

# Poradnik komunikacji masowej dla firm i instytucji w dobie globalnego zagrożenia



Serwer **SMS**.pl<sup>®</sup>  
System Obsługi Marketingu Mobilnego

# Poradnik komunikacji masowej dla firm i instytucji w dobie globalnego zagrożenia

W związku z obecną sytuacją w kraju i na świecie oraz koniecznością pozostania w domu w celu unikania skupisk ludzi, firmy i instytucje w trybie pilnym przechodzą transformację cyfrową. Pierwszym obszarem, w którym ta transformacja się dokonuje jest komunikacja online.

Nadawcy do dyspozycji mają wiele kanałów komunikacji, ale to wciąż SMS i e-mail pozostają najpowszechniejszymi i najłatwiejszymi w obsłudze kanałami komunikacji. Dzięki komunikacji SMS i e-mail można bardzo szybko i masowo dotrzeć do odbiorców. Jeśli firmy i instytucje posiadają aplikacje mobilne, mogą włączyć do komunikacji powiadomienia push na smartfony i tym samym jeszcze dodatkowo zwiększyć potencjał na dotarcie do wszystkich zainteresowanych.

To nie jest dobry czas na wdrażanie skomplikowanych procesów i eksperymenty, dlatego firmy z sektora retail, eCommerce, finansów oraz przedstawiciele szeroko pojętej branży usługowej, zmobilizowani istniejącą sytuacją,

przystąpiły od razu do działania. Również wszelakiego rodzaju instytucje, takie jak urzędy miasta, gminy, organizacje pożytku publicznego, stanęły na wysokości zadania i bardzo sprawnie rozpoczęły komunikację z mieszkańcami, zapewniając im dostęp do sprawdzonych informacji i stale informując o zmieniających się warunkach.

*Jeśli jeszcze nie wdrożyłeś komunikacji online lub zastanawiasz się jak do tego podejść, zapoznaj się z zebranymi przez nas pozytywnymi przykładami.*

**Na końcu poradnika znajdziesz również wskazówki jak w 5 krokach uruchomić masową komunikację.**

Zapraszamy również do kontaktu z naszymi specjalistami, którzy pracują zdalnie, ale są cały czas do Państwa dyspozycji. Bezpośredni kontakt do nich znajdziecie Państwo również na końcu poradnika.



## Komunikacja SMS

### **dlatego warto wykorzystać ją właśnie teraz?**

SMS-y mają ogromny potencjał informacyjny. Osiągają współczynnik otwarć aż 98%. Wysyłka SMS wiąże się z natychmiastowym dostarczeniem komunikatu (tu i teraz), także w dynamicznie zmieniającej się sytuacji gwarantuje nam, że każda wiadomość zostanie przeczytana w odpowiednim czasie. Mało kto wie, że SMS-y pozwalają prowadzić komunikację 2-stronną, a tym samym umożliwiają szybki przepływ informacji. Dużą ich zaletą jest także możliwość dodania skróconego linku, pod którym możemy rozwinąć komunikat oraz sprawdzić, które kontakty w niego kliknęły.

## E-mail

### **duża przestrzeń informacyjna i statystyki**

Jedną z niewątpliwych zalet e-maili jest tak naprawdę nieograniczona ilość treści. Jeżeli kreacja obejmuje poza samym tekstem również grafiki, nie musimy obawiać się, że zniechęcimy odbiorcę do przeczytania pełnego komunikatu. Możliwość analizy otwarć i kliknięć to kolejne cechy przemawiające za wysyłką e-maili w sytuacjach nadzwyczajnych - wielu firmom i instytucjom zależy, by mogły sprawdzić kto zapoznał się z wiadomością.

## Powiadomienia PUSH

### **niski koszt i celne targetowanie**

Jeżeli tylko posiadasz aplikację mobilną, warto uzupełnić swoją komunikację kryzysową o kanał pushowy. Jego zaletą jest objęcie komunikacją dużej liczby osób, wśród których nie ma możliwości, że znajdzie się ktoś kto nie lubi naszej marki. Na pewno dużym plusem pushy jest trudność w przeoczeniu komunikatu - wyświetla się ono od razu nawet na zablokowanym ekranie.

# Jak firmy reagują na obecną sytuację?

## Zbiór pozytywnych przykładów

W związku z dynamicznie zmieniającą się sytuacją, firmy i instytucje muszą w szybkim tempie skontaktować się z klientami, obywatelami i mieszkańcami, zazwyczaj na dużą skalę. Jakie komunikaty wysyłają i jakie kanały stosują? Przygotowaliśmy przegląd w podziale na różne cele informacyjne do osiągnięcia.

