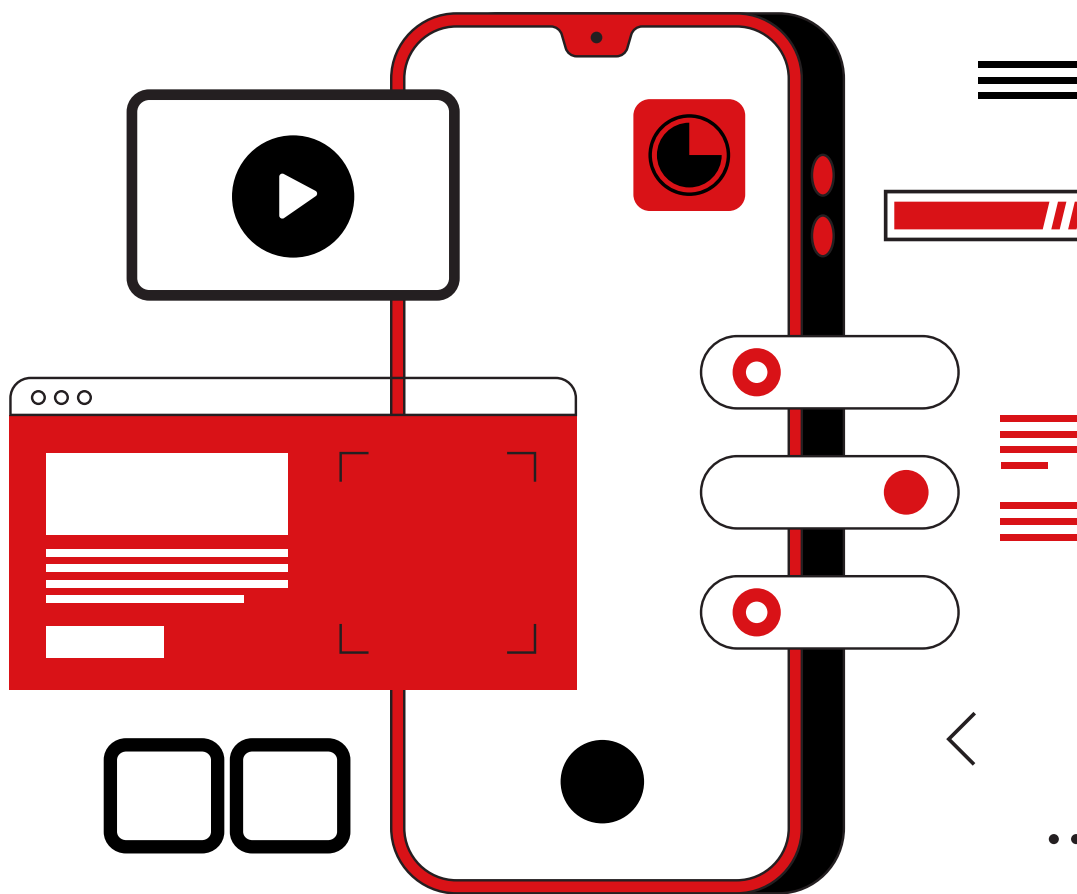


Komunikacja SMS

Dlaczego skuteczni marketerzy nie wyobrażają sobie życia bez SMS-ów?



Spis treści

Wstęp	3
SMS - skuteczne narzędzie w komunikacji z klientem.....	4
Wyniki badań komentują eksperci:	5
Polski konsument SMS-ował, SMS-uje i dalej będzie SMS-ował!	6
Jak Polacy reagują na SMS-y pochodzące od firm i instytucji?	7
Dlaczego SMS-y są atrakcyjne dla biznesu?	9
Masowa komunikacja SMS - co to jest?	11
Jak marketerzy wykorzystują komunikację SMS do realizacji swoich celów biznesowych?.....	12
Jakie jest biznesowe zastosowanie masowej wysyłki SMS?	14
Branże, które najchętniej SMS-ują!	15
E-commerce i handel	15
Wytwarzanie oprogramowania	18
Prawo, finanse oraz branża Lendtech	20
Jak wyglądała ewolucja komunikacji SMS?	23
Perspektywa użytkownika	23
Perspektywa Biznesowa	24
Bezpieczeństwo komunikacji SMS	26
RCS, czyli trendy i nowe narzędzia w komunikacji mobilnej	27
Najważniejsze wnioski	30
Podsumowanie	32

Wstęp

Już niedługo obchodzić będziemy 30-lecie wysłania pierwszej wiadomości SMS. Dokładnie 3 grudnia 1992 r. brytyjski inżynier Neil Papworth z okazji Świąt Bożego Narodzenia wysłał wiadomość o treści „Merry Christmas”, a jej adresatem był Richard Jarvis, dyrektor Vodafone. Od tego czasu wiadomości SMS nieustannie ewoluują, stając się podstawową formą komunikacji, wykorzystywaną zarówno do celów prywatnych, jak i biznesowych.

SMS-y mimo upływu lat i konkurencji (ze strony np. tak chętnie instalowanych na smartfonach komunikatorów) nadal cieszą się ogromną popularnością. Świadczyć o tym mogą dane pochodzące z raportów, które konsekwentnie publikujemy od blisko 10 lat. Z ostatniego badania, które przeprowadziliśmy na przełomie 2019-2020 wynika, że aż 64,8% respondentów wysyła SMS-y na co dzień!

Dlaczego Polacy tak chętnie SMS-ują? Jakie jest nastawienie użytkowników do wiadomości marketingowych? Które branże najbardziej upodobały sobie tę formę komunikacji do osiągnięcia swoich celów biznesowych? Na te oraz wiele innych pytań postaramy się odpowiedzieć w poniższej publikacji. Co istotne, w celu jak najbardziej rzetelnego przedstawienia tematu, SMS-om przyjrzymy się zarówno z perspektywy użytkowników, jak i biznesu.

*Zapraszamy do lektury
Zespół SerwerSMS.pl*

SMS - skuteczne narzędzie w komunikacji z klientem

Nowoczesne technologie stały się nieodłącznym elementem naszego życia. Prawie 90% respondentów badania deklaruje posiadanie smartfona. Dziś ciężko sobie wyobrazić codzienne funkcjonowanie bez smartfona i braku możliwości wysłania, odebrania SMS-a, czy wykorzystania komunikatorów.



Bardzo wielu użytkowników, przy całym spektrum możliwości, jakie daje smartfon, jednak cały czas deklaruje, że codziennie korzysta z komunikacji SMS. To pokazuje, że krótkie wiadomości tekstowe są wygodnym narzędziem do wymiany informacji choćby z urzędami i instytucjami.

Z zalet krótkich wiadomości tekstowych korzysta także biznes. SMS-y są dziś ważnym nośnikiem informacji marketingowej i sprzedażowej. Są to przede wszystkim powiadomienia automatyczne po określonym zdarzeniu np. zakupie jakiegoś produktu w sklepie. Jedno jest pewne, skala wykorzystania SMS-ów w biznesie jest z roku na rok większa.

Daniel Zawiliński

MANAGING DIRECTOR, SERWERSMS

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.

