

Komunikacja na sterydach!

wykorzystanie SMS marketingu w promocji lokalnego biznesu



- Dostawca SMS na rynku polskim i zagranicznym
- Wiele kanałów komunikacji w jednym miejscu
- Usługę realizowaną bezpośrednio z operatorami (Orange, T-Mobile, Play, Plus)
- **70 milionowa dzienna przepustowość systemu**
- **15 miliardów wysłanych wiadomości od powstania Platformy**

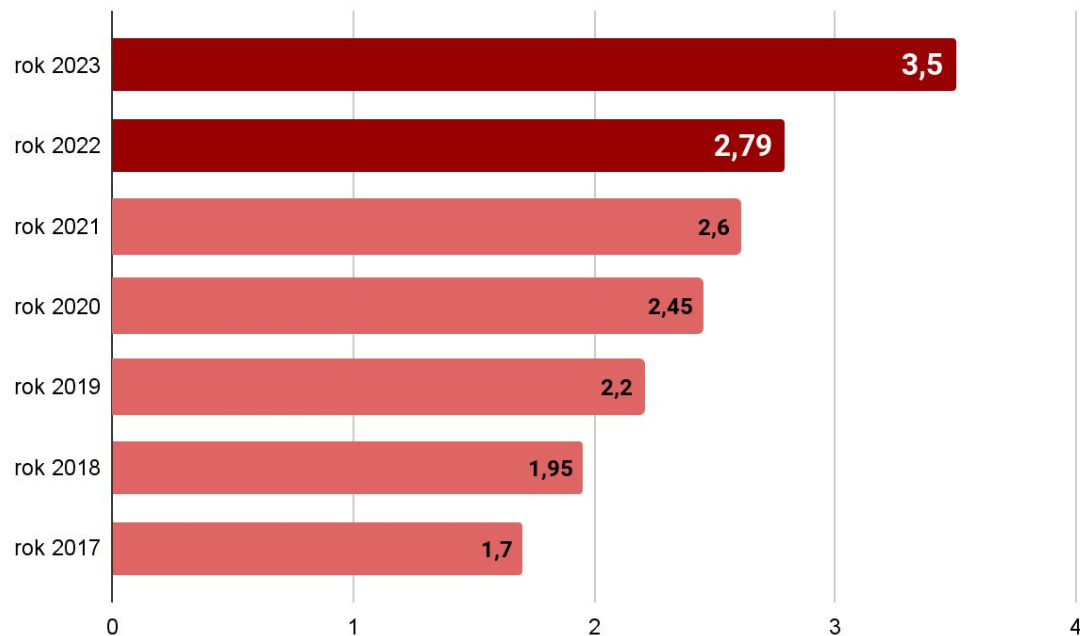


Warszawa



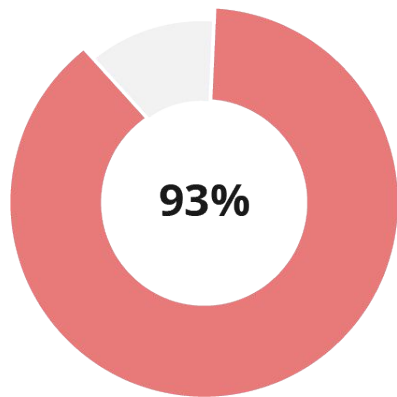
Coraz więcej firm stawia na SMS-y w komunikacji z klientami.

Liczba wysłanych wiadomości rośnie z roku na rok (komunikacja Biznesowa)

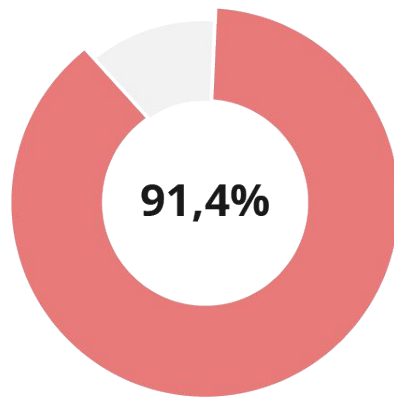


Źródło: <https://mobilesquared.co.uk/2018/02/18/global-a2p-traffic-growth-by-2022/>

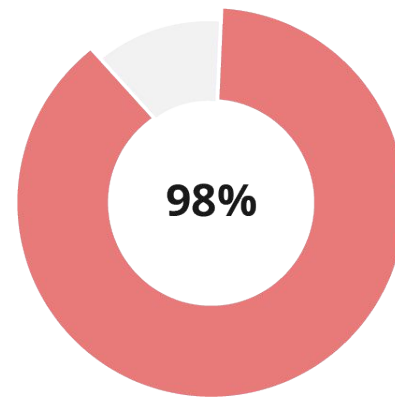
My to zbadaliśmy!