### Zamknięcie sklepu / punktu usługowego lub ograniczenie wizyt - w trosce o bezpieczeństwo



Z uwagi na ogłoszony przez rząd stan zagrożenia epidemicznego, nie kupimy już ubrań ani butów w galeriach handlowych. Każdego dnia przybywa również coraz więcej butików odzieżowych, a także punktów usługowych takich jak gabinety fryzjerskie i kosmetyczne, a także wszelkiego rodzaju biura, które w trosce o zdrowie swoich pracowników i klientów decydują się na tymczasowe zamknięcie swoich placówek.

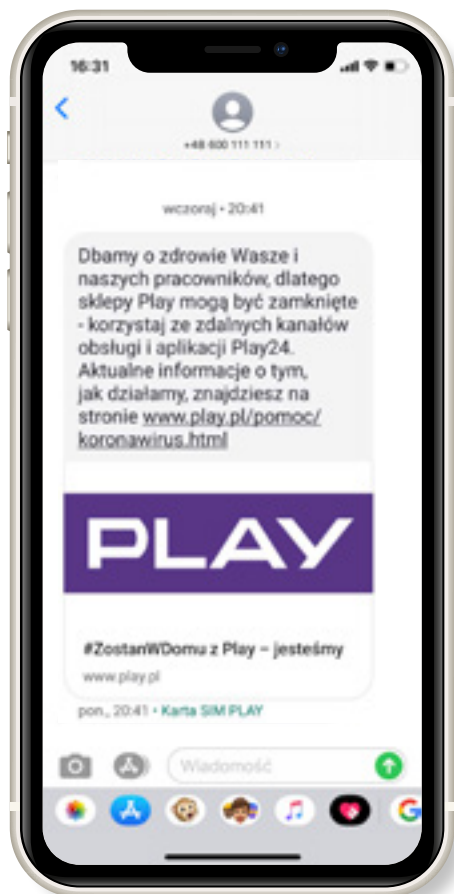
### 1. Branża usługowa

W przypadku umówionych wizyt, najważniejsze jest aby odpowiednio wcześniej poinformować klientów o zamknięciu lokalu. W takiej sytuacji zdecydowanie dobrym wyborem jest SMS, który nie dość, że odczytywany jest przeważnie w ciągu 3 minut od otrzymania, to odnotowuje najwyższy wskaźnik otwarć spośród wszystkich kanałów – średnio aż 98%. Jak może wyglądać taka wiadomość?

W związku z panującą pandemią Koronawirusa, jesteśmy zmuszeni anulować Państwa wizytę, aż do odwołania.  
Stomatologia Na Podzamczu



SMS również warto wysłać, kiedy mamy do przekazania inny pilny komunikat, taki jak zmiana organizacji placówki, sposobu realizacji usługi czy funkcjonowania biura w najbliższym czasie.



W związku z koronawirusem wstęp do przychodni będą mieli tylko pacjenci. Osoby towarzyszące mają zakaz wejścia. Przychodnia

W związku ze wzrastającym zagrożeniem epidemiologicznym związanym z rozprzestrzenianiem się koronawirusa spółka SFE-RANET S.A. wprowadza środki ostrożności w celu zapewnienia bezpieczeństwa zarówno klientom jak i pracownikom spółki. Od poniedziałku 16 marca aż do odwołania biuro obsługi klienta przy ul. PCK 8 w Bielsku-Białej będzie zamknięte. We wskazanym powyżej okresie w każdej sprawie prosimy kontaktować się wyłącznie telefonicznie (tel 33 498 44 55) lub mailowo biuro@sferanet.pl i sekretariat@sferanet.pl. Informujemy również, iż instalacje klienckie oraz serwisy zostają wstrzymane od dnia 16.03.2020 do odwołania.

## WAŻNE

*Jeżeli treść, którą masz do przekazania jest zdecydowanie dłuższa, dobrym rozwiązaniem będzie wysyłka e-maila.*

@

### [PGNIG] Ważny komunikat o zamknięciu BOK

PGNIG Inwestycje w Gazę

Szanowni Państwo,

Z powodu pandemii koronawirusa, mamy na względzie Wasze i bezpieczeństwo Państwa oraz pracowników BOK, informujemy, że od 16 marca 2020 r. do odwołania wszystkie Biura Usługi Klienta BOKA, ZAMKNIĘTE.

