśmy w rozdziały, które w przystępny sposób prezentują najważniejsze wnioski z badania. Jesteśmy przekonani, że niniejsze opracowanie pomoże zweryfikować możliwości komunikacji mobilnej zarówno w obszarze B2B, jaki i B2C i tym samym dostarczy cennej wiedzy managerom i marketerom.

Badanie „Komunikacja SMS w Polsce” w części konsumenckiej zostało przeprowadzone przez Centrum Badawczo-Rozwojowe BioStat® na próbie 1000 respondentów. Badanie dla części biznesowej, zostało zrealizowane metodą CAWI, za pomocą ankiety internetowej zamieszczonej w dedykowanym serwisie internetowym. W części biznesowej udział wzięło 87 respondentów.

Zapraszamy do lektury

Zespół SerwerSMS.pl

Zapraszamy do zapoznania się z badaniem na temat komunikacji SMS w Polsce

- Analizujemy rolę krótkich wiadomości tekstowych w życiu codziennym Polaków
- Piszemy o SMS-ach i ich wykorzystaniu w sektorze biznesowym

Wyniki badań komentują kolejno eksperci ze świata komunikacji:



Paweł Tkaczyk,
Blogger, ekspert od storytellingu
i szkoleniowiec



Tomasz Szmaciński,
Dyrektor IT w SerwerSMS.pl



Robert Rachwał,
Redaktor naczelny serwisu
MobileTrends.pl



Agnieszka Zwolan,
Redaktor prowadząca
Magazynu E-commerce Polska



Tomasz Popielarczyk,
Redaktor prowadzący Antyweb.pl



Rafał Piszczek,
Prezes Centrum
Badawczo-Rozwojowego Biostat®



Michał Brożyński,
Redaktor naczelny bloga 90sekund.pl



Marcin Krasnodębski,
Specjalista ds. komunikacji SMS



Wojciech Bizub,
Copywriter i założyciel agencji WBIZNES



Michał Łakomski,
Pełnomocnik Prezydenta Poznania
ds. Smart City



Adrian Łaźniewski,
CO-owner dotrelations



Daniel Zawiliński,
Dyrektor Zarządzający
SerwerSMS.pl



Łukasz Kwieciński,
Specjalista ds. komunikacji SMS

W bieżącym wydaniu prezentujemy:

- kluczowe zastosowania SMS-ów w życiu codziennym
- wykorzystanie SMS-ów w marketingu mobilnym
- skuteczność komunikacji SMS w biznesie
- wnioski z badań dotyczących komunikacji SMS w biznesie

Przekonaj się o zasięgu i skuteczności komunikacji SMS!

Okiem pomysłodawców raportu



Nowoczesne technologie na stałe weszły do naszego życia codziennego i stały się jego nieodłącznym elementem. Aż 88,2% respondentów niniejszego badania deklaruje posiadanie smartfona. Dziś multifunkcyjne telefony wyposażone w aplikacje pozwalają użytkownikom na wielokanałową komunikację, usprawniają pracę, naukę i zapewniają rozrywkę w czasie wolnym. Jednak nawet przy całym spektrum możliwości, jakie dają smartfony, codzienne wysyłanie wiadomości tekstowych SMS potwierdza aż 64,8%. Wbrew zapowiadany prognozom wskazującym wyparcie tradycyjnej komunikacji SMS przez komunikatory, jej popularność nie słabnie i wciąż ma się dobrze. Według użytkowników podstawowe zalety SMS-ów to: szybkość dostarczenia komunikatu (50,5%), niski koszt (48,6%) i niezawodność (42,5%). Mimo, że 79,9% badanych posiada aplikacje do komunikacji, to codziennie i na wielu polach komunikacja SMS wciąż daje przewagę. Chociażby w kontaktach z urzędami i instytucjami publicznymi, które chętnie korzystają z tej uniwersalnej i prostej formy komunikacji z petentami.

Z zalet SMS-ów intensywnie korzysta również biznes, utrzymując kontakt i relacje z klientami właśnie przy pomocy tego narzędzia. SMS-y na dobre wpisały się w działania marketingu sprzedażowego. Informacje o promocjach, powiadomienia, przypomnienia, status zakupów i płatności, dedykowane oferty dla klientów – to tylko część z obszarów, do jakich marki wykorzystują ten rodzaj komunikacji mobilnej. Rozwiązania mobilne usprawniają działanie również branży e-commerce która mocno opiera się na bieżącym kontakcie SMS ze swoimi klientami. Sami konsumenci również są zainteresowani otrzymywaniem informacji handlowych – potwierdza to aż 82,7% badanych. Aż 71,5% badanych wskazuje, że chciałoby otrzymywać wiadomości handlowe częściej niż raz w tygodniu. Jest to więc jasny komunikat dla firm, marek i instytucji, wskazujący, że konsumenci są otwarci na komunikację SMS i jej oczekują.

Daniel Zawiliński Managing Director

Dyrektor Zarządzający SerwerSMS.pl. Od kilkunastu lat współtworzy i zarządza Platformą SerwerSMS. Uczestniczy w rozwoju projektu od wczesnego etapu start-up'u, aż do dojrzałego biznesu skutecznie wspierającego komunikację mobilną największych firm. Współpracuje bezpośrednio z największymi Operatorami GSM. Aktualnie w ramach Grupy Vercom realizuje największy innowacyjny projekt bezpośrednio z Google.



Z każdym rokiem pojawiają się nowe technologie i możliwości ich wykorzystania, postępuje cyfryzacja społeczeństwa, a innowacyjne aplikacje, z których coraz częściej korzystają konsumenci, zmieniają rynek. W dalszym ciągu jednak SMS zajmuje stałe miejsce w szerokim wachlarzu możliwości dotarcia do użytkowników. Prostota, uniwersalność, szybkość i powszechny dostęp do tej formy komunikacji sprawia, że SMS to wciąż podstawowa forma komunikacji mobilnej zarówno w życiu codziennym, jak również w środowisku biznesowym.

Dane z niniejszego raportu potwierdzają nieślabnącą siłę, potencjał i zasięg narzędzia, jakim jest SMS, a możliwości jego wykorzystania zdają się być nieograniczone i zależą wyłącznie od wyobraźni ich użytkowników.

Tomasz Szmaciński IT Director

Absolwent Informatyki, pełni rolę dyrektora IT SerwerSMS.pl. Z firmą związany od początku jej istnienia. Odpowiadał za tworzenie jej od podstaw, głównie pod względem technicznym.



Ogólne informacje o wykorzystaniu SMS-ów w codziennym życiu Polaków

Czy korzystasz z funkcji SMS (wysyłanie i/lub odbieranie)?

tak, korzystam

93,9%

nie korzystam

6,1%

Przedstawiony wynik jest średnią procentową z raportów na temat komunikacji SMS, przygotowanych z pięciu wydań do 2017 roku



SMS ciągle żywy

Od powstania koncepcji SMS-a, za którą stoi Matti Makkonen minęło już 35 lat, ale krótkie wiadomości tekstowe cieszą się nieustającym uznaniem. Wśród ankietowanych, którzy brali udział w badaniach przeprowadzonych w latach 2012-2017, wysyłanie lub odbieranie SMS-ów zadeklarowało 93,9%. SMS jest zatem liderem wśród form mobilnego komunikowania się.

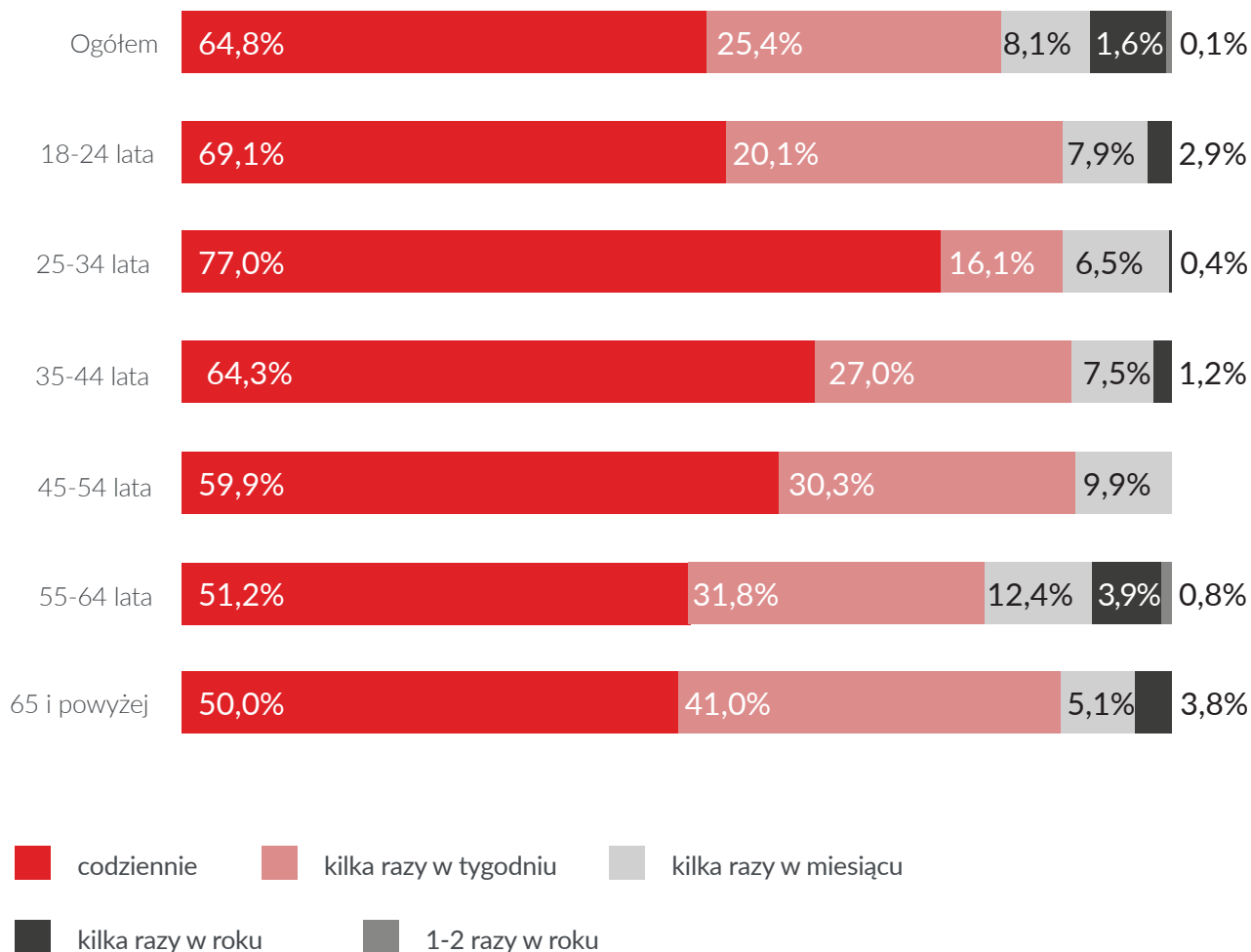


W opinii wielu osób SMS w dobie dynamicznego rozwoju nowoczesnych technologii i komunikacji internetowej traci na znaczeniu. Badania wykazują jednak, że zmierzch tej formie komunikacji nie grozi. Przeciwnie, użytkownicy telefonów komórkowych – zarówno tradycyjnych, jak i smartfonów, regularnie wysyłają i odbierają SMS-y. Mało tego, są z takiej formy komunikowania się zadowoleni. Z tego względu, wiadomości tekstowe nie są wykorzystywane już wyłącznie w codziennej komunikacji.

Tomasz Szmaciński IT Director

Absolwent Informatyki, pełni rolę dyrektora IT SerwerSMS.pl. Z firmą związany od początku jej istnienia. Odpowiadał za tworzenie jej od podstaw, głównie pod względem technicznym.