Wyniki badań komentują eksperci:



Paweł Tkaczyk

Blogger
paweltkaczyk.com



Daniel Zawiliński

Managing Director
SerwerSMS



Wojciech Bizub

Founder & CEO
WBIZNES



Tomasz Szmaciński

CTO
SerwerSMS



Paweł Skrzypczak

Sales Director
IDEA commerce S.A



Artur Pajkert

Head of Marketing
cyber_Folks S.A.



Magdalena Grabowska

CEO
Fincapital sp. z o.o.



Tomasz Popielarczyk

Editor-in-chief
Antyweb.pl



Katarzyna Garbaciak

Managing Director
Emailabs



Dawid Mędrek

Co-founder & CEO
PushPushGo



Michał Dąbrowski

Head of Marketing
Vercom S.A.



Błażej Pawlar

Partnership & Marketing
Manager
SerwerSMS



Tomasz Wawrzynow

CEO & Co-Founder
Spartavity



Joanna Bojarojć

Marketing Manager
Appchance



Jak często korzystasz z SMS-ów?



Polski konsument SMS-ował, SMS-uje i dalej będzie SMS-ował!

O popularności SMS-ów nie trzeba nikogo przekonywać. Tak jak wspominaliśmy na samym wstępie, potwierdzić to mogą badania przeprowadzone na przełomie 2019 i 2020 roku, z których wynika, że aż **64,8% respondentów wysyła SMS-y na co dzień**. Analizując sytuację, należy wziąć pod uwagę fakt, że 80% uczestników badania deklaruje, że na swoich smartfonach ma zainstalowane komunikatory. Co z pozostałymi 20%? Okazuje się, że jedynym sposobem dotarcia do tej drugiej grupy są SMS-y.

Omawiając przyzwyczajenia Polaków, warto bliżej przyjrzeć się powodom, dla których tak często korzystają z SMS-ów. Okazuje się,



64,8%

konsumentów wysyła SMS-y codziennie

Komunikacja SMS

dlaczego skuteczni marketerzy nie wyobrażają sobie życia bez SMS-ów?

Za co użytkownicy cenią SMS-y?

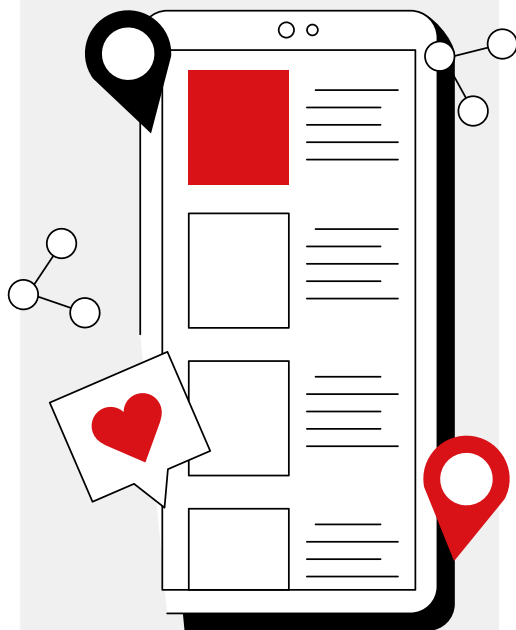
50% są szybkie

48% są tanie

42% są niezawodne

41% łatwe w dostępie

41% proste w użyciu



że użytkownicy doceniają przede wszystkim szybkość (50,5%), niski koszt (48,6%) oraz niezawodność w ich dostarczaniu (42,5%). Na kolejnych miejscach znalazły się: łatwy dostęp (41,4%), prostota korzystania (41,0%) oraz szeroki zasięg usługi, bez konieczności dostępu do Internetu (38,3%).

Jak Polacy reagują na SMS-y pochodzące od firm i instytucji?

Stosunek Polaków do SMS-ów jest na wskroś pozytywny. Ankietowani zapytani o praktyczne zastosowanie SMS-ów (pomijając korespondencję prywatną) jako najbardziej przydatne w codziennym życiu wskazywali powiadomienia np. o statusie przesyłki (71%). Nieco niżej uplasowały się przypomnienia (62%) oraz informacje od instytucji, oraz urzędów (50,2%) i realizacje o płatności (27,4%). Co istotne z perspektywy firm, prawie co czwarty (23,3%) uczestnik badania twierdzi, że informacje o usługach są bardzo praktyczne, a co piąty (19,8 %) wskazuje za takowe informacje o rabatach i promocjach.

Zatrzymując się na ofertach handlowych, okazuje się, że nastawienie do nich Polaków jest bardzo przyjazne. **Kiedy ankietowani zostali zapytani, czy nadal chcą otrzymywać informacje handlowe, aż 82 proc. odpowiedziało twierdząco.** Ten wyniki robi jeszcze większe wrażenie, jeżeli zestawimy go z poprzednim badaniem z lat 2016-2017 - wtedy jedynie 69% respondentów wyraziło taką chęć. Należy także zauważyć, że jednocześnie zwiększyła się liczba osób, które otrzymują powiadomienia - **aż 87,1 proc. użytkowników smartfonów deklaruje, że dostaje wiadomości o ofertach lub rabatach oferowanych.**



87,1%

użytkowników smartfonów
dostaje wiadomości o ofertach lub
rabatach ofertowych

A jakiego typu treści od sklepów i firm są atrakcyjne dla użytkowników? Z badania wynika, że Polacy najbardziej cenią informacje o promocjach i rabatach (77,6%). Na kolejnych miejscach z wynikiem 58,6 % znalazły się wiadomości o statusie zamówienia oraz różnego rodzaju przypomnienia. Z kolei 37,1% ankietowanych wskazuje nowości ofertowe, a 23,5% informacje o godzinach otwarcia sklepu lub firmy.

Za dopełnienie pozytywnego nastawienia Polaków wobec SMS-ów oraz ich skuteczności mogą posłużyć także deklaracje dotyczące odwiedzin sklepu. **Aż 84,2 % po otrzymaniu wiadomości SMS jest skłonna sprawdzić ofertę w sklepie online.** Z kolei w przypadku sklepów stacjonarnych ten odsetek wynosi 83,2 %. W tym kontekście należy wspomnieć, że 40 % ankietowanych jest zainteresowana wiadomościami dotyczącymi szeroko pojętej branży spożywczej.



84,2%

użytkowników po otrzymaniu oferty SMS-em sprawdza ją online



83,2%

użytkowników po otrzymaniu SMS-em oferty odwiedza sklep stacjonarny

Dlaczego SMS-y są atrakcyjne dla biznesu?

Jest to szybki, tani oraz bezpieczny sposób na dotarcie do klientów z komunikatem. Wysyłając SMS, mamy pewność, że wiadomość nie trafi do spamu. Każdy użytkownik posiada preinstalowaną skrzynkę do obierania SMS-ów, która domyślnie ma ustawione powiadomienia dźwiękowe - z kolei komunikatory czy aplikacje instalowane ze sklepu Google Play czy App Store wymagają udzielenia osobnego pozwolenia w systemie na pokazywanie wiadomości typu Push.