Informujemy, że w sprawie spraw można szukać na portalach elektronicznego Biura Usługi Klienta BOKA, które znajdują się:

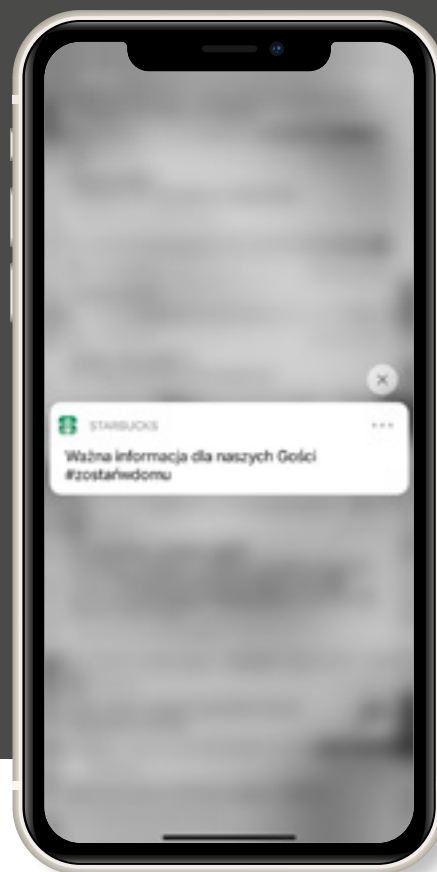
- serwisie internetowym pgnig.pl
- portalu e-usługi, który gwarantuje szybkie i wygodne skorzystanie z usług
- dedykowanej aplikacji mobilnej i dedykowanej stronie internetowej
- karcie pocztowej, która posiada informacje o lokalizacji i godzinach otwarcia
- stronie internetowej BOKA, która posiada informacje o godzinach otwarcia
- stronie internetowej BOKA, która posiada informacje o godzinach otwarcia
- stronie internetowej BOKA, która posiada informacje o godzinach otwarcia
- stronie internetowej BOKA, która posiada informacje o godzinach otwarcia

Do Państwa dyspozycji jest również Telefonowe Centrum Obsługi Klienta, które dostępne jest pod numerem 800 110 110, w godzinach pracy, w godzinach od 7:00 do 19:00.  
O wszelkich zmianach Państwa informować będziemy przez pocztę.  
Prosimy o wyrozumiałość i wyrozumiałość w Państwa sprawie. Dziękujemy za wyrozumiałość i wyrozumiałość w Państwa sprawie. Dziękujemy za wyrozumiałość i wyrozumiałość w Państwa sprawie.

Są sytuacje, w których nie zawsze musisz mówić wprost. Istnieje duża szansa, że klienci są na bieżąco z rządowymi informacjami i wiedzą o zamknięciu wszystkich kawiarni, dlatego Starbucks zamiast informować ich o oczywistym, subtelnie przekazuje, że dba o ich bezpieczeństwo, używając popularnego hashtagu.

### **WAŻNE**

*Kawiarnia zapewne ma większą liczbę pobrań aplikacji, niż numerów telefonów klientów w bazie, dlatego wysyła powiadomienie push.*

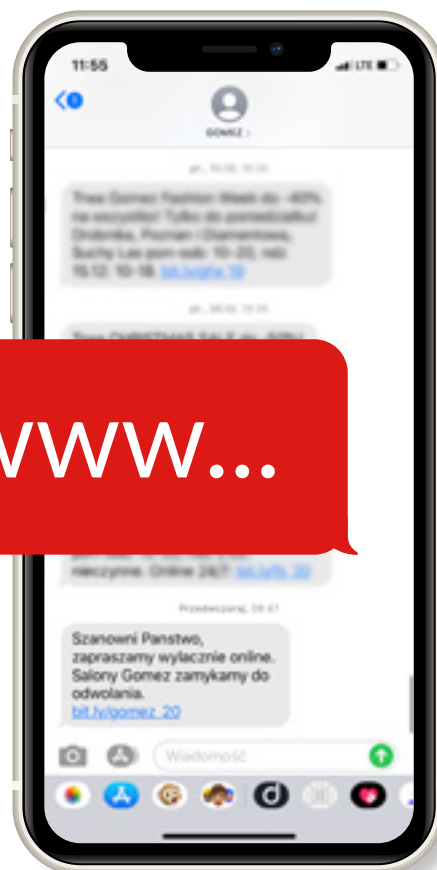


## **2. Branża retail / eCommerce**

Inaczej sytuacja wygląda wśród lokali i sklepów, które działają równocześnie w sektorze eCommerce. Firma Gomez wprowadzi zamyka lokale stacjonarne, ale zachęca do zakupów online, które są w pełni bezpieczne.