Częstotliwość wysyłania SMS-ów



SMS-y istotną częścią naszego życia

Codziennie wysyłanie krótkich wiadomości tekstowych deklaruje prawie 65% badanych, natomiast kilka razy w tygodniu wiadomości wysyła 1/4 ankietowanych. W zależności od wieku respondentów, różni się także częstotliwość korespondowania za pośrednictwem SMS-ów. Najaktywniejsi są młodzi ludzie w przedziale wiekowym 18-24, a także 25-34 lata. Najrzadziej SMS-y są wysyłane przez osoby w wieku 65 lat i więcej.

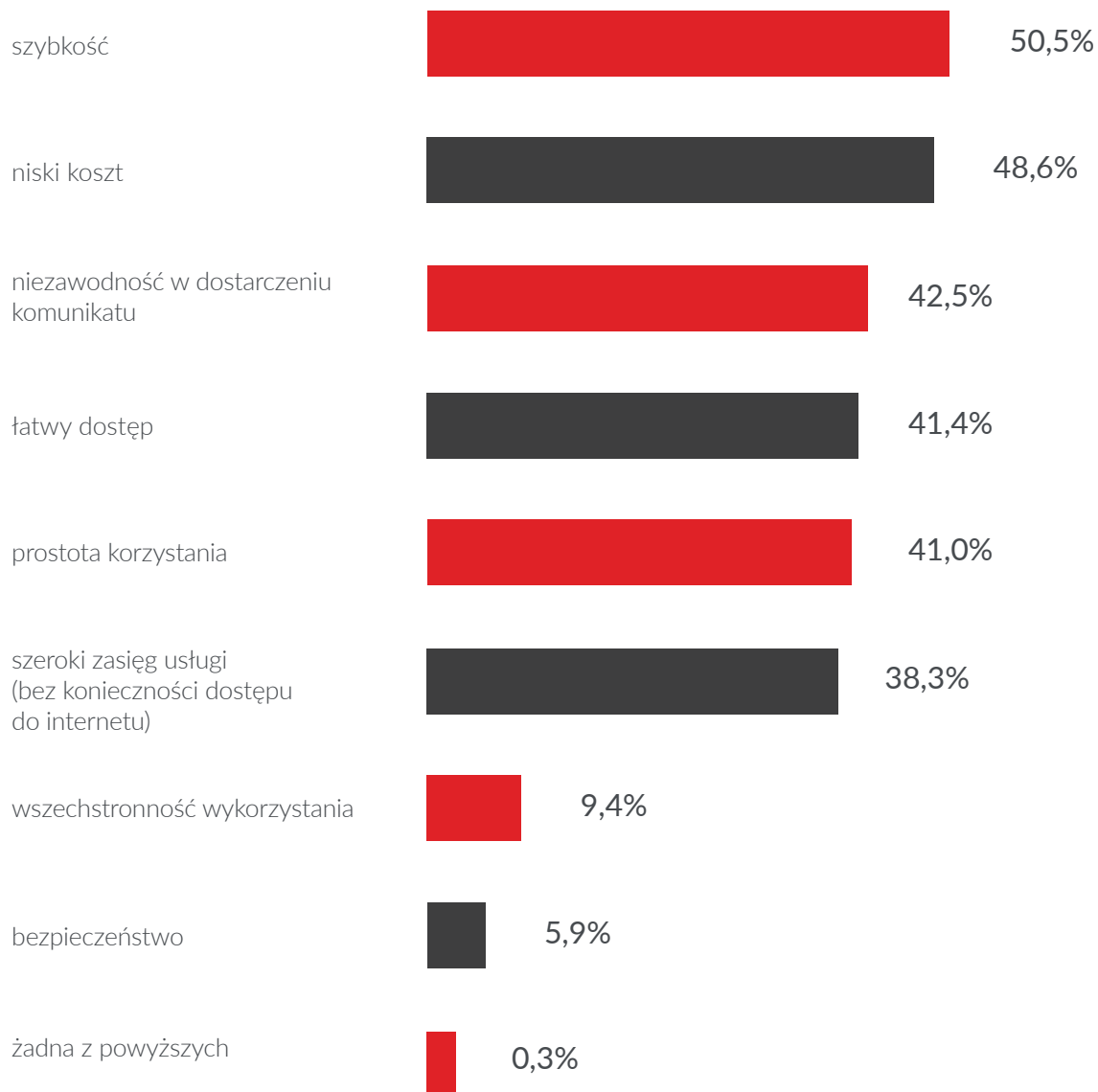


Stary dobry SMS nie traci na popularności w dobie wszechobecnych komunikatorów i powinien być nadal brany pod uwagę w strategiach marketingowych. Choć ta forma komunikacji wydaje się trochę retro, to jednak wielu posiadaczy telefonów nadal jej używa. Warto zauważyć, że użytkownicy kojarzą SMS-y z bardziej poważnymi lub praktycznymi przekazami (powiadomienia od instytucji publicznych, statusy realizacji usługi itp.), ale ponad 80% z nich nie ma nic przeciwko otrzymywaniu tą drogą również informacji handlowych.

Adrian Łażniewski

Współzałożyciel agencji Dotelations, do której należy również marka Get More Social. Przez lata, m.in. dzięki lekkości pióra, specjalizował się w obszarze media relations. Obecnie skupiony na przekształcaniu firmy w małą korporację i nieustannym szukaniu nowych sposobów zaspokajania zmieniających się dynamicznie potrzeb grup docelowych i Klientów agencji.

Atrakcyjność SMS-ów jako formy komunikacji Polaków



SMS-owych atutów jest wiele

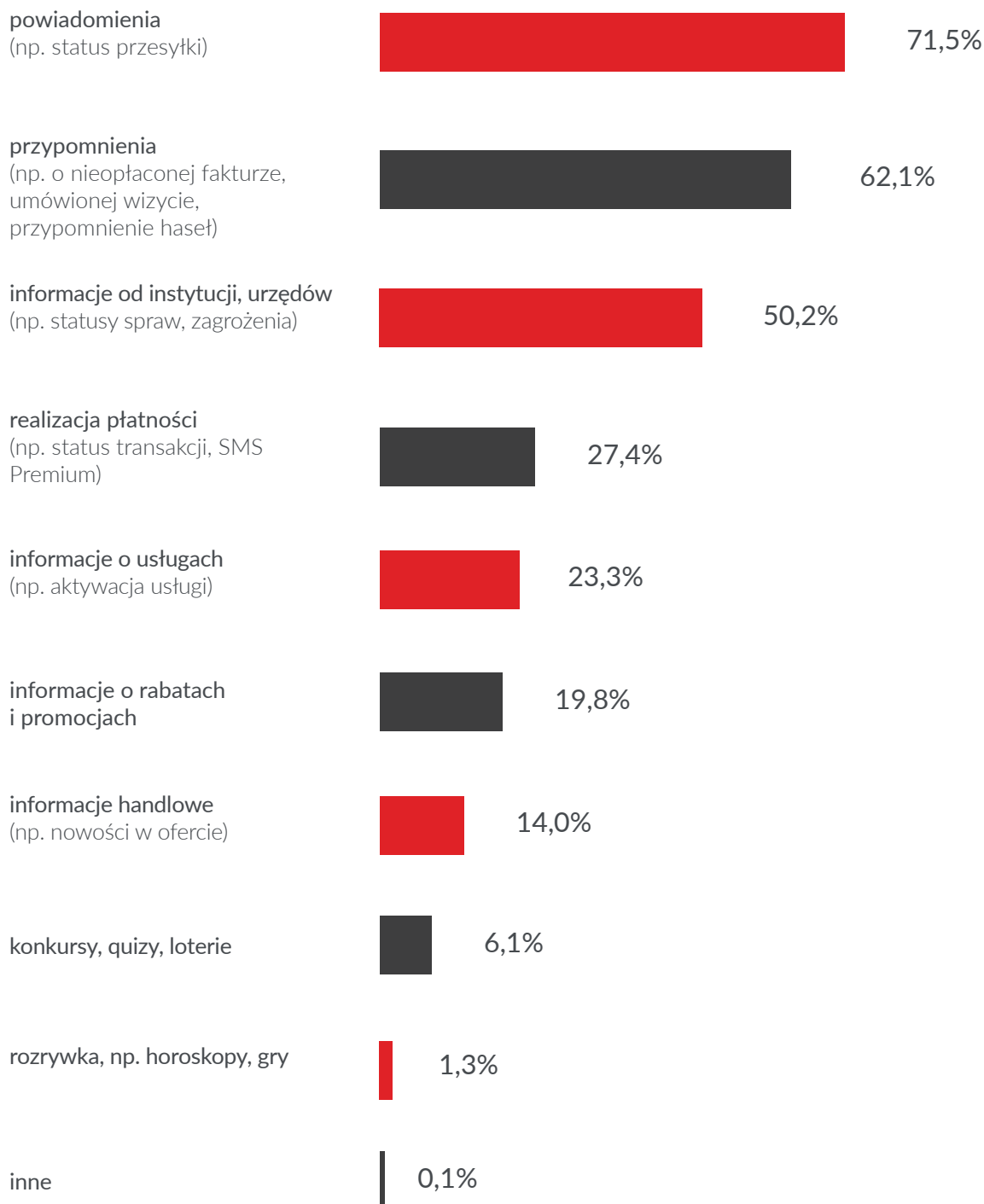
Mimo intensywnej rywalizacji z komunikatorami internetowymi, SMS-y uznawane są za ponadczasowe, głównie ze względu na szybkość i niski koszt korzystania z nich. Anketowani doceniają również niezawodność w dostarczeniu komunikatów. Z drugiej strony, dla respondentów, bezpieczeństwo i wszechstronność wykorzystania nie ma dużego wpływu na popularność SMS-ów.



W dalszym ciągu, mimo wzrostu popularności innych komunikatorów, SMS-y codziennie wysyła 6 na 10 osób. Cenimy je za szybkość dostarczenia i niskie koszty. SMS-y służą nam nie tylko do kontaktu z rodziną i znajomymi, ale są bardzo popularną formą powiadomienia, np. o statusie przesyłki. Wydaje się, że trend ten będzie się coraz bardziej pogłębiać wraz z ciągłym rozwojem zakupów online. Większość badanych otrzymuje SMS od instytucji publicznych i bardzo wysoko oceniają ich przydatność. Duże znaczenie mają także wiadomości SMS zawierające informacje o aktualnych promocjach sklepów. Skutecznie motywują one do odwiedzenia zarówno sklepu internetowego, jak i stacjonarnego.

Rafał Piszczek
Prezes Centrum Badawczo-Rozwojowego BioStat®

Praktyczne formy zastosowania SMS-ów



Niezmienne najbardziej praktycznymi formami zastosowania SMS-ów są powiadomienia, przypomnienia oraz informacje od urzędów i instytucji państwowych. Te ostatnie zyskały na popularności, dzięki wysyłanym przez Rządowe Centrum Bezpieczeństwa SMS-ów, które ostrzegają o zagrożeniach pogodowych (tzw. ALERT RCB). Takie powiadomienia zostały już przez RCB wysłane kilkakrotnie do mieszkańców wielu regionów i województw w związku z zapowiadanymi niebezpiecznymi wichurami czy burzami. Z pewnością kanał komunikacji jakim jest SMS, jest doskonały do informowania o takich zdarzeniach - jest wysokie prawdopodobieństwo, że wiadomość zostanie szybko odczytana po wysłaniu, a także można takie wiadomości precyzyjnie kierować wyłącznie do osób przebywających na zagrożonym terenie.