Ograniczona ilość znaków wbrew pozorom pozwala się wyróżnić na tle innych (często bardzo rozbudowanych) komunikatów - w dobie zalewu informacji chętniej sięgamy po informacje. Dużym atutem - co zauważają również sami użytkownicy- jest fakt, że wiadomość dociera do użytkowników, nawet jeśli nie mają połączenia z internetem. Nic więc dziwnego, że

aż **93 % badanych uznaje marketing SMS za skuteczne narzędzie wspierające sprzedaż**, co jest najlepszym wynikiem odkąd publikowane są raporty: w 2013 wynik ten wynosił 91,4 %, a w 2016/17 - 91, %.

Wysyłając SMS, mamy pewność, że wiadomość nie trafi do spamu.

Ponad 60% badanych twierdzi, że wysyła SMS-y codziennie. SMS stał się szybką, a zarazem wygodną formą komunikacji jednokierunkowej. Ponad 60% ankietowanych przyznaje, że w ostatnim czasie otrzymało wiadomość, której autorem była instytucja publiczna (64,3% to urzędy państwowe i 45,6% szpitale i przychodnie). Wiadac jednoznacznie, że biznes, a także instytucje publiczne wykorzystują krótkie wiadomości tekstowe do szybkiego informowania o pewnych zdarzeniach czy ofertach.



Paweł Tkaczyk

BLOGGER, PAWELTKACZYK.COM

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.

Komunikacja SMS

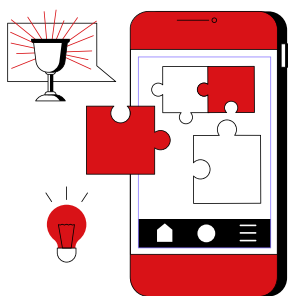
dlaczego skuteczni marketerzy nie wyobrażają sobie życia bez SMS-ów?

Masowa komunikacja SMS - co to jest?

Masowa wysyłka SMS w zautomatyzowany sposób pozwala dotrzeć z komunikatem do szerokiej grupy odbiorców. Do najbardziej popularnych typów wiadomości należą informacje o promocjach, powiadomienia, przypomnienia, status zakupów i płatności, dedykowane oferty dla klientów.

By korzystać z masowej wysyłki, niezbędna jest (najlepiej regularnie aktualizowana i grupowana) baza kontaktów [...]

Narzędzie równie chętnie wykorzystywane jest przez instytucje państwowe - informacje o gotowych dokumentach do odbioru (dowód osobisty, prawo jazdy) czy Alerty RCB zapewniają - nieporównywalną z innymi rozwiązaniami - szybkość dostarczenia oraz niezawodność.



93%

firm biorących udział w badaniu
uznaje marketing SMS za skutecz-
ne narzędzie wspierające sprzedaż

By korzystać z masowej wysyłki, niezbędna jest (najlepiej regularnie aktualizowana i grupowana) baza kontaktów - jedynie odpowiednia personalizacja zapewnia, że wysłany komunikat będzie miał szansę “trafić na podatny grunt”, co przekładać się będzie na wysoki współczynnik konwersji.

Komunikacja SMS

dlaczego skuteczni marketerzy nie wyobrażają
sobie życia bez SMS-ów?

Jak marketerzy wykorzystują komunikację SMS do realizacji swoich celów biznesowych?

Biznesowy potencjał masowej wysyłki jest ogromny. Doskonale wiedzą o tym marketerzy, którzy wykorzystują to narzędzie w różnoraki sposób jako element strategii marketingowej. Ze względu na bardzo wysoki wskaźnik otwieralności SMS-y idealnie spełniają się w roli uzupełnienia prowadzonych działań.

[...] z roku na rok zwiększa się grupa firm, które traktują masową wysyłkę SMS jako narzędzie, dzięki któremu realizują swoje plany sprzedażowe.

Taka forma komunikacji jako wsparcie wcześniej zrealizowanej kampanii może zawierać link do oferty lub kod rabatowy zachęcający do zakupu. Szczególnie widać to po działaniach typu omnichannel i zwiększeniu skuteczności procesu lead nurturing, co jest związane z dużą szybkością potwierdzeń zgłoszenia formularzowego.

SMS-y stały się stałym elementem strategii marketingowej firm z różnych branż. Klienci traktują je bardzo osobiście, przez co są bardzo skuteczne. Trend jest wyraźny - firmy wysyłają SMS-ów coraz więcej. Bardzo dobrze sprawdzają się w przypadku notyfikacji połączonych z jakimś komunikatem marketingowym.



Błażej Pawlar

PARTNERSHIP & MARKETING MANAGER, SERWERSMS

Od lat związany ze sprzedażą, marketingiem i obsługą klienta w aplikacjach SaaS i CPaaS. W 2018 roku dołączył do SerwerSMS.pl. zaangażowany w takie działania, jak: współpraca z partnerami biznesowymi, sprzedaż i rozwój produktów oraz prowadzenie mediów społecznościowych. Prywatnie miłośnik czytania książek oraz słuchania podcastów podczas długich spacerów.

Komunikacja SMS

dlaczego skuteczni marketerzy nie wyobrażają sobie życia bez SMS-ów?

Rzeczona szybkość wykorzystywana jest także w przypadku różnego rodzaju eventów. SMS-y doskonale się nadają do wysyłania przypomnień przed lub w trakcie ich trwania, dzięki czemu możemy znacznie zwiększyć frekwencję oraz zaangażowanie uczestników.

Nie mniejsze osiągnięcia SMS-y mają na polu tzw. guerilla marketingu, który zakłada niestandardowe podejście do kampanii promocyjnych. Przy użyciu SMS-ów możemy zachęcić klientów do aktywnego uczestnictwa w różnego rodzaju akcjach.

Wszystko to sprawia, że dzięki multizadaniowości SMS-y wykorzystuje się do wsparcia sprzedaży w formie online oraz offline. Nic więc dziwnego, że z roku na rok zwiększa się grupa firm, które traktują masową wysyłkę SMS jako narzędzie, dzięki któremu realizują swoje plany sprzedażowe.

Zmienia się także sam sposób wykorzystania SMS-ów - z biegiem lat zwiększa się liczba firm, które stosują kilka narzędzi równocześnie - są to tzw. działania multichannel, a czasem także omnichannel. Na przestrzeni ostatnich lat zauważamy także mniejszy udział SMS-ów Premium - w 2013 odsetek ten wynosił 13,7% firm, z kolei w 2019/2020 roku 1,7 % firm deklaroowało wykorzystanie tego rozwiązania.

Oczekiwania kupujących online nieustannie rosną, a wraz z nimi potrzeby naszych klientów. SMS-y odgrywają także ważną rolę w przypadku integracji z innymi programami i platformami. Można śmiało powiedzieć, że krótkie wiadomości tekstowe to skuteczne i uniwersalne narzędzie wspierające sprzedaż.



Paweł Skrzypczak

SALES DIRECTOR, IDEA COMMERCE S.A

Ma 12 letnie doświadczenie w świecie e-commerce, ze szczególnym zamiłowaniem do technologii open source i modelu SaaS. Jego pasja to motoryzacja, podróże i sporty motorowodne.