### **WAŻNE**

*Dużym plusem wysyłki SMS-a jest możliwość umieszczenia skróconego linku, tak jak to zrobiła marka, który od razu przekierowuje odbiorców na stronę www i zdecydowanie ułatwi zakupy mobilne.*



Ochnik także mocno zachęca swoich odbiorców do zakupów internetowych, dodatkowo oferując spory rabat. Z nieczynnymi galeriami próbuje radzić sobie także CCC. Przypomina, że kupując w internecie klient zyskuje więcej korzyści: może liczyć na darmową dostawę, dłuższe zwroty i zniżkę na zakupy.



Mimo, że w komunikacji bezpośredniej to kanał SMS jest tym najczęściej odczytywanym, marka zdecydowała się też na wysłanie powiadomienie push na smartfony ze względu na różnicę kontaktów w bazie numerów komórkowych i tych, którzy pobrali aplikację. Tym krokiem sklep zapewnia sobie niemal 100% dotarcie z wiadomością do swoich klientów.



*Użycie hashtagu #zostańwdomu może wpłynąć na odbiór firmy przez odbiorców. Ci, widząc odpowiedzialne podejście firmy oraz przekaz “wszyscy jesteśmy w tej samej, trudnej sytuacji i musimy sobie wzajemnie pomagać”, mogą obdarzyć firmę większym zaufaniem i sympatią niż sklep konkurencji. Dlatego podejmując komunikację z klientami pokaż im, że troszczysz się o ich bezpieczeństwo.*





Marka Reserved zdecydowała się na przekaz, w którym podkreśla obecne priorytety, którymi są bezpieczeństwo i zdrowie klientów sklepu. W związku z tym zdecydowała się na dłuższą formę - wysyłkę e-maila, w którym mogła zamieścić dużą grafikę oraz cały tekst.

### 3. Branża travel



Branżą, odczuwającą ogromne skutki obecnej sytuacji kryzysowej jest branża travel. Hotele, biura podróży i linie lotnicze zgodnie z oficjalnymi zaleceniami unikania podróży starają się postępować jak najbardziej odpowiedzialnie. Z uwagi na bezpieczeństwo Polaków biura podróży odwołują wycieczki, a linie lotnicze loty. Aby informacja dotarła do jak największej ilości zainteresowanych osób, warto jest dywersyfikować kanały komunikacji. Przede wszystkim jednak warto podkreślić w treści, że to zdrowie gości i pracowników jest w tej trudnej sytuacji najważniejsze.

Biuro podróży TUI wysłało powiadomienie push z konkretną informacją o odwołaniu usług.

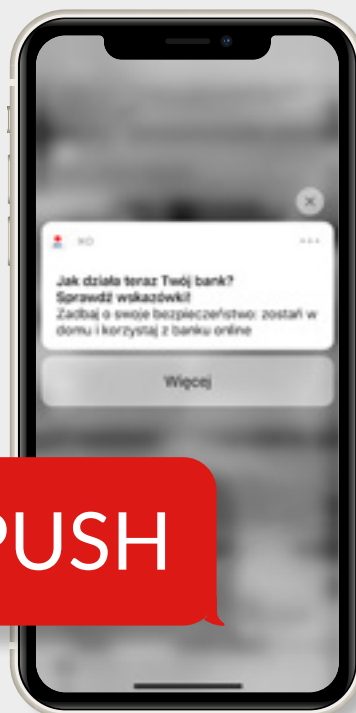




## 4. Branża finansowa

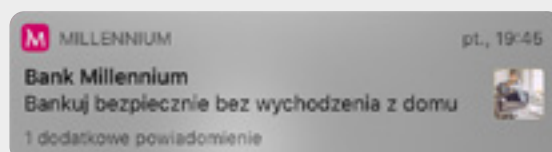


A jak sprawa wygląda w przypadku banków, które przecież statystycznie każdego dnia odwiedza spora liczba Polaków? BNP Paribas i PKO przypominają, że większość spraw można załatwić bez wychodzenia z domu, logując się do bankowości online. Odpowiedzialnie proszą o ograniczenie wizyt w swoich placówkach.