Robert Rachwał

Właściciel firmy ClickMaster Polska i redaktor naczelny serwisu MobileTrends.pl. Pomysłodawca i główny realizator Mobile Trends Conference oraz Mobile Trends Awards. Twórca jednego z pierwszych w Polsce raportów na temat mobilnego internetu, autor wielu artykułów branżowych. Pasjonat i obserwator najnowszych technologii, a także trendów w branży mobile.



Powszechność usługi SMS od instytucji publicznej



Powszechność usługi – SMS od instytucji publicznej

Czy w ciągu ostatniego roku, otrzymałeś SMS
od instytucji publicznej, np. urzędu, szpitala?



64,1%

tak, otrzymałam/em

nie otrzymałam/em

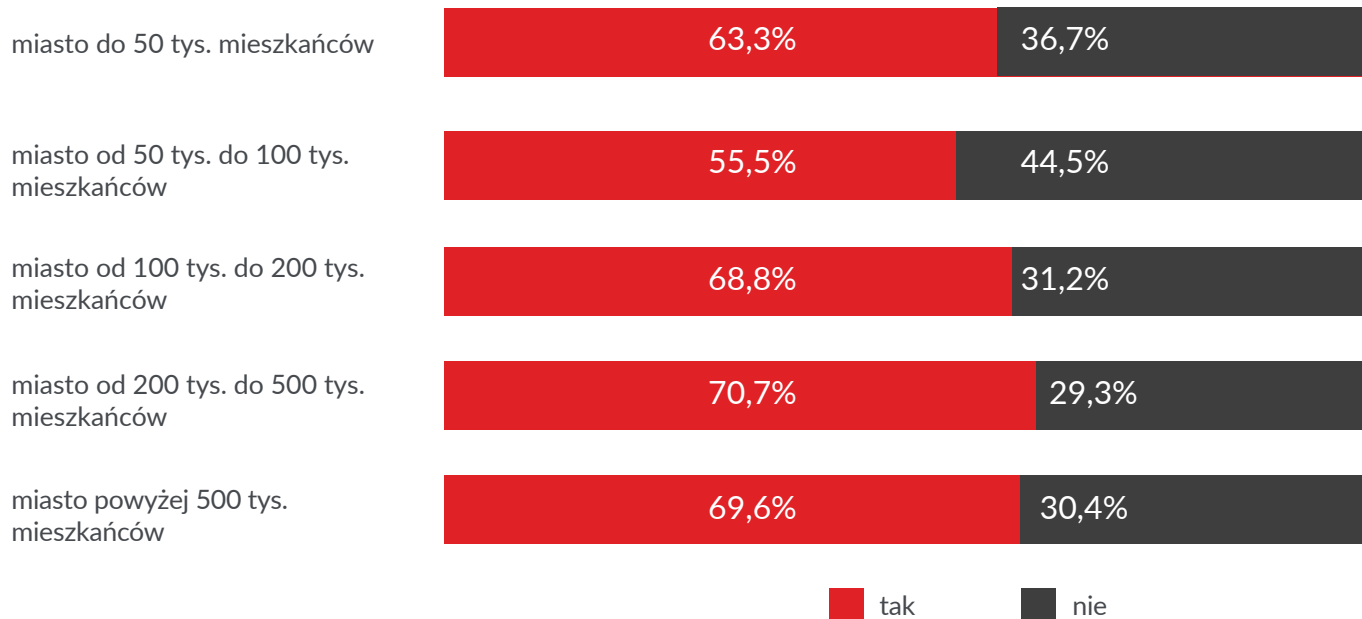
35,9%



Instytucje ślą SMS-y coraz chętniej

2/3 ankietowanych przyznaje, że w ostatnim roku kalendarzowym otrzymało wiadomość, której autorem była instytucja publiczna. Dla porównania: w poprzednim badaniu tylko 44,2% deklaroowało, że otrzymało informację drogą SMS-ową z sektora publicznego. Coraz prężniej działa komunikacja jednostek samorządu terytorialnego z mieszkańcami lokalnych społeczności, a także innych jednostek organizacyjnych i pomocniczych. Rola SMS-ów w instytucjach publicznych widocznie wzrasta.

Czy w ciągu ostatniego roku, otrzymałeś/aś SMS od instytucji publicznej, np. urzędu, szpitala?



Czy w ciągu ostatniego roku, otrzymałeś/aś SMS od instytucji publicznej, np. urzędu, szpitala, a jeżeli tak to z jakiej?



Jako administracja samorządowa wykorzystujemy usługę SMS w różnych dziedzinach. Informacja o gotowych dokumentach do odbioru (dowód osobisty, prawo jazdy) przesyłana SMS-em jest standardem podnoszącym jakość procesu obsługi mieszkańców. Podczas wyborów uruchamiamy usługę weryfikacji „gdzie głosować” dostępną za pośrednictwem aplikacji internetowej oraz SMS. Korzystamy także z wiadomości tekstowych, żeby poinformować o nagłych zdarzeniach kryzysowych. Drogą SMS-ową prowadziliśmy głosowanie m.in. w konkursie „Poznaniak roku”. Usługa SMS-owa, dzięki swojej prostocie nadal znajduje różnorodne zastosowanie, a w niektórych przypadkach (jak informacja o odbiorze dokumentów) jest wręcz nieodzowna.

Michał Łakomski

Związany z Urzędem Miasta Poznania. Pełni rolę Pełnomocnika Prezydenta ds. Smart City, a także Zastępcy Dyrektora Wydziału Organizacyjnego.



Wykorzystanie SMS-ów w marketingu produktów i usług



Popularność usługi SMS-ów handlowych

Czy drogą SMS otrzymujesz powiadomienia o ofertach lub rabatach jakie oferują sklepy czy firmy?



87,1%

tak, otrzymuję

nie otrzymuję

12,9%



Z jednej strony nikt nie chce otrzymywać większej liczby przypomnień, z drugiej strony praktyka oraz badania SerwerSMS.pl pokazują, że krótkie „przypominajki” SMS są najszybszym, niezawodnym i dobrze odbieranym nośnikiem informacji. Baza numerów telefonów do klientów i potencjalnych klientów to często największy zasób firm sektora B2B. Warto dbać o jej higienę oraz stale aktualizować o nowe kontakty. Same wiadomości SMS dobrze sprawdzają się jako wsparcie kampanii promocyjnych w modelu omnichannel. Podnoszą skuteczność procesu lead nurturing (np. dzięki szybkim potwierdzeniom zgłoszenia formularzowego). W projektowanych kampaniach zawsze rezerwuję budżet na SMS marketing, ponieważ to się po prostu opłaca.

Wojciech Bizub

Copywriter i założyciel skoncentrowanej na rezultatach agencji WBIZNES. Twierdzi, że marketing to prosty schemat, który po oparciu na liczbach prowadzi do rekordowych wyników.

Czy nadal chcesz otrzymywać informacje handlowe?

82,7%

tak, chcę

nie chcę

17,3%



Aż o 11 punktów procentowych (z 76% do 87%) w porównaniu do 5. edycji raportu wzrosła liczba osób deklarujących otrzymywanie poprzez SMS powiadomień o ofertach lub rabatach, jakie oferują sklepy. Wskazuje to, że firmy jeszcze chętniej wykorzystują ten kanał komunikacji do promocji i informowania swoich klientów. Robią to również coraz lepiej i skuteczniej, bo aż 83% nadal takie oferty chce otrzymywać (w stosunku do 69% ankietowanych w poprzednim badaniu). To wynik bardzo zaskakujący (oczywiście pozytywnie), biorąc pod uwagę, że w międzyczasie weszły nowe przepisy RODO dotyczące ochrony danych osobowych, przez co wiele firm mogło zrezygnować z wysyłania takich powiadomień, jeśli numer nie został pozyskany w pełni zgodnie z nowym prawem.

Robert Rachwał

Od ponad 8 lat właściciel firmy ClickMaster Polska specjalizującej się w tworzeniu dedykowanych stron mobilnych, stron responsywnych (RWD) oraz aplikacji webowych. Pomysłodawca i główny realizator Mobile Trends Conference, a także pomysłodawca i przewodniczący kapituły konkursowej Mobile Trends Awards, redaktor naczelny serwisu MobileTrends.pl. Pasjonat i obserwator najnowszych technologii i trendów w branży mobile.

Jak często chciałbyś otrzymywać wiadomości od firm i sklepów wysyłane drogą SMS?

codziennie

10,6%

kilka razy w tygodniu

30,8%

1-2 razy w tygodniu

30,1%

kilka razy w miesiącu

18,5%

1-2 razy w miesiącu

7,5%

kilka razy w roku

2,5%



SMS – tak, ale raz w tygodniu

Ankietowani wskazują wzrost liczby otrzymywanych SMS-ów z informacją handlową, a zainteresowanie taką formą przekazywania komunikatów płynących m.in. ze sklepów, nieustannie rośnie. Niemniej jednak, ponad 30% respondentów uznaje, że nie powinno być to częściej niż kilka razy w tygodniu. Podobny odsetek ankietowanych chciałby otrzymywać taką informację handlową tylko 1 lub 2 razy w tygodniu.

Usługi SMS. Najbardziej atrakcyjne treści od sklepów i firm



Usługi z regionu. Informacje, które chcieliby otrzymywać badani za pośrednictwem SMS





Dominacja smartfonów na polskim rynku (posiada je 88,2% respondentów) powinna sugerować, że przyszedł zmiernik SMS-ów. Okazuje się jednak, że wiadomości tekstowe coraz bardziej się profesjonalizują. Poza tym, że stanowią wciąż przekaznik tradycyjnych informacji, sięgają po nie często firmy i instytucje. Kiedy już sięgamy po komunikatory zamiast SMS-ów, to tradycyjnie stawiamy na Facebook Messengera (86,4%), WhatsAppa (43,9%) oraz Skype'a (23,0%). Zaraz za podium jest też Twitter (19,3%) oraz wiekowe Gadu Gadu (8%). Rewolucji mobilnej nie zatrzymamy, ale SMS-y coraz częściej będziemy traktować jako mniej angażujące notyfikacje, które nie męczą tak bardzo, jak powiadomienia z aplikacji, a które spełniają konkretną funkcję informacyjną.

Michał Brożyński

Niedźwiedź - ROAR! Kompetentny specjalista w dziedzinie nowych technologii z bogatym dorobkiem i kontaktami w branży. Praktyk, tester, redaktor bloga 90sekund.pl. Ciągłe zachwycony książkami swojej literackiej trójcy świętej, którą tworzą: Wiesław Myśliwski, Orhan Pamuk i Jaume Cabré.



Niemal 65% badanych twierdzi, że wysyła SMS-y codziennie. 71,5% w tym samym badaniu twierdzi, że SMS-y są przydatne do otrzymywania powiadomień (np. status przesyłki) i przypomnień (o wizycie lekarskiej, niezapłaconej fakturze czy zapomnianym haśle). SMS stał się wygodną i szybką formą raczej jednostronnej komunikacji – do dwukierunkowej komunikacji coraz częściej wykorzystujemy komunikatory (niemal 80% respondentów twierdzi, że ma zainstalowany przynajmniej jeden). Co ciekawe, popularność komunikatorów nie zależy od wieku – 87% osób w wieku 18-24 ma komunikator, ale w grupie 65+ ten odsetek wynosi 74%. Zaakceptowaliśmy komunikatory do rozmów, a SMS-y do szybkich powiadomień. I o ile konsumenci uważają SMS-y za mało inwazyjną formę powiadomień (54% życzyłoby sobie powiadomienia o realizacji zamówienia tą drogą), o tyle nie można z tym przesadzić (informacji o rozpoczęciu procedury przetwarzania zamówienia chciałoby już tylko 13%).