Aż 93% firm wskazało marketing SMS jako skuteczne narzędzie wspierające sprzedaż



91,4% firm ocenia konwersję sprzedażową SMS-a za bardzo dobrą albo dobrą lub satysfakcjonującą



98% Wskaźnik otwarć (SMS Open Rate)

Dlaczego tak się dzieje, że popularność SMS-ów stale rośnie?

1

rozwój e-commerce

2

pandemia oraz okres
post pandemiczny

3

wygoda klientów

4

wzrost biznesu i pojawienie się
konkurencji

5

pojawienie się na rynku
systemów ERP, CRM,
marketing automation

6

klienci chcą wszystko
szybciej i lepiej - bez "tarć"

Komunikacja w SMS-ie kiedyś i dziś!

TREŚCI
PERSONALIZOWANE

BULK SMS

20%

80%

TREŚCI
PERSONALIZOWANE
(notyfikacje)

BULK SMS

80%

20%

KIEDYŚ

DZIŚ

Standardowy SMS marketing, wysyłamy jeden przekaz do wszystkich

Standardowy SMS marketing może zawierać:

- tekst
- link
- ewentualnie link personalizowany



Wskaźniki skuteczności segmentacji użytkowników - dlaczego warto to robić?

o **202%**

może wzrosnąć liczba
przeczytanych wiadomości

o **293%**

zwiększa się liczba kliknięć w
kampaniach SMS

94%

średni Open Rate kampanii

32%

średni wskaźnik konwersji kampanii

źródło:Salesforce, Marketo, Epsilon

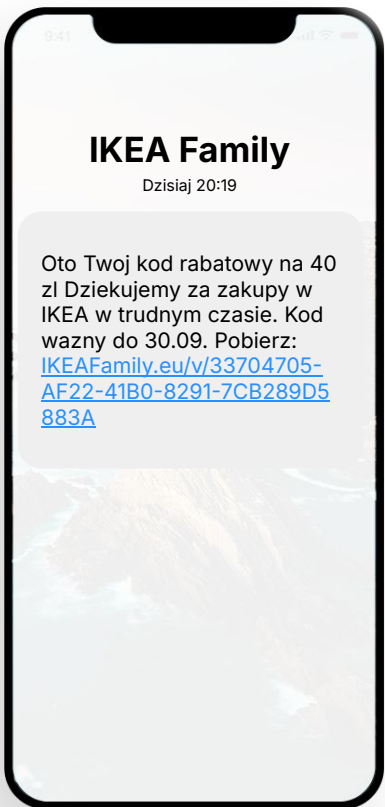
Segmentacja użytkowników w komunikacji SMS

Jak robić to dobrze?



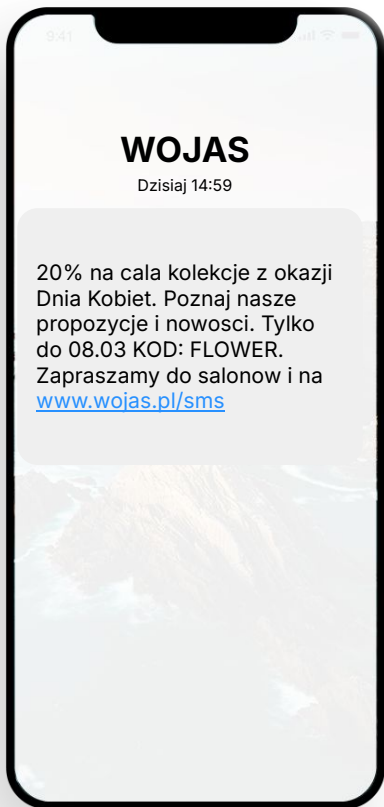
4 główne grupy segmentacji

01	zachowanie	Segmentujemy na podstawie tego, co zrobili, lub nie zrobili, albo robią lub nie robią w danym czasie
02	demografia	Segmentujemy użytkowników według np. wieku, płci, grupy zainteresowania, zawód, wykształcenie.
03	geografia/lokalizacja	Segmentacja na podstawie tego, gdzie użytkownik mieszka, albo w jakim miejscu się znajduje.
04	status/specjalna okazja	Segmentacja na podstawie np. ważnych dat, specjalnych okazji, jubileuszków, czy braku aktywności