Komunikacja SMS

dlaczego skuteczni marketerzy nie wyobrażają sobie życia bez SMS-ów?

Jakie jest biznesowe zastosowanie masowej wysyłki SMS?



Marketing

(programy lojalnościowe, promocje, powiadomienie o pojawieniu się produktu, cross-selling, up-selling, promocja produktów komplementarnych do wcześniejszego zakupu)



Zarządzanie grupą osób lub imprezami masowymi, powiadomienia o wydarzeniach i spotkaniach.



Monitoring stron WWW, serwerów, urządzeń, samochodów, budynków itp.



Proste ankiety, zbieranie feedbacku od klientów, badanie satysfakcji typu NPS



Ratowanie porzuconych koszyków



informacje bankowe o przelewach, operacjach na koncie



Powiadomienia o zdarzeniach w systemach/CRM



kody jednorazowe do autoryzacji np. przy rejestracji w aplikacji



Wysyłka powiadomień, np. status przesyłki



Podtrzymywanie relacji z klientem

Mówi się, że 85% osób zaraz po otrzymaniu SMS z ofertą chce odwiedzić sklep online, a 83% - sklep tradycyjny. To nic dziwnego, bo SMS pozostaje kanałem, który jest dziś stosunkowo mało zatłoczony i łatwiej nim zdobyć uwagę odbiorcy. Sygnał w telefonie wciąż skutecznie kieruje naszą uwagę na ekran wyświetlacza.



Artur Pajkert

HEAD OF MARKETING, CYBER_FOLKS S.A.

Od 2001 roku zajmuję się marketingiem cyfrowym, wykładowca akademicki, autor branżowych publikacji, prelegent konferencji marketingowych. W wolnych chwilach fotografuje i biega.

Komunikacja SMS

dlaczego skuteczni marketerzy nie wyobrażają sobie życia bez SMS-ów?

Branże, które najchętniej SMS-ują!



E-commerce i handel

SMS-y dla branży e-commerce stanowią podstawowe narzędzie, bez którego ciężko wyobrazić sobie funkcjonowanie podmiotów zajmujących się sprzedażą online. Dlaczego? Najogólniej mówiąc, dają one komfort, szybkość działania i błyskawiczną interakcję, czyli wszystko to, co jest obecnie bardzo cenione przez klientów.

Autoryzacje i uwierzytelnienia

SMS-y równie chętnie wykorzystywane są do potwierdzania, autoryzacji, uwierzytelnienia transakcji i innych operacji wykonywanych w serwisie. Efekt? Dzięki dwukierunkowej komunikacji SMS wspomaga, przyspiesza oraz zwiększa bezpieczeństwo korzystania z każdej oferty.

SMS-y są podstawowym elementem uwierzytelniania dwuskładnikowego wykorzystywanego przez banki i fintechy

Powiadomienia SMS

Kolejną podstawową formą wykorzystania SMS-ów w e-commerce są powiadomienia SMS, które znacznie usprawniają proces realizacji zamówienia. SMS-owe powiadomienia pozwalają szybko i łatwo powiadomić klientów o statusie zamówienia, powiadomić o godzinie wizyty kuriera i przekazać wszelkie inne wiadomości, które niezbędne są do sprawnego dostarczenia przesyłki.

SMS jako narzędzie do skutecznej komunikacji marketingowej i transakcyjnej od lat znajduje zastosowanie w zasadzie w każdej gałęzi gospodarki. Z krótkich wiadomości tekstowych korzystają firmy z branż takich jak: e-commerce, fintech, retail czy public. Z komunikacji SMS korzystają banki, przysyłając kody aktywujące operacje na koncie, firmy kurierskie i pocztowe. Sklepy internetowe do powiadamiania o statusie transakcji, nowej kolekcji czy planowanej akcji rabatowej, restauracje do informowania o statusie zamówienia czy rezerwacji. Na przestrzeni lat widzimy również jak ten ruch SMSowy się zmieniał, kiedyś w znacznym stopniu był marketingowy, aktualnie już blisko 80 proc. ruchu, który generują, to transakcje i powiadomienia.



Michał Dąbrowski

HEAD OF MARKETING, VERCOM S.A.

Od 2011 związany z marketingiem, komunikacją i technologiami. W swojej pracy ogromny nacisk kładzie na synergię pomiędzy działami marketingu i sprzedaży oraz holistyczne podejście do prowadzonych działań. Współtworzył jeden z największych w Polsce serwisów o fintechu, realizował kampanie dla start-upów, banków, SaaS-ów oraz insuretechów. Od 2021 roku zawodowo związany z Vercom S.A. - globalnym dostawcą usług CPaaS (Communication-Platform-as-a-Service).

Komunikacja SMS

dlaczego skuteczni marketerzy nie wyobrażają sobie życia bez SMS-ów?

SMS-owa lojalność

Aktualne badania dowodzą, że praktycznie każdy wysłany SMS jest przeczytany przez odbiorcę w całości, i to przeważnie w ciągu kilku minut od wysłania. Oznacza to, że krótki, ale treściwy SMS może stać się impulsem do kolejnych zakupów, sprawiając jednocześnie, że jest to świetne narzędzie do utrzymywania relacji z klientem.

Firmy chętnie sięgają po budowanie lojalności poprzez newslettery, życzenia świąteczne, karty stałego klienta, dlatego że zdecydowanie łatwiej jest utrzymać przy sobie dotychczasowego klienta niż pozyskać nowego. W przypadku SMS-ów najlepiej sprawdzają się informacje o promocjach, wyprzedażach czy subtelna informacja w formie życzeń. Bardzo dobrze sprawdza się także segmentacja bazy użytkowników. Dzięki posiadaniu numeru telefonu można skierować do nich dedykowany komunikat, który zostanie wysłany w optymalnym czasie.

SMS-y są ważnym elementem strategii marketingowej programów lojalnościowych. Dobrze sprawdzają się także w przypadku segmentacji baz użytkowników. Dzięki posiadaniu numeru telefonu, można skierować do nich dedykowany komunikat, który zostanie wysłany w optymalnym czasie.



Tomasz Wawrzynow

CEO & CO-FOUNDER, SPARTAVITY

Ukończył studia informatyczne na UJ. Pracował dziesięć lat w dużej firmie IT na wielu różnych stanowiskach - od programisty poprzez analityka, PM, dyrektora produkcji aż po członka zarządu jednej ze spółek grupy kapitałowej. Realizował projekty w Polsce, jak i za granicą. Od dwudziestu lat specjalizuje się w systemach lojalnościowych i w marketingu relacji. Dziś jest prezesem i współzałożycielem firmy Spartavity, która opracowała system Sparta Loyalty Platform – platformę marketingową, pozwalającą stworzyć zautomatyzowany ekosystem służący do budowy i zarządzania relacjami z klientami. W Polsce ze Sparta Loyalty Platform korzystają między innymi: New Balance, Lotos, Brijun, Szachownica czy Bytom.

Komunikacja SMS

dlaczego skuteczni marketerzy nie wyobrażają sobie życia bez SMS-ów?