Paweł Tkaczyk

Jak sam twierdzi – zarabia na życie opowiadaniem historii. Buduje silne marki – pracuje m.in. z Agorą, Grupą Allegro, wieloma mniejszymi firmami. Doradza startupom i innym przedsiębiorstwom – jako mentor np. podczas Startup Weekend czy Startup Fest. Dzieli się wiedzą – pisze blog o budowaniu marki, popętnił trzy książki: „Zakamarki marki”, „Grywalizacja” oraz „Narratologia”. Prowadzi szkolenia z marketingu, branding, social media... kocha literki niemal w każdej – poza Comic Sans – formie.

Czy byłbyś skłonny odwiedzić sklep internetowy po otrzymaniu SMS-a promocyjnego?

84,2%

tak

nie

15,8%

Czy po otrzymaniu SMS-a o promocji byłbyś skłonny odwiedzić dany sklep stacjonarny lub punkt usługowy w celu bliższego zapoznania się z ofertą?

83,2%

tak

nie

16,8%



A po SMS-ie, do sklepu!

Zdecydowana większość ankietowanych deklaruje, że mogłaby odwiedzić sklep internetowy lub stacjonarny po otrzymaniu wiadomości SMS-owej od konkretnej marki. Najbardziej atrakcyjne w ocenie respondentów są właśnie informacje o promocjach, rabatach i korzystnych ofertach.

Kategorie tematyczne, które wzbudzą największe zainteresowanie badanych w kontekście otrzymywania SMS-ów o promocjach lub usługach



56,7%

odzież/obuwie/akcesoria



38,5%

produkty spożywcze



29,9%

usługi bankowe/produkty finansowe



28,2%

rozrywka/kultura



25,7%

turystyka



21,8%

sprzęt ADG/RTV



20,8%

restauracje/kawiarnie/puby



16,1%

usługi kosmetyczne/fryzjerskie



11,3%

edukacja



10,6%

ubezpieczenia



9,6%

prywatna ochrona zdrowia



0,4%

inne



SMS sprzedaje

Ankietowani są zwolennikami otrzymywania informacji o promocjach, przede wszystkim z branży modowej (odzież, obuwie, akcesoria). Prawie 4 na 10 ankietowanych jest zainteresowanych krótkimi wiadomościami dotyczącymi szeroko pojętej branży spożywczej. Przemawia za tym duża dostępność tych produktów, a także możliwość szybkiej reakcji na konkretną promocję. Taką ofertę promocyjną można wykorzystać nawet kilka minut po otrzymaniu wiadomości.



Smartfony i aplikacje mobilne a SMS-y



Deklaracja posiadania aplikacji do wysyłki wiadomości

Czy posiadasz na swoim telefonie jakiegolwiek aplikacje do wysyłki wiadomości, czyli tzw. komunikatory mobilne?



79,9%

tak, posiadam

nie posiadam

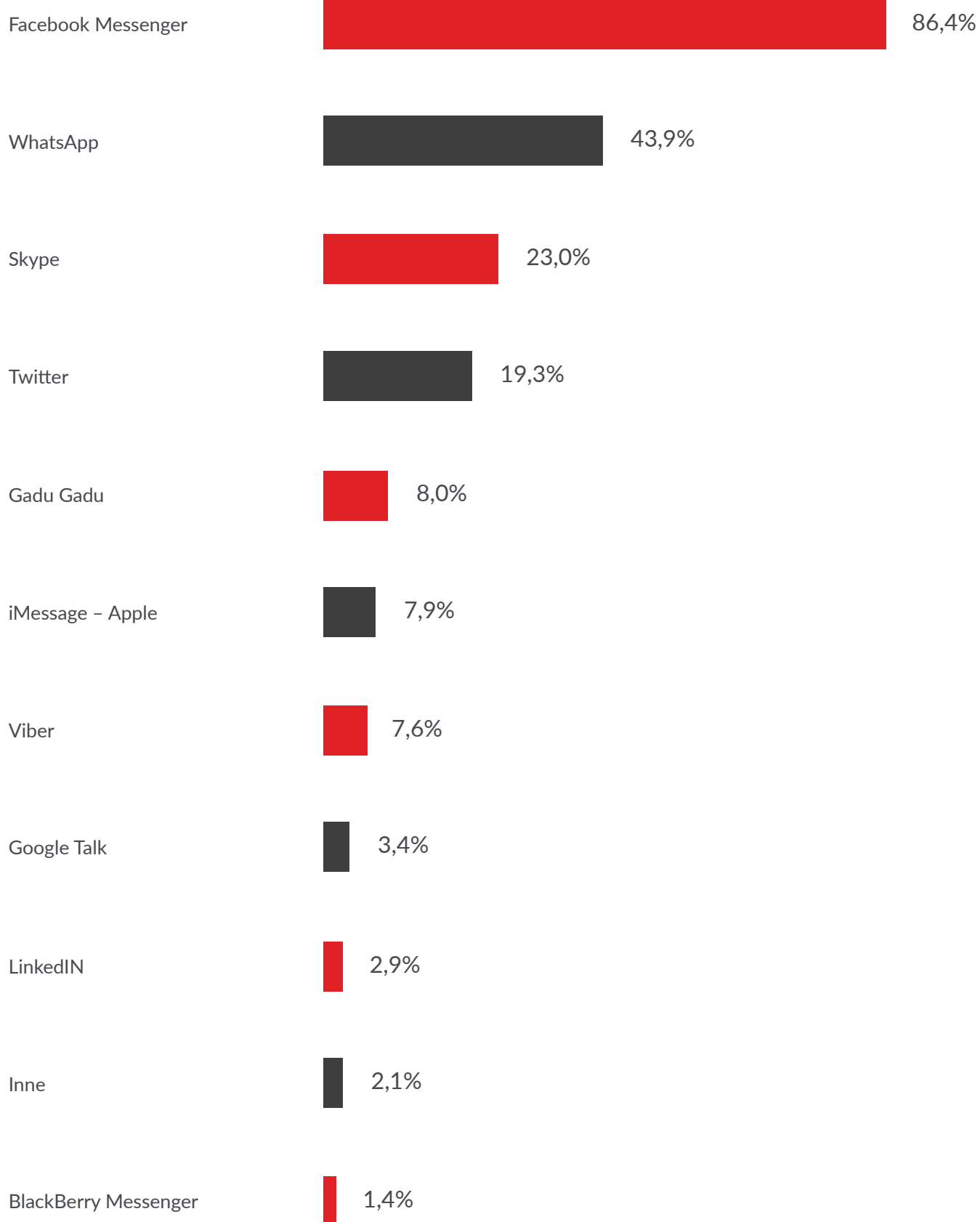
20,1%



Walka SMS-ów z komunikatorami trwa

Na rynku dostępne są liczne aplikacje służące komunikowaniu się na odległość. Mimo dużej popularności niektórych z nich, nadal ponad 20% ankietowanych nie zainstalowało na swoim telefonie żadnego komunikatora. Niespełna 80% badanych deklaruje natomiast posiadanie na swoim telefonie takiej aplikacji. Istnieje duże prawdopodobieństwo, że dla 20% respondentów, nieposiadających aplikacji do wysyłki wiadomości SMS jest podstawową formą kontaktowania się z otoczeniem.

Popularność aplikacji do komunikowania się na smartfonach





Badani w raporcie

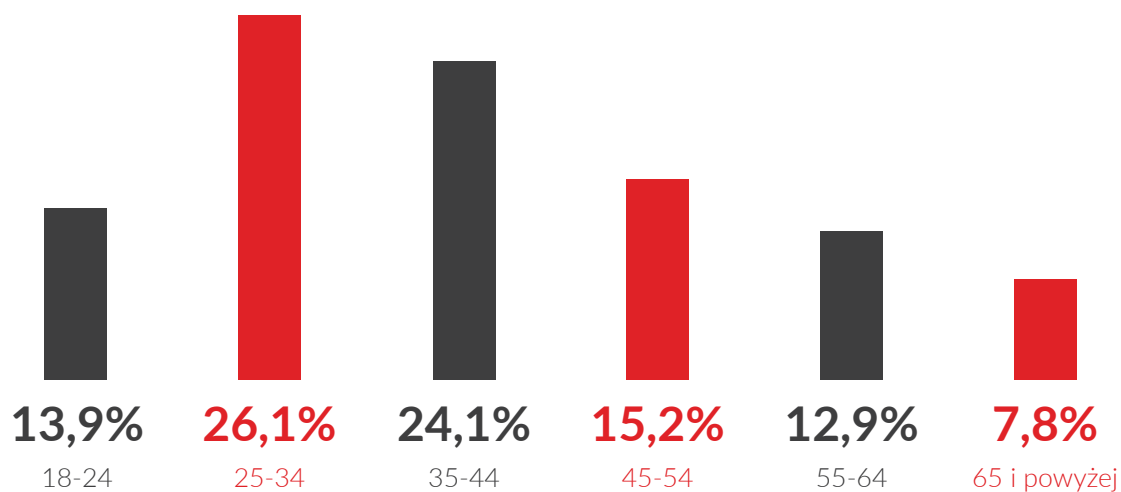
„Komunikacja SMS w Polsce 2019”