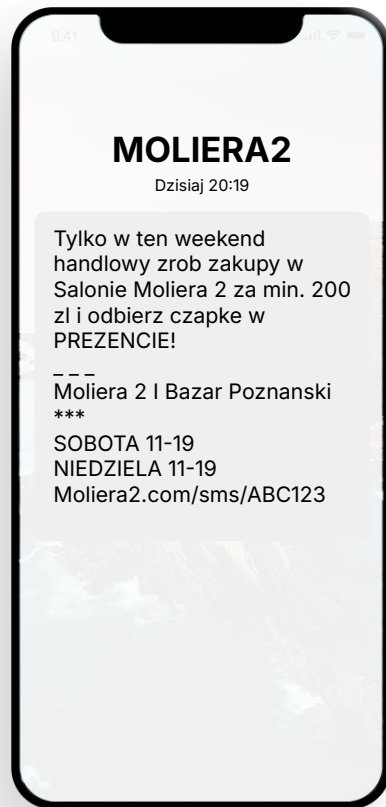
Zachowanie

wojas

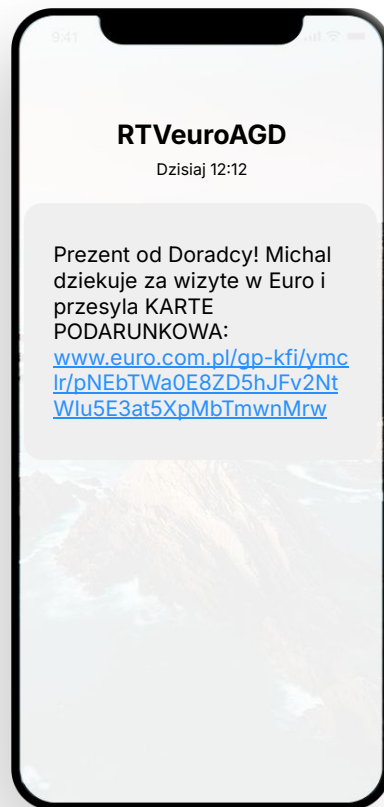


Demografia

MOLIERA2



Geografia/lokalizacja



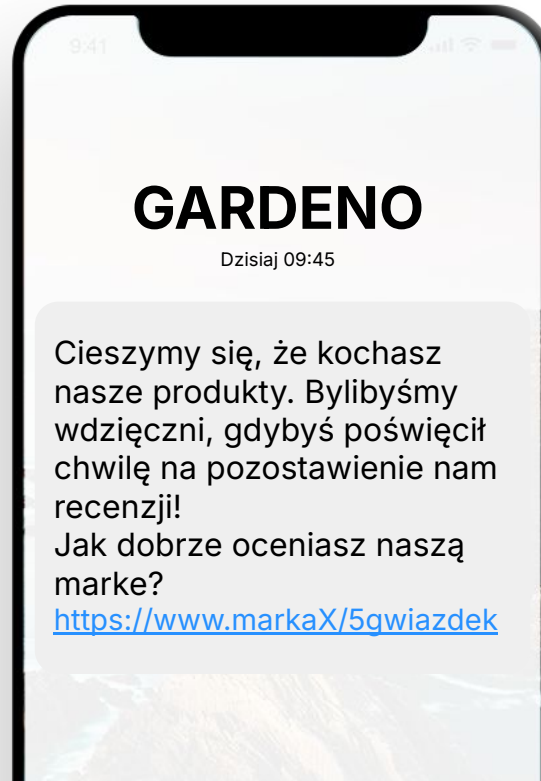
Status/specjalna okazja

O co to całe zamieszanie?

01	rzecznik marki	Kim jest rzecznik marki? Rzecznik marki może być twoją tubą marketingową i ambasadorem. Często brandy tworzą programy poleceń
02	uśpiony użytkownik	Wcześniej był aktywny, ale z jakiegoś powodu przestał być. Warto odezwać się do tej grupy. Pozyskiwanie "starych" klientów jest dużo tańsze od pozyskania nowych.
03	buduj nawyki użytkowników	Nawyki budują lojalność i więź z marką, jeżeli klient jest regularnie angażowany do działania, to jest skłonny więcej razy zawitać do nas i coś kupić.
04	aktywizacja nowych użytkowników	Warto skupić się na nowym użytkowniku, który dołączył do nas. Wiadomość powitalna na pewno nie zaszkodzi i pozwoli np. dosprzedaż produktów.