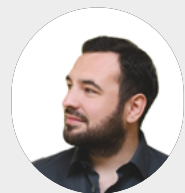
Wytwarzanie oprogramowania

Software house'y i inne podmioty zajmujące się wytwarzaniem oprogramowania na desktopy jak i systemy mobilne w coraz większym stopniu kładą nacisk na komunikację mobilną. W efekcie użytkownicy zyskują większy komfort korzystania z aplikacji, a producentom pozwala to osiągnąć większą konkurencyjność.

SMS-owe korzystanie z aplikacji

Producenci oprogramowania coraz częściej sięgają po SMS-y, które umożliwiają użytkownikom dostęp do aplikacji. Rozwiązanie to idealnie sprawdza się w przypadku, kiedy osoba korzystająca nie posiada dostępu do Internetu. W praktyce wygląda to w następujący sposób: użytkownik aplikacji na podany numer wysyła SMS o zdefiniowanej treści. Następnie system przekazuje komendy do aplikacji, a taka operacja może się zakończyć odesłaniem do użytkownika np. wiadomości z raportem o stanie wykonania zadania.

SMS-y pełnią ważną rolę w komunikacji firma - klient. Chętnie wykorzystują je np. kurierzy i Poczta Polska - w tym wypadku krótkie wiadomości tekstowe sprawdzają się znakomicie. Znakomicie, ponieważ są szybko odczytywane przez użytkowników na swoim smartfonie.



Tomasz Popielarczyk

EDITOR-IN-CHIEF, ANTYWEB.PL

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

Komunikacja SMS

dlaczego skuteczni marketerzy nie wyobrażają sobie życia bez SMS-ów?

SMS-owa autoryzacja i uwierzytelnianie

Z uwagi na to, że użytkownicy coraz baczniej przyglądają się kwestiom związanym z bezpieczeństwem, twórcy aplikacji oferują weryfikację dwuskładnikową (2FA). Użytkownik podczas logowania, obok wpisania loginu i hasła, wykorzystuje dodatkowy kanał weryfikacji tożsamości. Efekt? Znacznie mniejsza szansa, że ktoś zyska nieautoryzowany dostęp do danych zasobów.

SMS-y są podstawowym elementem 2FA wykorzystywanym np. przez systemy bankowości. Tak wysoki poziom bezpieczeństwa związany jest z faktem, że użytkownik, by uzyskać dostęp do danej aplikacji, musi wprowadzić kod, który zostanie dostarczony zupełnie innym kanałem komunikacji.

Wysyłanie wiadomości SMS z poziomu aplikacji i przez aplikację

Twórcy aplikacji bardzo chętnie integrują także możliwość automatycznej wysyłki SMS-ów z poziomu aplikacji. Mechanizm ten wykorzystywany jest przede wszystkim w wysyłaniu do klientów informacji SMS, którymi zarządza aplikacja, wliczając w to: przypomnienia o płatności, informacje o nowej ofercie, życzenia itd.

Integracja SMS z innymi narzędziami, aplikacjami i softami staje się coraz bardziej powszechna. Synergia komunikacji push i SMS oraz umiejętne jej wdrożenie, może przynieść realizację założonych celów marketingowych i sprzedażowych. Kanał SMS może skutecznie realizować kampanie marketingowe, jeśli zostanie wdrożony na odpowiednim poziomie lejka sprzedażowego.



Joanna Bojarój

MARKETING MANAGER, APPCHANCE

Od ponad 12 lat związana z marketingiem i sprzedażą. Od dwóch lat związana z software house Appchance Group Sp. z o.o. tworzącego aplikacje mobilne dla branży retail, a także z marką Center.ai - narzędzia zwiększającego widoczność wizytówek w Mapach Google. W obu markach odpowiada za działania marketingowe i wspierające sprzedaż. Prywatnie mama, biegaczka, malarka i pasjonatka off-road.

Komunikacja SMS

dlaczego skuteczni marketerzy nie wyobrażają sobie życia bez SMS-ów?



Prawo, finanse oraz branża Lendtech

SMS-y mogą znacznie usprawnić proces obsługi klientów w zakresie usług prawnych i finansowych, zwiększając komfort obsługi klientów oraz podnosząc poziom satysfakcji, co wyraźnie widać na przykładach kancelarii czy agentów ubezpieczeniowych.

Przypomnienia SMS o spotkaniu

Kancelarie, ale też wszystkie inne firmy zajmujące się usługami polegającymi na odnawialnych spotkaniach na co dzień muszą mierzyć się z problem tzw. pustych okienek. Dlaczego się tak dzieje? Klienci po prostu zapominają o umówionych wizytach, co wiąże się z realnymi stratami finansowymi dla podmiotów świadczących usługi doradcze. Najlepszym sposobem, by temu zaradzić, jest SMS z przypomnieniem. Potwierdzają to także liczby - zgodnie z deklaracjami SerwerSMS.pl. użytkownicy usługi deklarują, że korzystanie z SMS-owych przypomnień zwiększyło liczbę zrealizowanych spotkań o 40-50%.

SMS-y sprawdzają się idealnie w przypadku przypomnienia o jakimś ważnym wydarzeniu. Praktycznie zawsze mamy pod ręką smartfon, a otrzymane wiadomości odczytujemy w zasadzie ekspresowo. To właśnie czyni SMS-y tak skutecznym kanałem dotarcia z informacją.



Katarzyna Garbaciak

MANAGING DIRECTOR, EMAILLABS

Od 2010 roku aktywnie związana z nowymi technologiami i branżą IT. W Vercom S.A., który jest liderem rynku CPaaS w tej części Europy, odpowiada za rozwój usługi EmailLabs. Wspiera najbardziej świadomych nadawców w optymalizacji dostarczalności i bezpieczeństwa e-maili transakcyjnych i marketingowych. Prywatnie miłośniczka Bałkanów i mama Leona.

Komunikacja SMS

dlaczego skuteczni marketerzy nie wyobrażają sobie życia bez SMS-ów?



Windykacja SMS

SMS-y doskonale nadają się także do wysyłki informacji o zaległych płatnościach. Firmy korzystające z tej formy windykacji zauważają, że jest ona skuteczna szczególnie w przypadku początkowego etapu, kiedy termin opóźnienia w płatnościach wynosi od kilku do kilkunastu dni. Jest to związane z faktem, że brak płatności nie wynika ze złej woli użytkownika, a raczej słabej pamięci. W takiej sytuacji należy jedynie wysłać przypomnienie, co jest zdecydowanie najbardziej efektywnym kosztowo sposobem windykacji.

SMS-y w branży pożyczkowej są ważnym narzędziem w komunikacji z klientem i potencjalnym klientem. Zaletami krótkich wiadomości tekstowych są na pewno: szybkość dotarcia z informacją, wysoka konwersja i zadowolenie użytkowników z takiej formy przekazywania ofert i ważnych informacji.



