

SMS-y nie muszą być spamem

SMS-y można wykorzystać np. do: crosssellingu produktów (technika sprzedaży produktów komplementarnych), informacji marketingowej czy, automatycznego raportowania danych o sprzedaży.

Bartłomiej Gast



– Większość z nas nie cierpi SPAM-u, również tego przesyłanego

przy wykorzystaniu SMS-ów. Podstawowym błędem popełnianym przez nadawców komunikatów jest niewłaściwe dobranie targetu, czyli skierowanie informacji do osób zupełnie nią nie zainteresowanych. Ale spójrzmy na SMS-y z innej strony. Komunikacja SMS-owa jest bardzo skutecznym sposobem dotarcia do klientów. Dzięki temu, że przekaz jest lub może być spersonalizowany, uzyskuje się wysoką skuteczność w zastosowaniu tego narzędzia.

Dodatkowo osiągamy efekt zadowolenia, a nie irytacji, ponieważ odpowiednio wyselekcjonowany klient czuje się dowartościowany i mile zaskoczony, że otrzymał taką informację. Przekaz informacyjno-marketingowy, aby był odebrany pozytywnie, musi dotyczyć tego, z czego korzystamy bądź czego w danej chwili oczekujemy. Wówczas z pewnością uda się zachęcić naszego klienta do określonych zachowań zakupowo-konsumpcyjnych. Kolejne ważne zastosowanie SMS-ów to komunikacja z pracownikami przedsiębiorstwa w terenie oraz wszelkie logistyczne przedsięwzięcia umożliwiające skuteczne i szybkie informowanie o właściwych działaniach zespołów znajdujących się poza centralą. Inna możliwość to informowanie kontrahentów i klientów o statusach zamówień, które są istotne z punktu widzenia łańcucha dostaw i realizacji zamówień „just-in-time”. Dotyczy to zarówno małych firm e-commercowych, jak również większych podmiotów współpracujących z poważnymi partnerami.