Demografia

50,7% **kobieta** mężczyzna 49,3%

Wiek



Wykształcenie

podstawowe



zawodowe



średnie



policealne



wyższe



Dochody netto

12,3%

poniżej 1300 zł

26,1%

1301-2000 zł

33,2%

2001-3000 zł

13,1%

3001-4000 zł

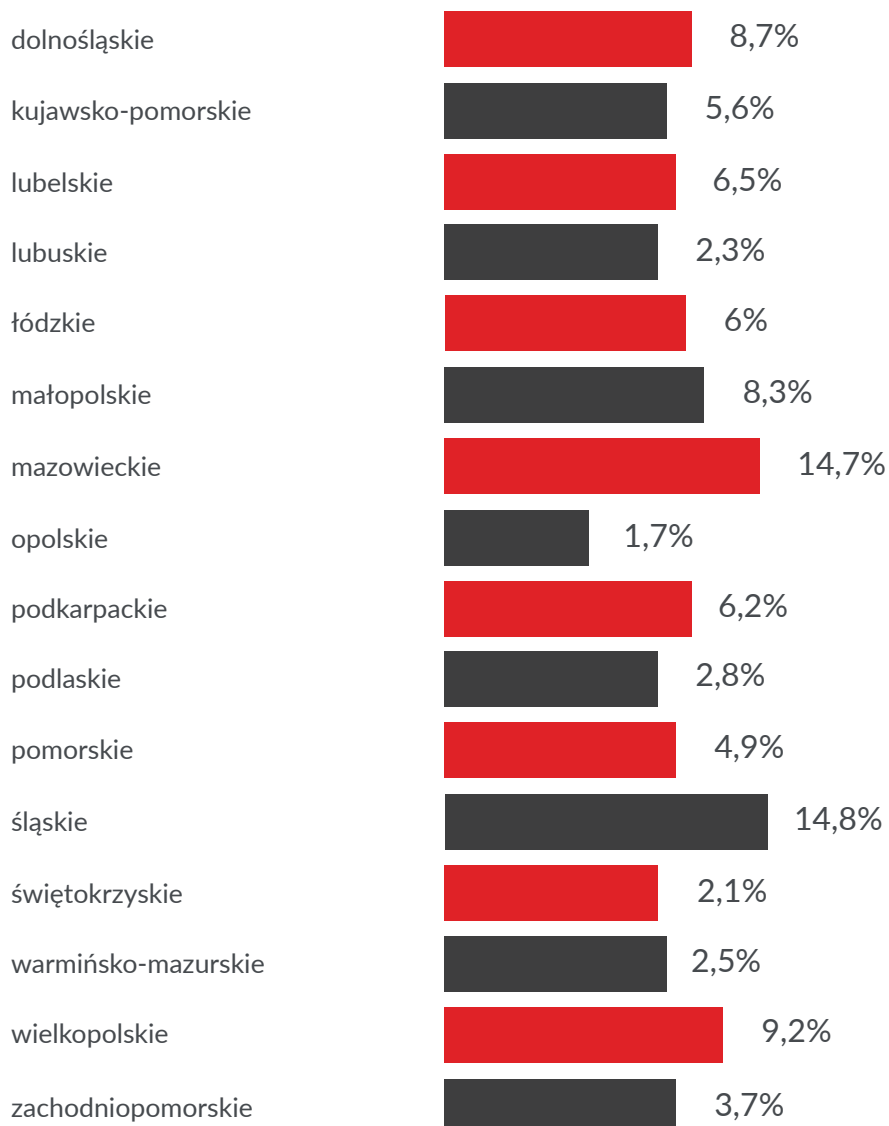
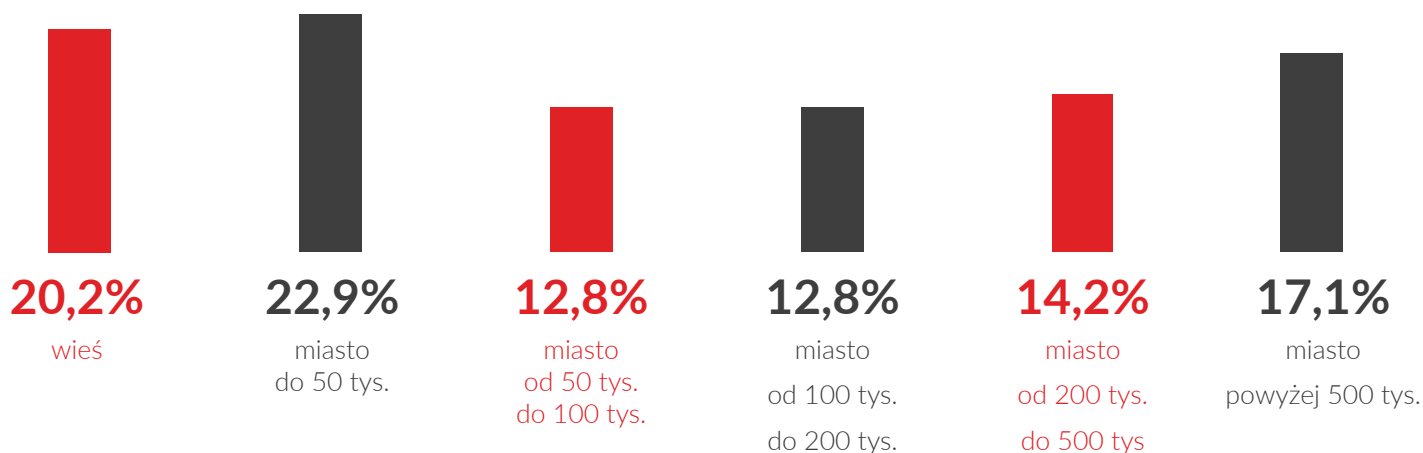
11,9%

powyżej 4000 zł

3,4%

odmowa odpowiedzi

Miejsce zamieszkania

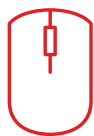


Najważniejsze wnioski z raportu „Komunikacja SMS w Polsce 2019”

- Popularność SMS-ów, mimo szerokiej dostępności komunikatorów, nie słabnie. Codziennie SMS-y wysyła 64,8% respondentów.
- Ankietowani doceniają krótkie wiadomości tekstowe, w szczególności za szybkość (50,5%), niski koszt (48,6%), niezawodność w dostarczeniu komunikatu (42,5%) i łatwy dostęp (41,4%).
- Aż 64,1% osób deklaruje otrzymanie SMS-a od instytucji publicznej w ostatnim roku. W tym zestawieniu dominują urzędy państwowe (66,3%), a także szpitale i przychodnie (45,8%).
- 87,1% osób, które udzielały odpowiedzi zaznacza, że otrzymuje informacje handlowe. O ich przydatności świadczy fakt, że 8 na 10 ankietowanych nadal chce je otrzymywać.
- Polacy chcą otrzymywać wiadomości z informacją handlową, jednak najbardziej optymalnym rozwiązaniem jest dla nich, gdy dzieje się to kilka razy w tygodniu (30,8%). Tylko 10,6% ankietowanych nie ma nic przeciwko, gdy takie SMS-y docierają do nich codziennie.
- Informacje o utrudnieniach w regionie (46,5%), zniżki do lokalnych restauracji, pubów i kawiarni (45,4%), a także promocje w lokalnych galeriach i sklepach (41,8%) – to tematy SMS-ów z informacją handlową, które są najbardziej pożądane przez respondentów.
- 84,2% deklaruje chęć odwiedzenia sklepu internetowego po przeczytaniu SMS-a z atrakcyjną informacją handlową. Tylko o 1 punkt procentowy mniej ankietowanych jest przekonanych, że odwiedziłaby w takiej sytuacji również sklep stacjonarny.
- 8 na 10 ankietowanych posiada na swoim smartfonie komunikatory online. Wśród nich największą rolę w codziennej komunikacji pełnią Facebook Messenger (86,4%), WhatsApp (43,9%), Skype (23,0%) i Twitter (19,3%).

PRODUKTY I USŁUGI

Platformy SerwerSMS.pl



Aplikacje, internet

Monitoring pracy urządzeń
poprzez SMS
SMS-owe zarządzanie pracą
urządzeń



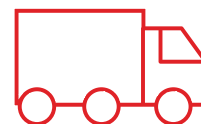
Handel

Płatności SMS
Autoryzacje
i uwierzytelnienia
SMS-owa lojalność
Konkursy SMS



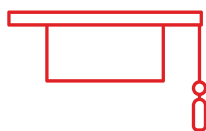
Prawo, finanse

Przypomnienia SMS
o spotkaniu
Windykacja SMS
Powiadomienia SMS



Transport, spedycje

Powiadomienia
od pasażerów
SMS-owe dyspozycje
dla kierowców
Rozkład jazdy na telefon



Edukacja

Powiadomienia SMS
dla rodziców
SMS-owe dyspozycje dla
pracowników przedszkola
Informacje SMS podczas
rekrutacji



Wydawnictwa, media

Przypomnienia
o prenumeracie
Ogłoszenia przez SMS
Konkursy SMS
Płatny dostęp do artykułów



Urzędy, instytucje

Powiadomienia SMS
o statusie spraw urzędowych,
zagrożeniach
Komunikaty urzędowe
Głosowe powiadomienia
dla osób niewidzących



Nieruchomości

Automatyczne
powiadomienia SMS
o nowych ofertach
Przypomnienia SMS
Indywidualne wysyłka
do poszczególnych klientów



Rozrywka, sport

Rabaty, знижки
Przypomnienia SMS
o wydarzeniach
Rezerwacje SMS



Uroda, zdrowie

SMS-owe zarządzanie
rejestracją
SMS-owe powiadomienia
lub przypomnienia
SMS dla pracowników



Usługi dla firm

Komunikacja mobilna
w każdej ofercie
SMS jako usprawnienie
pracy agencji
Windykacja SMS



Inne

Reprezentujesz inną branżę?
Skontaktuj się z nami!
Pomożemy.

LIFESTYLOWY MAGAZYN DLA KAŻDEGO MĘŻCZYZNY

- BIZNES
- MOTORYZACJA
- SPORT
- LIFESTYLE
- MODA
- TECHNOLOGIE
- KULINARIA
- KULTURA
- FILM
- GRY
- MUZYKA
- NAUKA
- PODRÓŻE
- ZDROWIE

ZAPRASZAMY NA
WWW.MENWORLD.PL

menworld⁷.pl





eGospodarka.pl

Twoje źródło informacji w biznesie
www.eGospodarka.pl



A photograph of three business professionals—two men and one woman—gathered around and looking at their smartphones. The man on the left is looking down at his phone. The woman in the center is smiling and looking at her phone. The man on the right is looking at his phone with a slight smile. They are all wearing business attire. A large, semi-transparent white circle is overlaid on the image, containing the text "CZĘŚĆ BIZNESOWA" in red.

CZĘŚĆ BIZNESOWA



Marketing mobilny w polskich firmach

Czy firmy korzystają z marketingu SMS?

tak, korzystają



64%

nie korzystają



36%



Marketing SMS-owy ma się dobrze

Polskie firmy nadal decydują się na zastosowanie komunikacji SMS w relacjach ze swoimi klientami. Aż 64% ankietowanych deklaruje korzystanie z takich usług. Właściciele przedsiębiorstw mają świadomość, że komunikacja internetowa w czasach natłoku informacyjnego może być niewystarczająca. SMS-y w polskich firmach nie są jeszcze tak popularne jak mailing, ale w ostatnich latach widać znaczący wzrost zainteresowania taką formą komunikacji pośredniej.

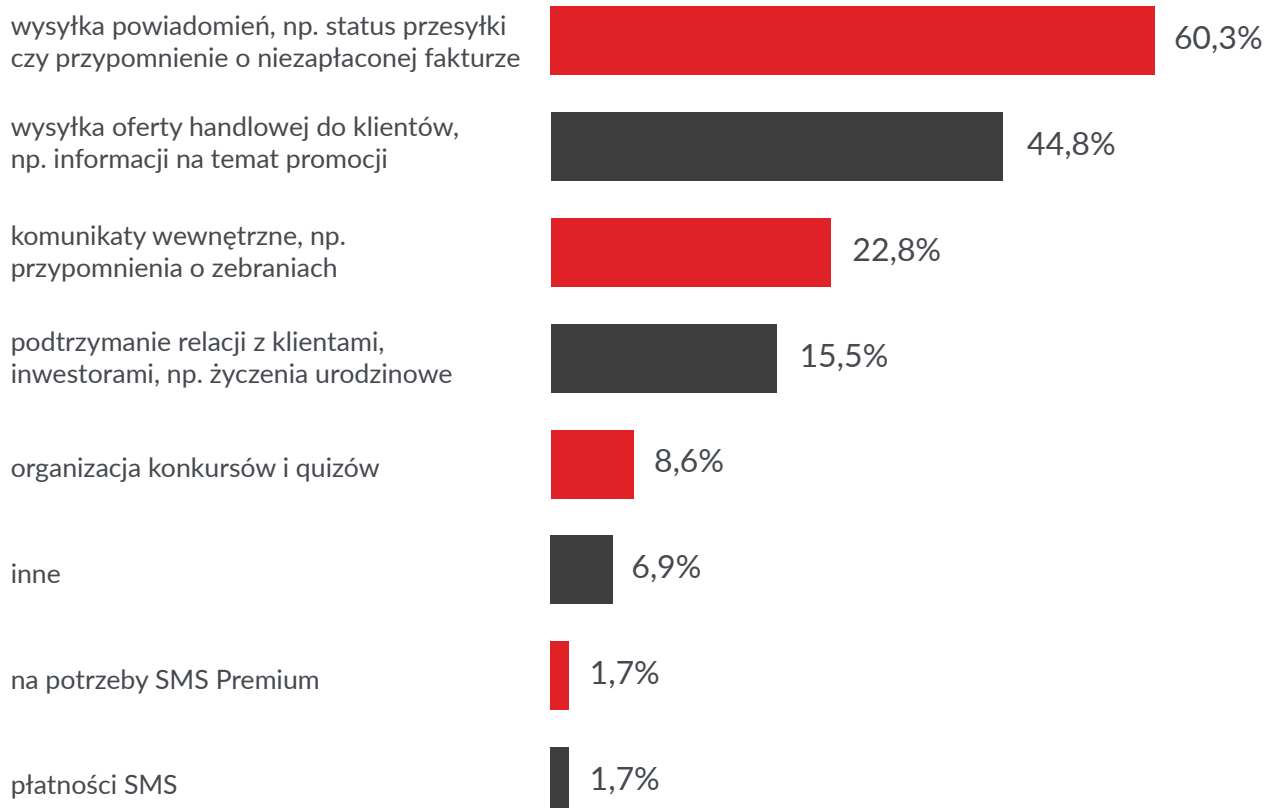


Jak wskazują badania, 64% badanych reprezentantów firm, wykorzystuje marketing SMS w swoich działaniach promocyjnych. SMS dociera tam, gdzie mail czy chociażby reklama tradycyjna nie jest w stanie dotrzeć. Dużym atutem takiego rozwiązania jest przede wszystkim fakt, że wiadomości tekstowe można odbierać bez konieczności korzystania z Internetu, a wieść o korzystnej ofercie może zostać odebrana natychmiastowo.