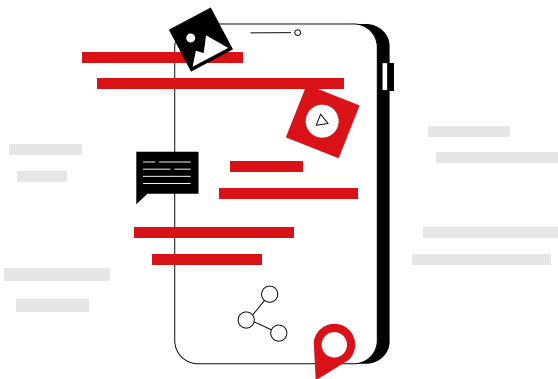
Magdalena Grabowska

CEO, FINCAPITAL SP. Z O.O.

Menadżer z bogatym doświadczeniem zawodowym zdobytym w takich firmach jak: KPMG i Deloitte. Z branżą lendtech związana od 2015 roku, kiedy przejęła zarządzanie spółką MiniCredit. Od 2017 roku zarządza z sukcesem wiodącymi na polskim rynku brandami pożyczkowymi Kuki.pl, Finbo i Oros.pl.

Komunikacja SMS

dlaczego skuteczni marketerzy nie wyobrażają sobie życia bez SMS-ów?



Notyfikacje SMS

Kancelarie adwokackie, zajmując się wieloma sprawami jednocześnie, muszą sprawnie zarządzać przepływem informacji. Klienci oczekują częstych aktualizacji statusu ich spraw, wliczając w to np. że sprawa została umorzona, trafiła na wokandę lub został wydany wyrok. Jak pokazuje doświadczenie wielu instytucji, najlepszym sposobem w przypadku drobnych spraw jest przesłanie informacji drogą SMS-ową, ale także wtedy, kiedy do klienta po prostu trudno się dozwonić.

SMS-y to bardzo przydatne narzędzie w komunikacji z użytkownikami. Warto natomiast, pomyśleć o wykorzystaniu w swojej strategii marketingowej także innych kanałów komunikacji. Krótkie wiadomości tekstowe sprawdzają się świetnie w połączeniu np. z powiadomieniami push. Włączenie tych dwóch narzędzi w działania sprzedażowo-marketingowych zwiększa możliwości sprzedaży produktów i usług.



Dawid Mędrek

CO-FOUNDER & CEO, PUSH PUSH GO

Od początku swojej pracy zawodowej związany z nowoczesnymi kanałami marketingu internetowego. Prywatnie wielbiciel wspinaczek górskich.

Komunikacja SMS

dlaczego skuteczni marketerzy nie wyobrażają sobie życia bez SMS-ów?

Jak wyglądała ewolucja komunikacji SMS?

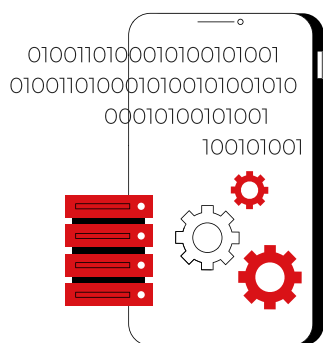
Perspektywa użytkownika

Kiedy zaczynaliśmy analizować rynek, jego struktura wyglądała zupełnie inaczej. Niewielki, bo zaledwie 33-procentowy udział, smartfonów, sprawiał, że podstawowym kanałem komunikacji były SMS-y. Popularyzacja systemów mobilnych takich jak Android czy iOS w krótkim czasie zmieniła sytuację, bo użytkownicy zaczęli równolegle korzystać z komunikatorów.

Z naszych badań wynika, że obecnie aż **88,2% respondentów deklaruje posiadanie smartfona**, z czego 80 proc. posiada zainstalowany komunikator. Jak się okazuje, znacząco nie wpłynęło na ich popularność. W 2013 roku 68,6 proc. badanych deklaroowało, że codziennie wysyła SMS-y podczas gdy w 2020 roku było ich 64,8%, czyli spadek wyniósł mniej niż 2%!

W 2013 roku 81,2% z nich stwierdziło, że SMS-y z ofertą promocyjną skłoniłyby ich do odwiedzenia strony internetowej sklepu lub punktu usługowego. Podobny odsetek (80,4%) deklarował, że taki SMS mógłby skłonić do wizyty sklepu w celu bliższego zapoznania się z ofertą. Z kolei w 2020 roku ta liczba zwiększyła się do 84,2% w przypadku sklepu internetowego oraz 83% do sklepu stacjonarnego.

Potencjał SMS-ów znacznie chętniej zaczęły wykorzystywać instytucje publiczne. W 2013 roku jedynie 21,3% respondentów odpowiedziało, że otrzymało w ciągu 12 poprzednich miesięcy wiadomość. Z kolei w 2019 roku **64,1 % ankietowanych przyznało, że w ostatnim roku kalendarzowym**



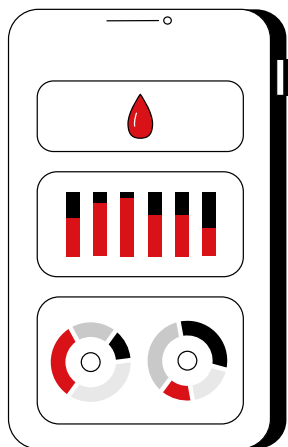
88,2%

respondentów deklaruje posiadanie smartfona

otrzymało wiadomość, której autorem była instytucja publiczna (64,3% to urzędy państwowe i 45,6% szpitale i przychodnie).

Perspektywa Biznesowa

Biznes nie pozostał obojętny na zmiany zachowania użytkowników i z dzisiejszej perspektywy widzimy długofalowe trendy, które tylko dowodzą, że SMS-y są coraz bardziej poważane przez przedsiębiorców. Obecnie ponad połowa ankietowanych deklaruje korzystanie z takich usług, natomiast w 2013 roku odsetek ten był wyraźnie mniejszy.



86%

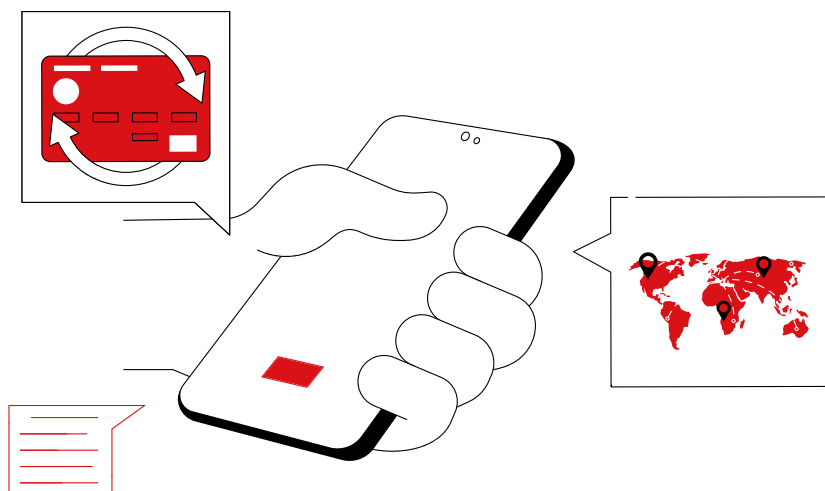
respondentów deklaruje wykorzystywanie SMS-ów jako działań uzupełniających sprzedaż

Na przestrzeni lat zmieniła się także sama rola wykorzystywania komunikacji SMS. Kiedy w 2013 roku badaliśmy firmy, co czwarta z nich przyznała się, że kampanie SMS wypróbowwała po raz pierwszy i traktują to narzędzie jako nowość, 62,4% z nich deklarowało, że pełnią rolę uzupełniającą, z kolei dla 11,2% był to główny sposób marketingu sprzedażowego. **Teraz 86% respondentów deklaruje wykorzystywanie SMS-ów jako działań uzupełniających sprzedaż**, a tylko nieco ponad

5% przedsiębiorstw stosuje krótkie wiadomości jako główne narzędzie marketingu sprzedażowego.