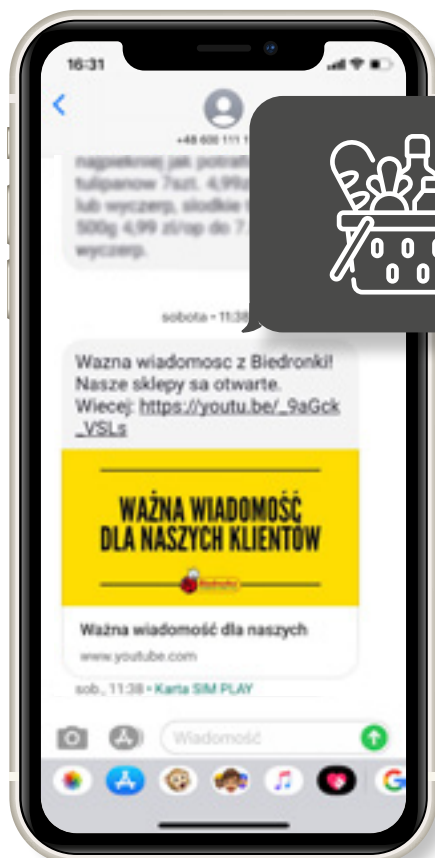
Tak samo postępują inne banki, w tym Bank Millennium. Przypomina także, że sytuacja z jaką się mierzymy to dobry czas, by pomyśleć o płatnościach zbliżeniowych kartą i telefonem.

W sytuacji, kiedy zależy nam na maksymalnym zasięgu informacji, warto tak jak Millennium wysłać wiadomość więcej niż jednym kanałem. Powiadomienie push daje możliwość dołączenia obrazu do wiadomości, którą możemy wzmocnić przekaz lub go uzupełnić.

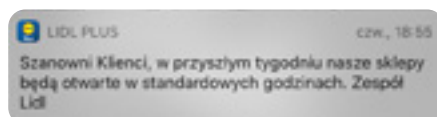


# Sklepy spożywcze, drogerie i eCommersy daj znać, że nadal funkcjonujesz

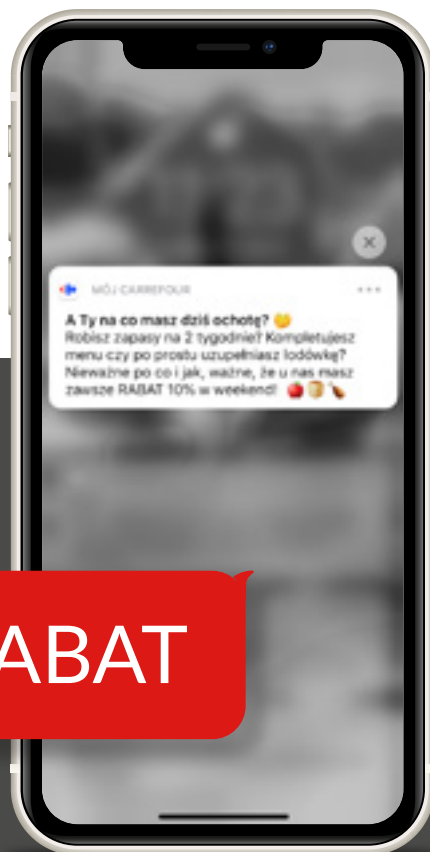
Zgodnie ze specustawą sklepy spożywcze, drogerie i apteki pozostają otwarte. Nie każdy jednak śledzi na bieżąco wszystkie doniesienia, łatwo również pogubić się w napływie tak wielu nowych informacji. Jeżeli Twój lokal jest czynny, warto poinformować o tym potencjalnych odwiedzających, tak jak to robi SMS-owo np. Biedronka.



...oraz Lidl, wysyłając pushe ze swojej aplikacji. Co więcej, sklep zachęca do korzystania ze swojej nowej usługi: Lidl Pay, czyli płatności mobilnych za zakupy, która poza szybkością i wygodą, nie wymaga dotyknięcia terminalu.



... a także Carrefour, który zachęca do robienia dużych zakupów spożywczych właśnie w tej sieci, przypominając jednocześnie o rabacie dla Klubowiczów.



Pozostałe biznesy, które może i nie sprzedają artykułów pierwszej potrzeby, ale również nie zdecydowały się na całkowite zamknięcie swoich punktów i nadal funkcjonują stacjonarnie, powinny poinformować o tym odbiorców ze swojej bazy kontaktów, ponieważ mogą oni nie być tego świadomi. Duży Ben wykorzystał komunikat SMS do przekazania ważnych zaleceń, tj. płatności kartą zbliżeniową, oraz skanowania karty lojalnościowej zamiast wpisywania jej numeru.

Ekipo, w trosce o Was, Duży Ben radzi:

- za zakupy płac kartą zbliżeniową
- skanuj kartę Ekipy zamiast wpisywać numer na pinpadzie, a później #zostanwdomu



Warto, aby drogerie także przypomniały o tym, że ich punkty są ciągle otwarte dla konsumentów. Super-Pharm daje wybór konsumentom i zachęca do zakupów na stronie www, do której prowadzi zamieszczony link.