Daniel Zawiliński Managing Director

Dyrektor Zarządzający SerwerSMS.pl. Od kilkunastu lat współtworzy i zarządza Platformą SerwerSMS. Uczestniczy w rozwoju projektu od wczesnego etapu start-up'u, aż do dojrzałego biznesu skutecznie wspierającego komunikację mobilną największych firm. Współpracuje bezpośrednio z największymi Operatorami GSM. Aktualnie w ramach Grupy Vercom realizuje największy innowacyjny projekt bezpośrednio z Google.

Cele, do których SMS-y są wykorzystywane w biznesie



SMS w biznesie

Sektor biznesowy wykorzystuje SMS-y do rozmaitych celów, jednak krótkie wiadomości tekstowe najczęściej i najchętniej wysyłane są jako powiadomienia, a także oferty handlowe dla klientów. Dla wielu branż, SMS-y stanowią podstawę komunikacji z odbiorcami swoich usług i produktów. SMS-y w swojej prostocie gwarantują błyskawiczne dotarcie do odbiorcy bez potrzeby połączenia z danymi komórkowymi.



Komunikatory stały się głównym narzędziem do wysyłania wiadomości, co mocno obniżyło rolę SMS-ów. Odpowiedzią na ten trend miała być technologia RCS wynosząca SMS-y na zupełnie nowy poziom. Nowe SMS-y miały pozwalać nam na przysyłanie plików do 100 MB, dzielenie się multimediami, a także pokazywać statusy dostarczone/wyświetlono. Słowem, miały być wszystkim tym, co teraz oferują komunikatory. Niestety na zapowiedziach stanęło. Dlatego rola SMS-ów zaczyna sprowadzać się do komunikacji z firmami i instytucjami rządowymi (tu ważną nowością jest Alert RCB, za pomocą którego Rządowe Centrum Bezpieczeństwa rozsyła ostrzeżenia przed różnymi zagrożeniami, zwłaszcza pogodowymi). Chętnie wykorzystują je też kurierzy i Poczta Polska. Trzeba przyznać, że w tej roli sprawdzają się znakomicie. Szkoda tylko, że, w przeciwieństwie do newsletterów wysyłanych na skrzynki e-mail, z informacji handlowych przesyłanych SMS-ami nie możemy się już tak łatwo wypisać.

Tomasz Popielarczyk, redaktor prowadzący Antyweb.pl

Pasjonat rozwiązań mobilnych, recenzent i tester, początkujący programista. Z wykształcenia i zamiłowania dziennikarz. Miłośnik wszystkiego, co związane z branżą nowych technologii. Gadżeciarz.



Skuteczność marketingu SMS w kampaniach sprzedażowych



Rola marketingu SMS w działaniach wspierających sprzedaż

narzędzie uzupełniające działania
sprzedażowe



faza testowania tego narzędzia



główne narzędzie marketingu
sprzedażowego



Ogólna ocena skuteczności marketingu SMS w działaniach wspierających sprzedaż

Czy marketing SMS to skuteczne narzędzie podczas
prowadzenia działań promocyjnych?



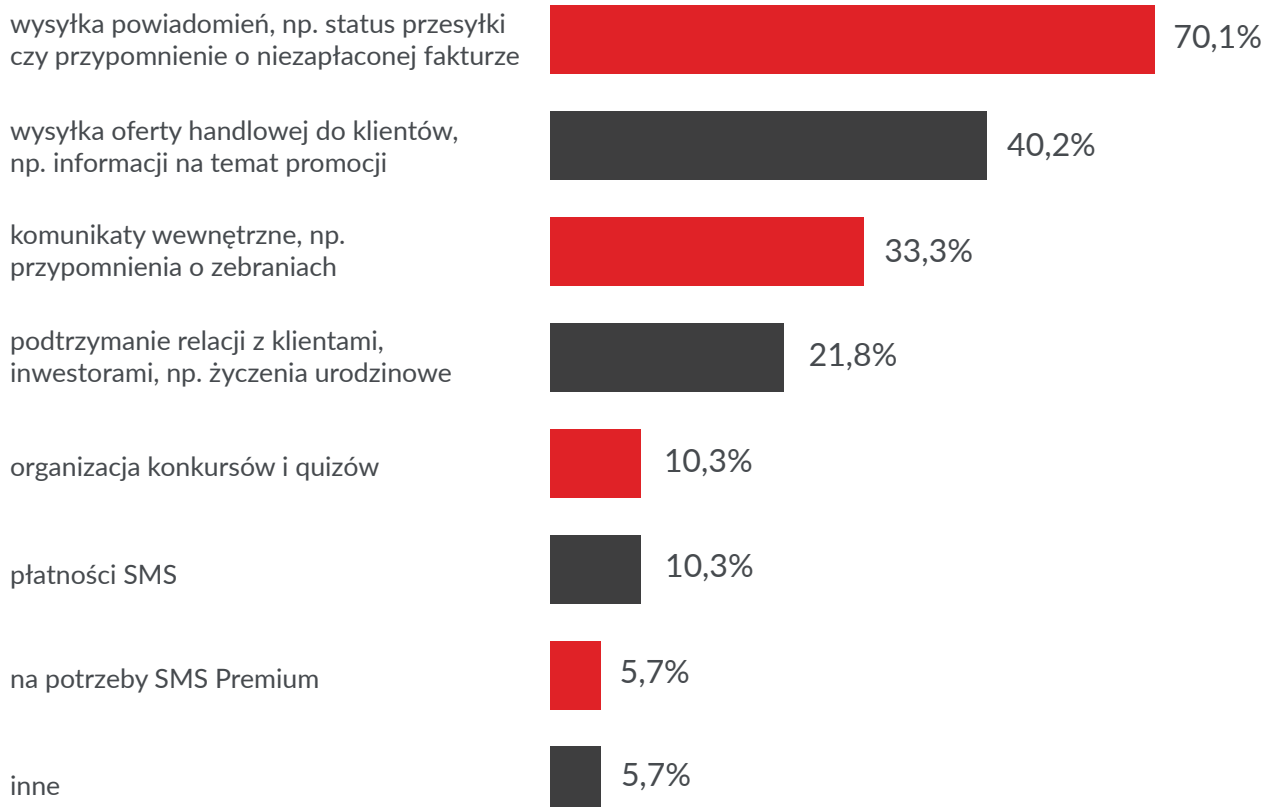
93%

tak

nie

7%

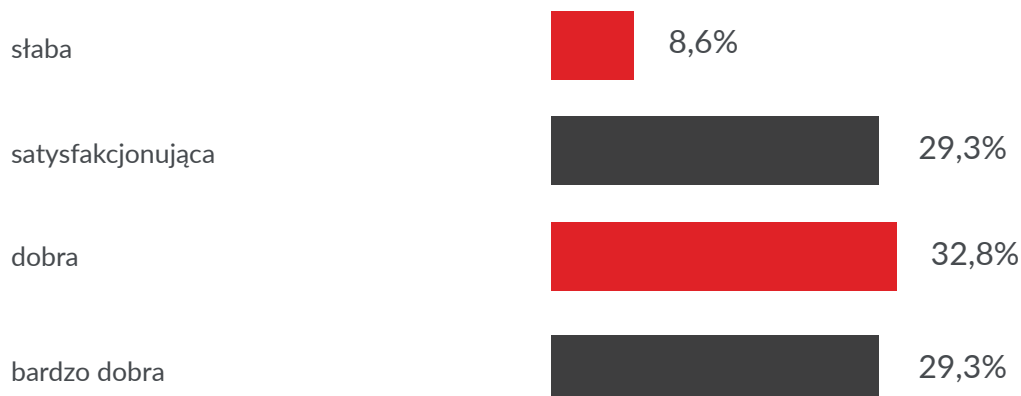
Preferowane cele komunikacyjne w biznesie, do których firmy chciałyby wykorzystywać SMS-y



SMS to skuteczność

Przedsiębiorcy doceniają skuteczność SMS-ów, które stanowią dla nich istotne narzędzie wykorzystywane w akcjach promocyjnych. Z tego względu, firmy nie tylko obecnie wykorzystują marketing SMS, ale również deklarują chęć korzystania z krótkich wiadomości tekstowych w obszarze biznesowym w przyszłości. Najważniejsze w perspektywie rozwoju organizacji jest wysyłanie powiadomień (70,1%). Drugim dostrzeganym i najbardziej pożytecznym walorem jest wysyłka oferty handlowej (40,2%). Na trzecim miejscu plasuje się natomiast wykorzystywanie komunikatów wewnętrznych (33,3%). Siła przebijania SMS-ów nie słabnie.

Ocena konwersji sprzedażowej





SMS jest wyjątkowo skutecznym i uniwersalnym narzędziem wspierającym sprzedaż. Dodatkowo, wykorzystanie tej formy komunikacji pozwala na elastyczne dopasowanie wysyłek SMS do innych prowadzonych działań. SMS może być wsparciem wcześniej zrealizowanej kampanii mailingowej, może zawierać link do konkretnej oferty lub kod rabatowy zachęcający do zakupu. A to tylko wybrane przykłady. Ta multizadaniowość SMS-a polega także na tym, że z powodzeniem wykorzystuje się go do wsparcia sprzedaży, zarówno online, jak i offline. Z roku na rok zwiększa się także grupa firm, dla których komunikacja SMS staje się głównym narzędziem marketingu sprzedażowego, a to związane jest ze świetnymi wynikami i skutecznością tego typu kampanii.

Łukasz Kwieciński, specjalista ds. komunikacji SMS

Od wielu lat związany z branżą usług telekomunikacyjnych i e-commerce. Swoje doświadczenie zdobywał w Telekomunikacji Polskiej, gdzie zajmował się wdrażaniem nowych projektów usprawniających obsługę klienta. Następnie, w sieci T-Mobile odpowiadał za sprzedaż usług dla klientów prywatnych i biznesowych. Od ponad 8 lat związany z SerwerSMS.pl, gdzie jako manager odpowiada za kontakt z klientem i obsługę kluczowych klientów.

Gotowość do skorzystania z marketingu SMS w przyszłości

20% - tak

70% - bierzemy pod uwagę

10% - nie



Ponad 90% ankietowanych jest przekonana o skuteczności marketingu SMS-owego, przede wszystkim w realizowanych kampaniach sprzedażowych. Krótkie wiadomości tekstowe są wykorzystywane najczęściej jako uzupełnienie działań, jednak ocena konwersji sprzedażowej mówi sama za siebie - 90,2 % respondentów zaznacza, że jest co najmniej satysfakcjonująca.



93% respondentów uznało kampanie promocyjne prowadzone z wykorzystaniem komunikacji SMS za skuteczne. Tak wysoki współczynnik nie dziwi, ze względu na to, że obecna komunikacja SMS realizowana przez firmy, charakteryzuje się bardzo dobrą znajomością zagadnień związanych z SMS marketingiem. Własne bazy danych, targetowanie, personalizacja, prawidłowe skonstruowanie komunikatu czy czas wysyłki - to niektóre elementy wpływające na skuteczność, które odpowiednio wykorzystują nadawcy takich wiadomości. Właśnie te czynniki wpływają na pozytywne postrzeganie komunikacji SMS-owej przez ich klientów. Dzięki temu, działania prowadzone przez przedsiębiorców stanowią realną odpowiedź na potrzeby oraz preferencje konsumentów. Krótki SMS promocyjny jest pożądanym i skutecznym.