Oceniając wartość SMS-ów, należy jednocześnie przytoczyć współczynnik konwersji, który dla wielu przedsiębiorstw jest kluczowym wskaźnikiem. Kiedy badaliśmy firmy w 2013 roku konwersję sprzedażową powyżej 30% zadeklarowało 58,9% firm. Z kolei po upływie 7 lat 90,2 % pozytywnie ocenia konwersję - firmy oceniają rezultaty w stopniu bardzo dobrym (29,3%),

dobrym (32,8%) i satysfakcjonującym (29,3%). Na przestrzeni lat zwiększyła się także gotowość firm do korzystania z komunikacji SMS: w 2013 roku odsetek ten wynosił 86 % natomiast obecnie aż 90 % przedsiębiorców rozważa taką opcję!



Z jednej strony nikt nie chce otrzymywać większej liczby przypomnień, z drugiej strony praktyka pokazuje, że SMS-y są najszybszym, niezawodnym i dobrze odbieranym nośnikiem informacji. Warto dbać o własną bazę kontaktów, o jej higienę oraz jej stałą aktualizację. Trzeba to wyraźnie zaznaczyć, że baza numerów telefonów do klientów i potencjalnych klientów to często największy zasób firm.



Wojciech Bizub

FOUNDER & CEO, WBIZNES

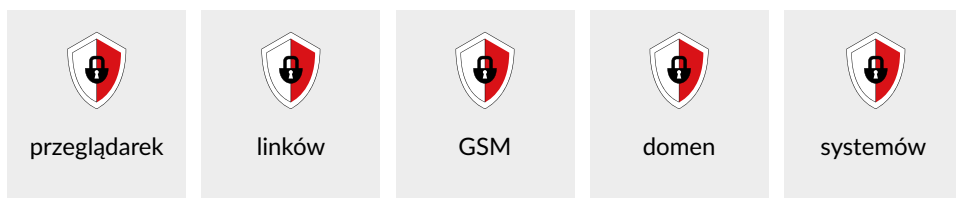
Copywriter i założyciel skoncentrowanej na rezultatach agencji WBIZNES. Twierdzi, że marketing to prosty schemat, który po oparciu na liczbach prowadzi do rekordowych wyników.

Komunikacja SMS

dlaczego skuteczni marketerzy nie wyobrażają sobie życia bez SMS-ów?

Bezpieczeństwo komunikacji SMS

Z rozmów prowadzonych z klientami wynika jasno, że w SerwerSMS cenią sobie przede wszystkim szeroko rozumiane bezpieczeństwo komunikacji, łatwość integracji, ale także łatwość obsługi systemu oraz szybkość doręczenia wiadomości do użytkownika końcowego. Stale pracujemy nad tym, aby nasz system był bardziej przyjazny klientowi, a dane użytkowników były chronione. Nasz użytkownik jest chroniony na 5 poziomach:



Dzisiaj jesteśmy w stanie przeciwdziałać różnego rodzaju nadużyciom, a dzięki dwumodułowemu systemowi naszego najnowszego narzędzia skutecznie informujemy, podmioty bezpośrednio zainteresowane i korzystające z Tarczy.

Dzięki Tarczy 360 zatrzymujemy miesięcznie setki ataków i chronimy 2 mln użytkowników telefonów komórkowych. Wysyłamy około 200 alertów i raportów do partnerów całego ekosystemu bezpieczeństwa.

W kolejnych latach będziemy intensywnie pracowali nad tym, by kolejne firmy i instytucje dołączyły do współpracy z nami i dalej rozwijały nasz autorski algorytm, dbając o to, by ten kanał komunikacji był bardziej bezpieczny.

Partnerzy bezpiecznej komunikacji



Komunikacja SMS

dlaczego skuteczni marketerzy nie wyobrażają
sobie życia bez SMS-ów?

Kwestia bezpieczeństwa, to dla nas sprawa priorytetowa. Od lat skutecznie walczymy z nadużyciami, a dzięki Tarczy jesteśmy w stanie wyeliminować praktycznie wszystkie niebezpieczne komunikaty wysyłane w krótkich wiadomościach tekstowych. Dzięki współpracy z renomowanymi markami i znanymi instytucjami stworzony został ekosystem Tarczy, który jest rozwijany cały czas.



Tomasz Szmaciński

CTO, SERWERSMS

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.

RCS, czyli trendy i nowe narzędzia w komunikacji mobilnej

Standard RCS, nazywany jest często SMS-em 2.0, co nie oznacza, że ma zastąpić krótkie wiadomości tekstowe. Wszystko wskazuje na to, że raczej będzie jego idealnym uzupełnieniem i narzędziem nowej generacji. RCS wprowadza między innymi szereg funkcji znanych z komunikatorów internetowych:



Aktywne slajdery i grafiki



Możliwość wysłania plików wideo



zaawansowana analiza skuteczności kampanii



pełna informacja o brandzie firmy



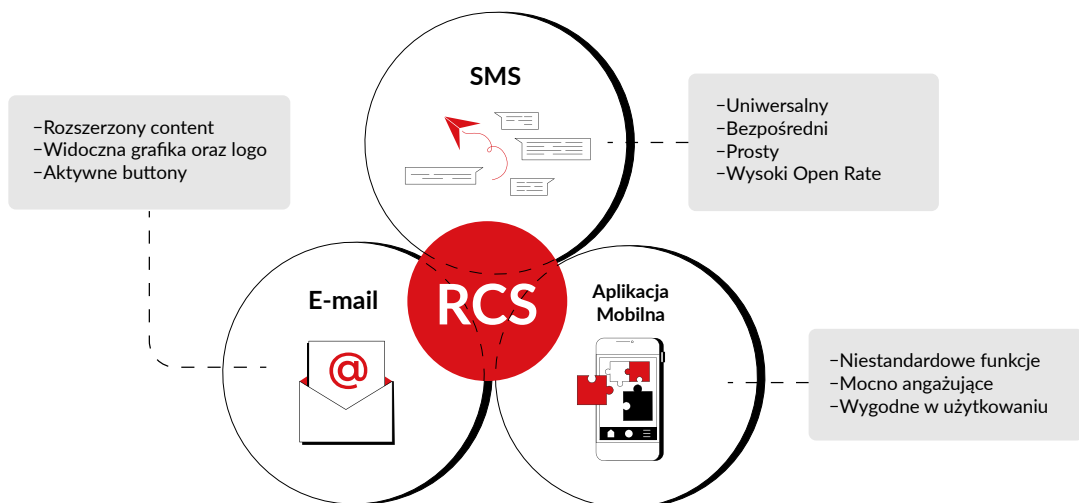
komunikacja dwukierunkowa



aktywne przyciski

Komunikacja SMS

dlaczego skuteczni marketerzy nie wyobrażają sobie życia bez SMS-ów?