Hebe natomiast stawia na pełne bezpieczeństwo i promuje zakupy online.



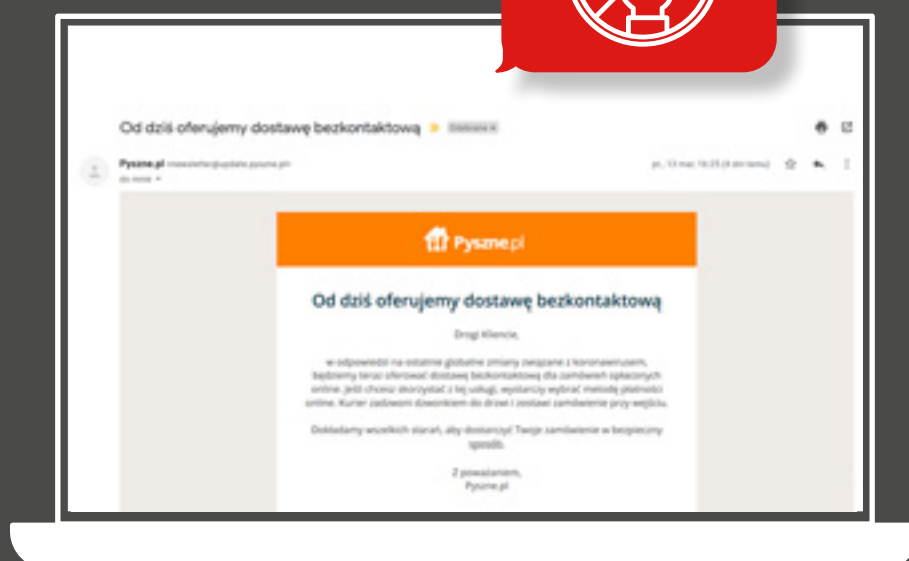
*Można zdecydować się na dłuższą wiadomość do swoich klientów, w której opiszemy jakie kroki możemy wspólnie podjąć, by zakupy były bezpieczne.*

Rossmann stworzył film, w którym pracownicy udzielają wskazówek jak odpowiedzialnie zachowywać się w sklepie. Aby zachować atrakcyjność kreacji i mocny przekaz, zdecydował się na wysyłkę e-maila.



W innej sytuacji są lokale gastronomiczne, które nie mogą funkcjonować tak jak do tej pory. W takim wypadku większość z nich oparła swoje biznesy na dostawie oraz odbiorze osobistym. Ciekawym (i słusznym!) zjawiskiem jest “dostawa bezkontaktowa”, którą wprowadza coraz więcej lokali. KFC chcąc zadbać, że wszyscy zamawiający jedzenie w ich aplikacji mobilnej dowiedzą się o wprowadzonym rozwiązaniu, wysłał powiadomienie push, którego treść pojawia się na smartfonie od razu nawet na zablokowanym ekranie, bez konieczności wchodzenia do aplikacji.

*Jeżeli także realizujesz dostawy w swojej firmie, warto udostępnić opcję dostawy bezkontaktowej - klienci na pewno docenią, że mogą odebrać zamówienie sprzed drzwi swojego domu czy z parapetu na klatce .*





Z drugiej strony, w przypadku sytuacji kryzysowej łatwo zapomnieć o najprostszych rozwiązaniach, tj. e-sklepach. Jeśli Twój sklep dostarcza zakupy internetowe na dotychczasowych zasadach, poinformuj o tym klientów, tak jak to robi X-kom.

*W trosce o tych, którzy obawiają się bezpośredniego kontaktu z kurierem, warto przypomnieć o możliwej dostawie zakupów do Paczkomatu.*



Możesz jeszcze delikatniej przypomnieć konsumentom, że Twój biznes nadal funkcjonuje w sieci. Bardzo dobrze zrobił to Empik, stawiając na inspiacyjny content ze wskazówkami, co zrobić z dużą ilością wolnego czasu #zostańwdomu. Użył do tego powiadomienia push z aplikacji, aby dotrzeć do dużej liczby użytkowników sklepu.