Marcin Krasnodębski, specjalista ds. komunikacji SMS

Specjalizuje się w zagadnieniach związanych z wykorzystaniem komunikacji mobilnej w biznesie. Ma wieloletnie doświadczenie w pracy jako Key Account Manager w firmie SerwerSMS.pl, gdzie odpowiada za kontakty z kluczowymi klientami. Wcześniej związany także z rynkiem mobile i e-commerce, gdzie w ramach spółki z grupy Allegro pełnił obowiązki dyrektora sprzedaży.



-  **BADANIA**
-  **STATYSTYKA**
-  **ANALIZY**
-  **APLIKACJE**

BADANIE **ZNAJOMOŚCI MARKI**

- ✓ skutecznie promujesz markę
- ✓ kształtujesz pozytywny wizerunek marki
- ✓ umacniasz lojalność wobec marki
- ✓ budujesz przewagę konkurencyjną na rynku

Dr Monika Kurpanik
Dyrektor ds. Badań

 (+48) 666 068 671

 badania@biostat.com.pl

www.biostat.com.pl





SMS-y w e-commerce



Właściciele sklepów internetowych w grupie badanych

24,1%

Prawie **CO CZWARTA** badana firma działa w branży e-commerce prowadząc sprzedaż internetową

Wykorzystanie rozwiązań mobilnych w e-sklepie

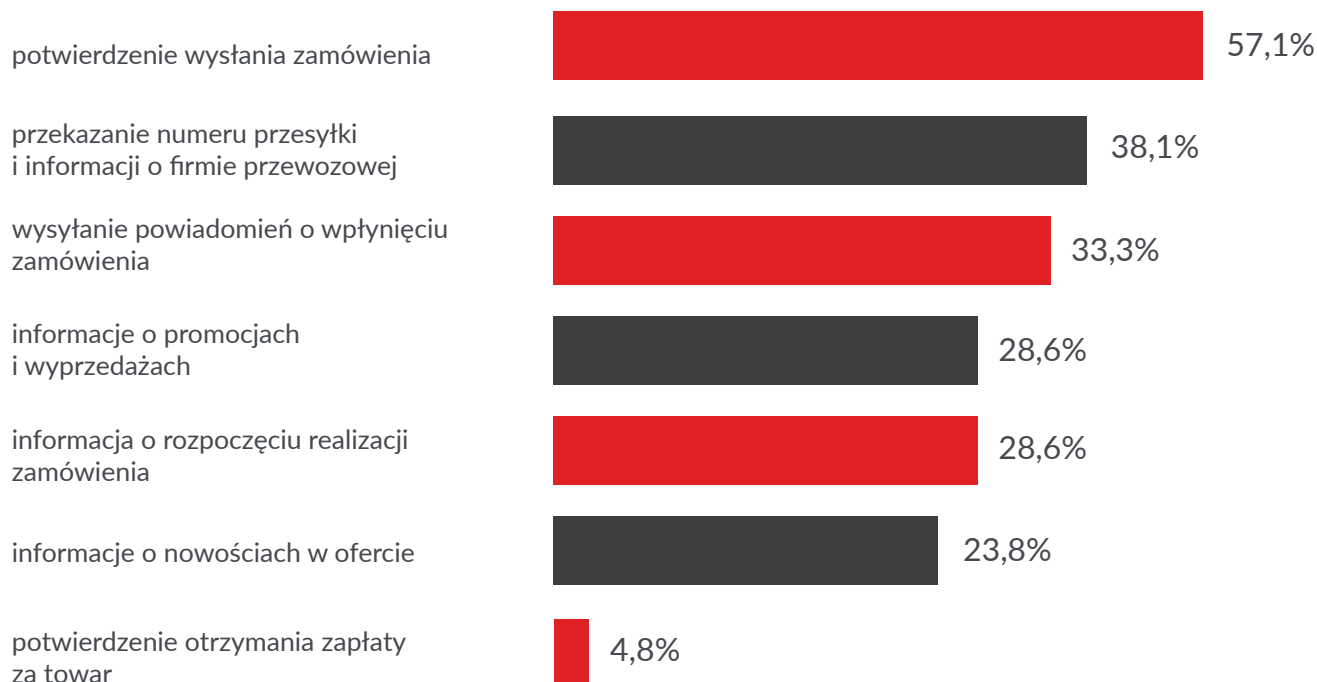


90,5%
korzysta



9,5%
nie korzysta

Sposoby wykorzystywania SMS-ów do prowadzenia sklepu internetowego



Krótkie wiadomości tekstowe były, są i będą ważnym elementem naszego codziennego życia. Choć ostatnimi laty liczba wysyłanych SMS-ów spadła na rzecz korespondencji za pomocą komunikatorów internetowych i portali społecznościowych, to w różnych codziennych sytuacjach ich rola jest nieoceniona. Czasem nawet nie zwracamy na to uwagi – wydaje nam się oczywiste, że dostajemy SMS-a powiadamiającego nas o przesyłce czekającej na nas w paczkomacie czy o zbliżającym się terminie wizyty u lekarza.

Myślę, że w przypadku sklepów internetowych nieco istotniejszym elementem ich działalności są maile – to tym kanałem komunikacyjnym zazwyczaj otrzymujemy informacje o nowościach czy promocjach w e-sklepie, a także rabaty z możliwością automatycznego skorzystania z nich. Jeżeli jednak chodzi o powiadomienia o nadaniu przesyłki, jej numerze i planowanym terminie dostarczenia, zdecydowanie zachęcam do korzystania z kanału SMS-owego – są to ważne informacje, do których dostęp potrzebujemy „od ręki”, poza tym mogą umknąć w gąszczu newsletterów i mailingów, które codziennie otrzymujemy na naszą skrzynkę mailową.

Poza tym praktycznym aspektem, warto także dodać, że SMS-owe kampanie marketingowe zazwyczaj są w odczuciu użytkownika bardziej spersonalizowane – są jakby bliżej nas niż te mailingowe, przez co są bardziej skuteczne. Dlatego warto zaplanować je w budżecie działań swojego e-sklepu!

Agnieszka Zwolan

Redaktor prowadząca i project manager „Magazynu E-commerce Polska” oraz czasopisma „Nowa Sprzedaż”.



Badani w raporcie

„Komunikacja SMS w biznesie”



Wielkość firmy



47,1%

mikro (mniej niż
10 pracowników)



25,3%

mała (mniej niż
50 pracowników)



13,8%

średnia (mniej niż
250 pracowników)



13,8%

duża (powyżej
250 pracowników)

Obecność na rynku



2,3%

mniej niż rok



13,8%

od 2 do 5 lat



10,3%

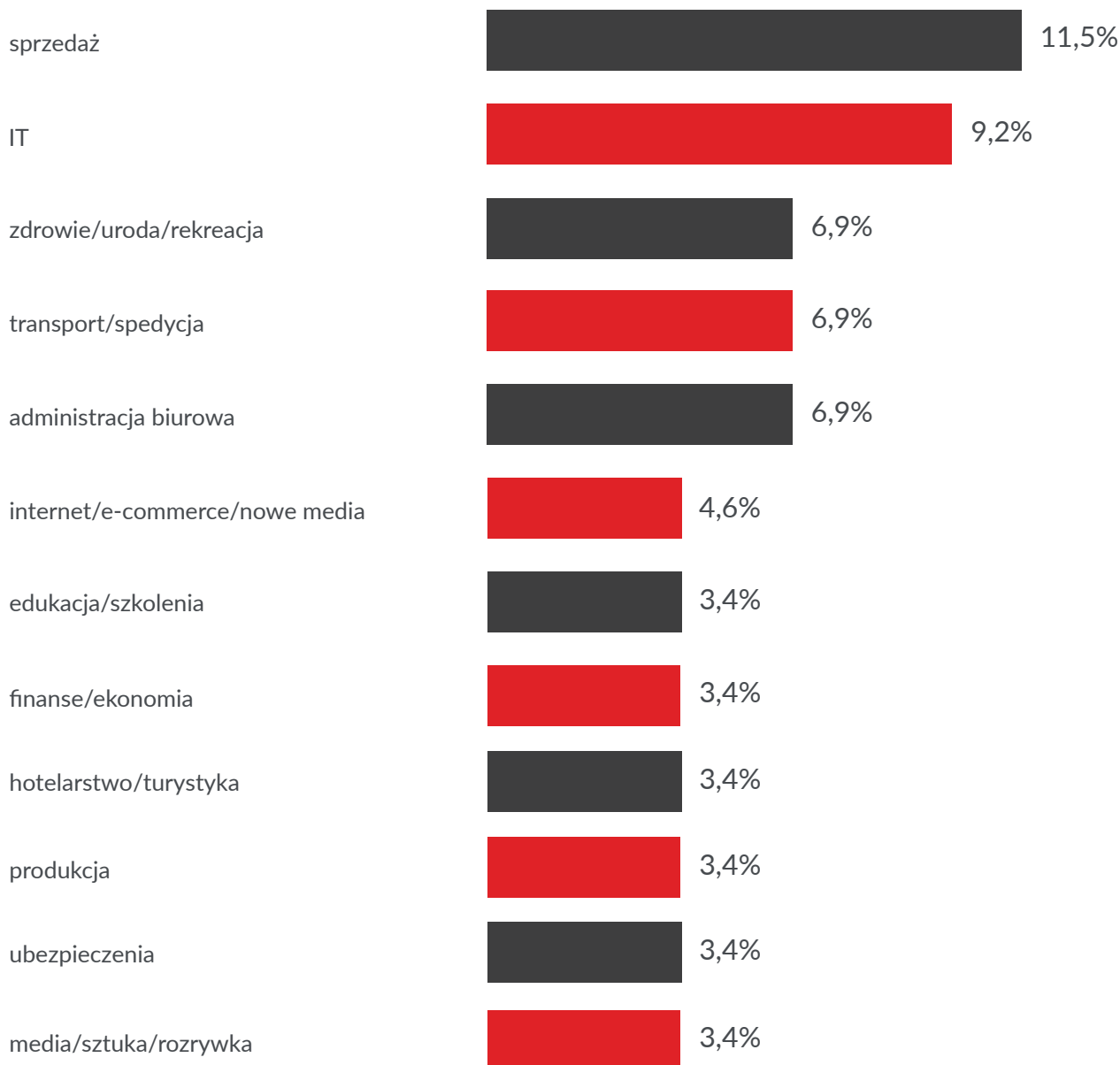
od 6 do 10 lat



73,6%

dłużej niż 10 lat

Branża



Badani z różnych sektorów

Badanie „Komunikacja SMS w Polsce” zjednoczyło opinie reprezentantów rozmaitych branż. Wśród tych, które stanowiły największą liczbę przedstawicieli, można wymienić: sprzedaż, IT, zdrowie/uroda/rekreacja, transport/spedycja, a także administrację biurową.

Główne wnioski z badania:

- 64% badanych firm w Polsce wykorzystuje w swoich działaniach marketing mobilny,
- Wśród celów komunikacyjnych, do których wykorzystywane są SMS-y w biznesie, prym wiedzie wysyłka powiadomień (60,3%), wysyłka oferty handlowej do klientów (44,8%), a także przysyłanie komunikatów wewnętrznych (22,4%),
- 86% ankietowanych firm deklaruje wykorzystywanie SMS-ów jako działań uzupełniających sprzedaż, nieco ponad 5% przedsiębiorstw stosuje krótkie wiadomości jako główne narzędzie marketingu sprzedażowego,
- Więcej niż 9 na 10 badanych twierdzi, że marketing SMS to skuteczne narzędzie podczas działań promocyjnych. Tylko 7% ankietowanych nie podziela ich zdania,
- Konwersja sprzedaży po przeprowadzonej kampanii SMS jest doceniana przez ponad 90% badanych przedsiębiorstw. Firmy oceniają rezultaty w stopniu bardzo dobrym (29,3%), dobrym (32,8%) i satysfakcjonującym (29,3%).