Można więc śmiało powiedzieć, że RCS, to połączenie SMS z komunikatorem oraz prostą aplikacją mobilną. Dzisiaj około 70% komunikacji SMS to automatyczne powiadomienia wysyłane zdalnie poprzez API, albo bezpośrednio z integracji, a około 30% to masowa wysyłka SMS wysyłana z panelu po zalogowaniu do serwisu. Wszystko wskazuje na to, że dzięki RCS, ta proporcja ulegnie zmianie na korzyść oczywiście automatycznych powiadomień, a nowy kanał komunikacji będzie wykorzystywany w coraz więcej branżach. Aktualnie testy przeprowadzane są w branży turystycznej, oraz w sektorze e-commerce.



SMS Standard

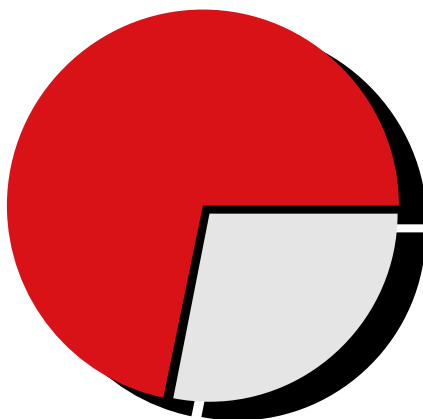


RCS

<p>Widoczna nazwa nadawcy</p> <p>Wiadomość zawiera treść oraz link</p> <p>160 znaków w wiadomościach</p> <p>Komunikacja jednokierunkowa</p> <p>Klikalny link w treści SMS-a</p>		<p>Pełny branding</p> <p>Wysoka jakość grafik</p> <p>Video wysokiej jakości</p> <p>Klikalne aktywne przyciski</p> <p>Slajdery z wyborem produktu/usługi</p> <p>Sugerowane odpowiedzi</p> <p>Komunikacja dwukierunkowa</p> <p>Możliwość czatu</p> <p>Potwierdzenia odebrania wiadomości</p>	
---	--	--	--

70%

Automatyczne powiadomienia wysyłane zdalnie przez API



30%

Masowa wysyłka SMS wysyłana z panelu po zalogowaniu do serwisu

Komunikacja SMS

dlaczego skuteczni marketerzy nie wyobrażają sobie życia bez SMS-ów?

Najważniejsze wnioski

Marketing SMS - 10 rzeczy, które każdy marketer powinien wiedzieć

Zalety dla biznesu to: niskie koszty, szybkość, szerokie zastosowanie oraz pewność, że konsument odczyta wiadomość

1. Zadowolenie biznesu wynikające z wysokiej konwersji
2. 64% badanych firm w Polsce wykorzystuje w swoich działaniach marketing mobilny,
3. Niemalące oczekiwania klientów w stosunku do SMS-ów od firm i instytucji- Polacy chcą otrzymywać wiadomości z informacją handlową, jednak najbardziej optymalnym rozwiązaniem jest dla nich, gdy dzieje się to kilka razy w tygodniu (30,8%).
4. Wśród celów komunikacyjnych, do których wykorzystywane są SMS-y w biznesie, prym wiodzie wysyłka powiadomień (60,3%),
5. SMS-y są narzędziem bardzo uniwersalnym. Stąd ich szerokie zastosowanie w zasadzie w każdej branży.
6. Więcej niż 9 na 10 badanych twierdzi, że marketing SMS to skuteczne narzędzie podczas działań promocyjnych. Tylko 7% ankietowanych nie podziela ich zdania,
7. 86% ankietowanych firm deklaruje wykorzystywanie SMS-ów jako działań uzupełniających sprzedaż

8. SMS-y sprawdzają się bardzo dobrze w połączeniu z innymi kanałami komunikacji takimi, jak web push oraz e-mail
9. Wysyłka oferty handlowej do klientów (44,8%), a także przesyłanie komunikatów wewnętrznych (22,4%)
10. Z rozmów prowadzonych z klientami wynika jasno, że w SerwerSMS cenią sobie przede wszystkim ochronę danych. To oznacza, że bezpieczeństwo komunikacji SMS to jedna z kwestii priorytetowych dla partnerów biznesowych.

Podsumowanie

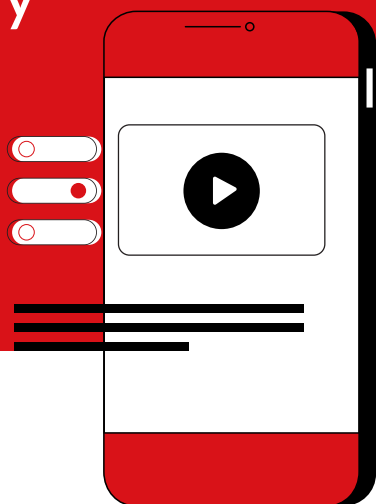
To już prawie 20 lat odkąd wspieramy firmy i instytucje w działaniach takich jak: SMS marketing, komunikacja transakcyjna, czy też w dwukierunkowej komunikacji z użytkownikami. Zainteresowanie wykorzystaniem SMS-ów w biznesie rośnie z roku na rok. Być może to nieustannie powtarzany truizm, natomiast dziś praktycznie każdy produkt, czy usługa sprzedawane są online, a to powoduje, że SMS-y stały się bardzo ważnym elementem w kontakcie z użytkownikiem i są wykorzystywane praktycznie w każdej branży.

Widzimy też pewne trendy, takie jak: bezpieczeństwo i ochrona danych użytkowników, personalizacja treści, a także automatyzacja wysyłek wiadomości - na te kwestie coraz więcej marek zwraca uwagę. Można śmiało powiedzieć, że dla wielu firm, SMS to jeden z kluczowych kanałów komunikacji dotarcia z informacją do użytkownika.

Bardzo obiecujące są także testy RCS przeprowadzone między innymi z marką Rainbow we współpracy z Operatorami GSM. Liczymy na to, że i to narzędzie będzie tak chętnie wykorzystywane, jak standardowe SMS-y.

Korzystaj z platformy SerwerSMS.pl

- ✓ z poziomu przeglądarki,
- ✓ aplikacji mobilnej
- ✓ API



BIURO GŁÓWNE

Rybnik

ul. Ogrodowskiego 27
44-203 Rybnik

800 900 220

(dla telefonów stacjonarnych)

22 211 20 40

biuro@serwersms.pl



www.serwersms.pl



[facebook.com
/SerwerSMS](https://facebook.com/SerwerSMS)



[linkedin.com
/serwersms-pl](https://linkedin.com/company/serwersms-pl)