#zostańwdomu  
#zostańwdomu  
#zostańwdomu

# Akcje promocyjne ratujące zakupy

## walczyć o swój biznes

Przedsiębiorcy starają się na różne sposoby minimalizować skutki sytuacji, w której się znajdujemy. Jedną z możliwości jest przygotowanie specjalnych promocji dla stałych klientów, którymi zachęcimy do zrobienia zakupów pomimo trudnego czasu. Jest to dobra strategia dla e-sklepów, które w czasie ograniczania kontaktów osobistych mogą jeszcze skuteczniej zachęcić konsumentów do bezpiecznych zakupów online. Sklep Szklakom nakłania do pozostania w domu, nadrobienia zaległości książkowych, a przy tym nienachalnie przekazuje indywidualny kod rabatowy na zakupy, dzięki któremu sklep będzie mógł sprawdzić, którzy odbiorcy skorzystali ze specjalnej oferty.

#zostanwdomu i poczytaj książkę.  
A jeśli potrzebujesz soczewek to uzupełnij ich zapas na  
[www.Szklakom.com](http://www.Szklakom.com) z rabatem 13%  
Twój kod: 13KL14

Perfumeria Douglas w e-mailu informuje o zamknięciu sklepów stacjonarnych, ale nie przestaje walczyć o kupujących i przesyła rabat na zakupy online. E-mail umożliwił atrakcyjne przedstawienie produktów i wyróżnienie zniżki.



## Działania odpowiedzialne społecznie – koniecznie o tym powiedz

Jeżeli Twoja firma angażuje się społecznie i w tej trudnej dla wszystkich sytuacji także robi coś dla innych, koniecznie powiedz o tym światu. Marka 4F czynnie wspiera i pomaga osobom dotkniętym koronawirusem, przekazując 20% kwoty uzbieranej z zamówień na leczenie zarażonych osób, a także zaprasza wszystkich do zaangażowania się w akcję. Wysyłając SMS, może być niemal pewna, że każda osoba która otrzyma wiadomość się z nią zapozna.



# Jak urzędy i inne instytucje radzą sobie z aktualną sytuacją?

## Analiza komunikatów SMS.

Zaistniała sytuacja zmusiła także Jednostki Samorządu Terytorialnego oraz instytucje publiczne do podjęcia działań w zakresie masowej komunikacji z mieszkańcami i obywatelami. Ww. podmioty wykorzystują niezawodne krótkie komunikaty tekstowe. Przeanalizowaliśmy jakie treści w SMS-ach wysyłają.

### Urzędy



Grupa najbardziej narażona na powikłania po koronawirusie to Seniorzy. Apelujemy o wsparcie osób starszych, samotnych i chorych w ramach pomocy sąsiedzkiej. W przypadkach wymagających interwencji służb, prosimy o kontakt z GOPS



Panstwowy Powiatowy Inspektor Sanitarny informuje, że aktualizacja informacji na temat występowania zachorowań na koronawirusa w Poznaniu nastąpi 16.03.2020 r.



Zapraszamy usteckich seniorów do korzystania z pomocy przy zrobieniu i dostarczeniu zakupów. Zgłoszenia: CIS: 59 7260604, MOPS: 59 8154390 . Dowóz jest bezpłatny, świadczony w dni robocze. Więcej: [ustka.pl](http://ustka.pl)

### Instytucje

Zachęcamy do korzystania z elektronicznych usług podatkowych i informacji telefonicznej. Złóż swoje zeznanie przez usługę Twój e-PIT lub e-Deklaracje - tylko na [podatki.gov.pl](http://podatki.gov.pl)

Informujemy wszystkich członków związku, że w celu minimalizowania zagrożeń związanych z koronawirusem Prezydium Związku podjęło uchwałę o wydłużeniu terminu na odbiór należnych świadczeń o 3 miesiące. Tak więc od dnia dzisiejszego każdy członek Związku Zawodowego „Jedność” ma 8 miesięcy od dnia zdarzenia uprawniającego do uzyskania świadczenia statutowego na jego odbiór. Uchwała będzie obowiązywać do odwołania. Więcej informacji na naszej stronie internetowej [www.zzjednosc.pl](http://www.zzjednosc.pl) oraz fanpage na Facebook



# W jaki sposób możesz zacząć działać.

## 5 prostych kroków

### 1 Stwórz komunikat, który chciałbyś przekazać



W zależności od tego, który kanał komunikacji wybierzesz pamiętaj o optymalnej liczbie znaków:

#### **SMS:**

160 znaków bez polskich znaków. Użycie polskich znaków skróci tekst do 70 znaków

#### **Mobile Push:**

do 171 znaków – powiadomienia tekstowe

do 51 znaków – powiadomienia tekstowe z grafiką

do 540 znaków – powiadomienia tekstowe z przyciskami akcji; w przypadku grafiki i przycisków akcji, tekst wyświetla się tak samo jak przy samej grafice

#### **E-mail:**

Nieograniczona liczba znaków. Warto jednak pamiętać, że przekaz powinien być treściwy, a dłuższe sekcje z treścią dobrze sformatowane z wykorzystaniem np. punktatorów, które ułatwią czytanie i zapamiętanie kluczowych informacji.