Serwer **SMS**.pl[®]
System Obsługi Marketingu Mobilnego

POZNAJ NAS BLIŻEJ

Świat komunikacji mobilnej w profesjonalnym wydaniu



SMS

to szybka, tania i efektywna metoda przesyłania informacji. Zapraszamy do zapoznania się z ofertą rzetelnej firmy o największej w Polsce tradycji i doświadczeniu w komunikacji SMS.

SMS umożliwia bezpośredni kontakt z:

- Konsumentami
- Pracownikami
- Kontrahentami
- Czytelnikami
- Mieszkańcami
- Interessantami

SerwerSMS.pl promuje wartościowe i pożyteczne zastosowania komunikacji SMS w firmie, instytucji i urzędzie. Świadczymy zaawansowane usługi teleinformatyczne i mobilne **od 2003 roku**.

Nasz system zapewnia najwyższe bezpieczeństwo powierzonych danych oraz usługę zgodną z regulacjami **RODO**.



Możesz korzystać z naszych usług poprzez:

- Panel klienta przez www
- Aplikację na urządzenia mobilne
- SMS forward
- Interfejs HTTPS API
- Interfejs SMPP API
- SMS przez FTP
- Email2SMS
- SQL API

Jesteśmy zawsze po jasnej stronie komunikacji

Przejrzyste zasady i etyczne działania, przyjazne klientom, odbiorcom i partnerom - taką filozofię promujemy i z nią się utożsamiamy. Wierzymy, że to właśnie jasna strona komunikacji przyczynia się do naszych wzajemnych sukcesów.

- Ciągłe promowanie uczciwości w komunikacji SMS z konsumentami
- Promocja szerokiego zastosowania komunikacji SMS
- Etyczne zarządzanie projektami marketingowymi
- Doświadczenie i wieloletnie „know how”
- Rzetelna firma, członek Kapituły Złotych Certyfikatów Rzetelności
- Wieloletnia, owocna współpraca z największymi, wymagającymi markami



3 miliardy
wysłanych wiadomości
od powstania Platformy



70 milionowa
dzienna przepustowość
systemu



99%
raportów aktualizowanych
w ciągu 1 sekundy



100%
bezpośredniej integracji z wszystkimi
sieciami GSM w Polsce

Klienci Platformy Serwer SMS



Dzięki korzystaniu z usług tej firmy nasza komunikacja przebiega sprawnie, ponieważ wiadomości SMS, które wysyłamy masowo, docierają natychmiastowo do odbiorców. Dodatkowym atutem jest doświadczenie oraz sprawdzony zespół pracowników.



Współpracujemy nieprzerwanie od 2008 roku w zakresie masowej wysyłki wiadomości tekstowych oraz obsługi kampanii głosowych. Dlaczego wybraliśmy Platformę SerwerSMS.pl? Ponieważ jest to idealny partner biznesowy, którego zespół wspiera wszelkie nasze działania pozostając do naszej stałej dyspozycji, a przy tym nie obawia się wyzwań i innowacyjnych rozwiązań.



Jakość wykonywanych usług cały czas spotyka się z naszym uznaniem i nie budzi zastrzeżeń. Szybkość pracy, dokładność, wzorowa organizacja oraz pełne bezpieczeństwo realizacji usług mobilnych jest dla nas dużym atutem.



Oferta tej firmy została wybrana głównie z uwagi na wysoki poziom jakości usług oraz gwarancji bezpieczeństwa. Na uwagę zasługuje dział techniczny, pomocny zarówno na etapie wdrażania usługi, jak i w czasie jej realizacji.

W naszym PORTFOLIO są także:

COMARCH

Triumph

Energa



EUROCASH GRUPA

Adam Feliks
PROCHNIK

Partnerzy Platformy Serwer SMS



plus



Nasze usługi świadczymy w oparciu o bezpośrednią współpracę ze wszystkimi polskimi operatorami telefonii komórkowej. Pełna integracja systemu SerwerSMS.pl z naszymi Partnerami to gwarancja bezpieczeństwa, stabilności usług oraz efektywne i wiarygodne raportowanie.

Pracujemy w oparciu o RODO, czyli najnowsze unijne rozporządzenie o ochronie danych osobowych, co pozwala nam zapewniać klientom najwyższe standardy bezpieczeństwa w obszarze zarządzania powierzonymi danymi.

Portfolio oferowanych produktów



SMS

wiadomości tekstowe

Flagową usługą Platformy jest masowe i pojedyncze wysyłanie wiadomości tekstowych.

SMS ECO+ SMS FULL



MMS

wiadomości multimedialne

To pierwsza w Polsce Platforma do masowej wysyłki wiadomości multimedialnych z użyciem bezpośredniego połączenia do systemów MMSC Operatorów GSM.



VMS

wiadomości głosowe

Platforma SerwerSMS.pl oferuje wysyłanie masowe i pojedyncze wiadomości głosowych zarówno na telefony komórkowe jak i stacjonarne.



Odbiór

wiadomości SMS i MMS

Platforma poza wysyłaniem wiadomości do odbiorców, umożliwia również masowe ich odbieranie. Odbiór wiadomości odbywa się na numerach 9-cyfrowych oraz skróconych 4-cyfrowych typu ShortCode.



Komunikatory

rozszerzone wiadomości

Viber, RCS, Messenger - dają możliwość masowej wysyłki wiadomości nawet do kilku tysięcy znaków z aktywnymi linkami, grafikami czy też logotypem w awatarze.



Sprawdzanie numerów

rejestr abonentów

HLR, Lookup, NAT sprawdzają numery pod różnym kątem np przynależności numeru do sieci, aktywności czy dostępności. Usługi bazują na elementach infrastruktury operatorskiej.



Premium SMS

płatność podwyższona

Usługa związana ze specjalnym zakresem numerów skróconych. Za wysłanie SMS-a na taki numer nadawca wiadomości jest obciążany podwyższoną opłatą.



Integracje

otwarte API

Gotowe moduły i wtyczki przygotowane tak, aby wzbogacić działanie istniejących aplikacji oraz możliwość bezpośredniej integracji przez API www.dev.serwersms.pl

Platforma SerwerSMS.pl daje również dostęp do kilkuset funkcji umożliwiających zarządzanie kampaniami.

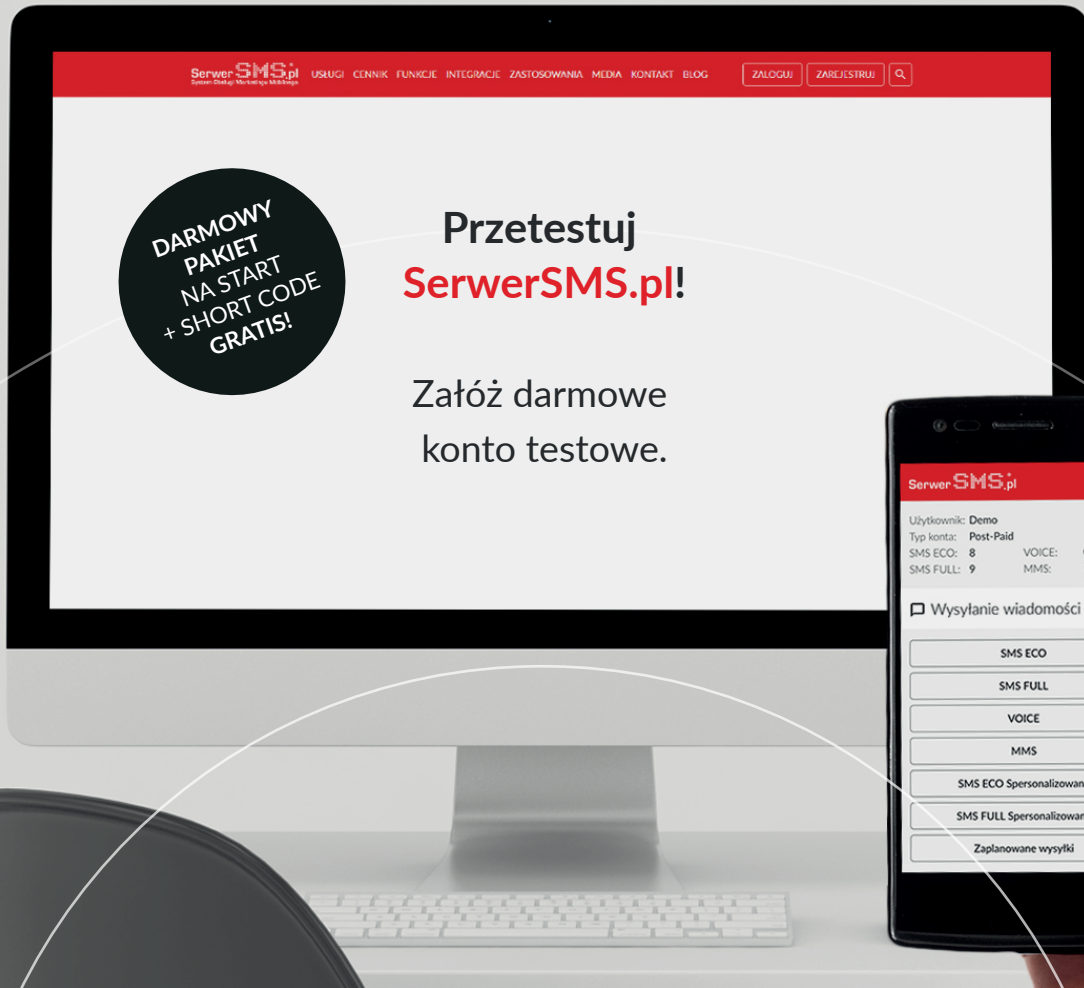
Są one pogrupowane w kilku kategoriach.

Szczegółowy opis wszystkich naszych produktów znajdą Państwo na stronie www.serwersms.pl



Korzystaj z platformy SerwerSMS.pl

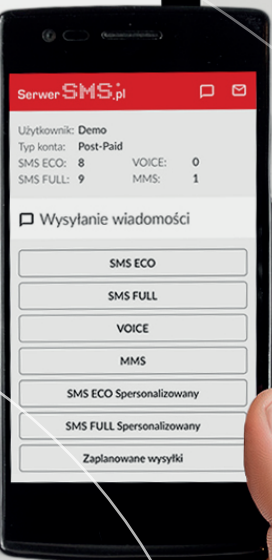
z poziomu przeglądarki, aplikacji mobilnej lub API



DARMOWY
PAKIET
NA START
+ SHORT CODE
GRATIS!

Przetestuj SerwerSMS.pl!

Załącz darmowe
konto testowe.



Serwer SMS.pl
System Obsługi Marketingu Mobilnego



800 900 220 (dla telefonów stacjonarnych)



22 211 20 40 (dla telefonów komórkowych)



biuro@serwersms.pl

Biuro główne Rybnik

ul. Ogrodowskiego 27
44-203 Rybnik

tel.: +48 32 750 00 01
fax: +48 32 750 00 03

Oddział Warszawa

tel.: +48 22 211 20 40

Oddział Poznań

tel.: +48 61 646 70 70



Serwer **SMS**.pl[®]
System Obsługi Marketingu Mobilnego



www.serwersms.pl



Facebook.com/SerwerSMS



Twitter.com/SerwerSMSpl