Unikajmy też kreacji tylko z obrazkiem.



### Przygotuj bazę kontaktów do wysyłki

# 2

Nie masz gotowej bazy? Nic nie szkodzi. Z łatwością możesz ją przygotować, korzystając z kontaktów, które zgromadziłeś w CRM, systemie księgowym, z listy kontaktów z zapisami do newslettera czy innego miejsca, w którym przechowywałeś np. dane deklaratywne swoich klientów/użytkowników.

Pamiętaj, że informacje niezbędne do realizacji usługi lub mówiące o zmianach w jej świadczeniu możesz wysłać do wszystkich osób – również tych, które nie wyraziły zgody na wysyłki marketingowe. Przykładem takiej wiadomości może być informacja o zmianie godzin działania infolinii i dostępności

konsultantów czy dodatkowe informacje o zawieszeniu spłaty rat kredytów dla kredytobiorców.

Wiadomości handlowe i marketingowe poprzez SMS i e-mail możemy wysyłać tylko do osób, które wyraziły zgodę na ten typ komunikacji. W przypadku powiadomień mobile push sprawa jest prosta. W momencie instalacji aplikacji użytkownik wyraża zgodę na wysyłanie powiadomień push bez rozróżnienia na charakter komunikatów (tak się dzieje w przypadku systemu operacyjnego iOS) lub domyślnie zgadza się na komunikację mobilną jeśli korzysta z systemu Android.

## 3 Załóż konto na platformie do wysyłek powiadomień

Możesz skorzystać z platformy SerwerSMS.pl (<https://www.serwersms.pl/>) jeśli planujesz wysłać któryś z tych trzech typów komunikatów: E-mail, SMS, Push.

Całą procedurę od założenia konta, przez podpisanie umowy i przygotowanie pierwszej wysyłki możesz sfinalizować w 1 godzinę.

Jeśli do tej pory nie korzystałeś z takich rozwiązań, nie masz o co się martwić. Nasz Dział Obsługi Klienta pomoże Ci wybrać najlepsze rozwiązanie. Skontaktuj się z nami korzystając z numeru: +48 22 211 20 40 SerwerSMS.pl

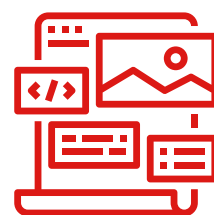
**SerwerSMS.pl**  
System Obsługi Marketingu Mobilnego



SMS

PUSH

EMAIL



## Zaplanuj kampanię 4

W SerwerSMS możesz wybrać, czy chcesz wysłać SMS-y teraz, czy zaplanować w czasie - możesz to dostosować do swoich potrzeb.

Nie masz pomysłu na kreację? Zapoznaj się z przykładami, które zamieściliśmy w poradniku i potraktuj jako inspirację.

## 5 Wyślij wiadomość i bądź w kontakcie

Teraz wystarczy wcisnąć przycisk "Wyślij" i Twoi odbiorcy w ciągu maksymalnie kilku minut otrzymają Twoją wiadomość. Jesteście w kontakcie i żadna ważna informacja już Wam nie umknie.



Szanowni Państwo,

choć pracujemy zdalnie cały czas dla Was działamy i nie zwalnimy tempa. Jesteśmy specjalistami od komunikacji online i właśnie w tym zakresie chcielibyśmy Was wspomóc w tym trudnym dla firm momencie. Na tym znamy się najlepiej.

Jesteśmy do Waszej dyspozycji i z chęcią odpowiemy na Wasze pytania, podzielimy się wiedzą, a także pomożemy stworzyć kampanie informacyjne. Być może macie pomysł jak jeszcze moglibyśmy pomóc i chcielibyście się z nami tym podzielić?

Każdego z nas dotknęła obecna sytuacja, ale nie poddajemy się i życzymy wszystkim dużo wytrwałości i siły.

Z pozdrowieniami  
Zespół SerwerSMS.pl



Angelika Born  
Senior Account Manager

☎ +48 572 571 670

✉ angelika.born@serwersms.pl



Błażej Pawlar  
Account Manager

☎ +48 572 571 676

✉ blazej.pawlar@serwersms.pl

**Serwer** **SMS**.pl<sup>®</sup>  
System Obsługi Marketingu Mobilnego