Rzecznik/Ambasador marki

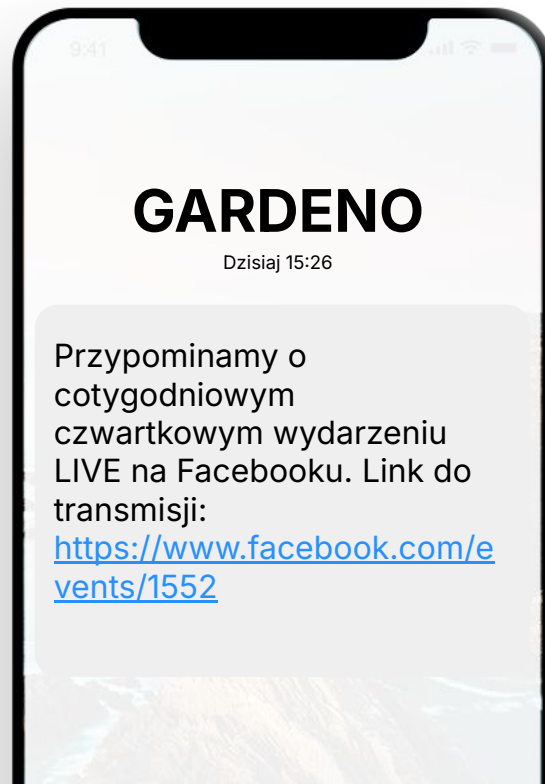




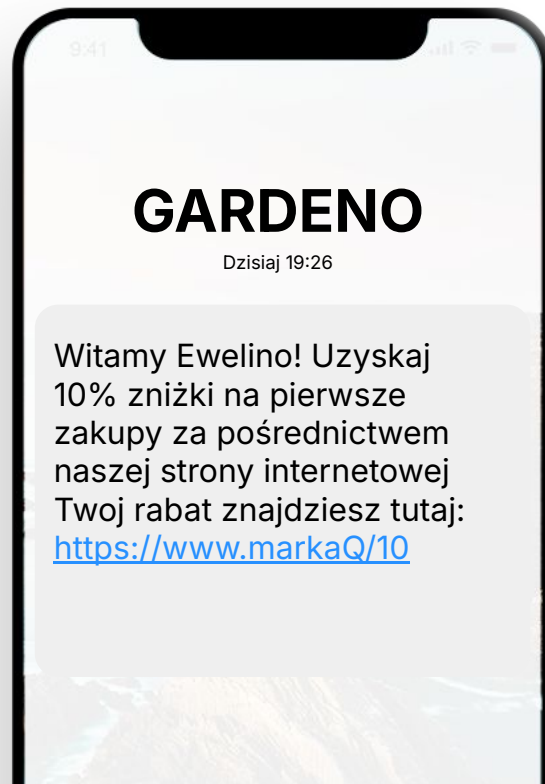
Uśpiony użytkownik



Budowanie nawyków użytkowników



Aktywizacja nowych użytkowników

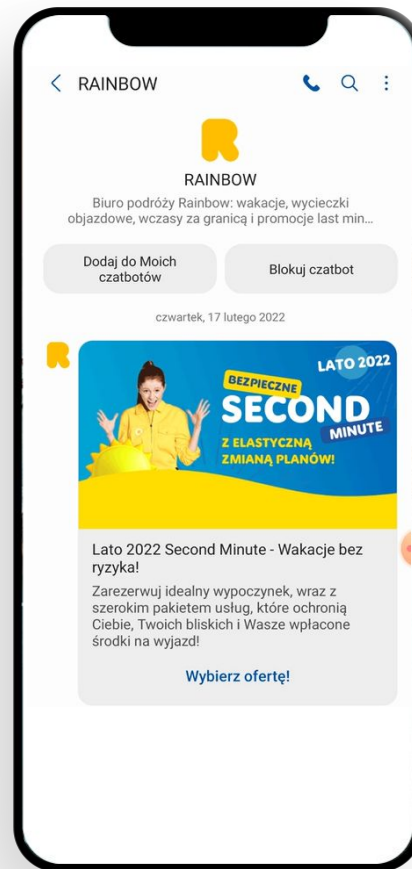
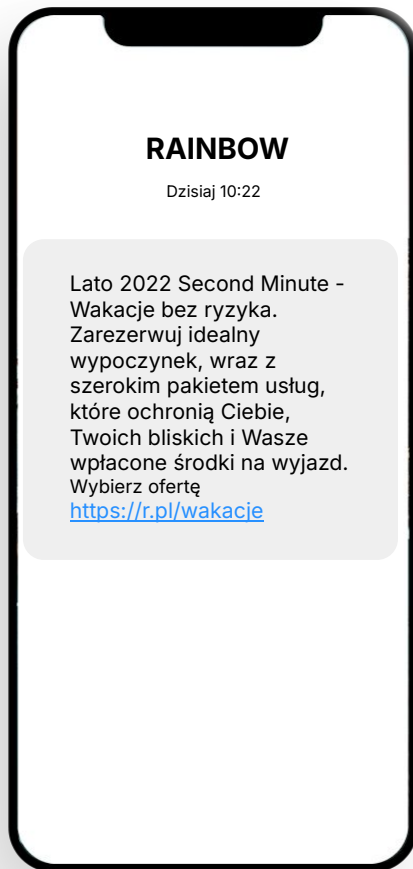


O co to całe zamieszanie 2.0?

01	zachowanie	Segmentujemy na podstawie tego, co zrobili, lub nie zrobili, albo robią lub nie robią w danym czasie
02	demografia	Segmentujemy użytkownik według np. wieku, płci, grupy zainteresowania, zawód, wykształcenie.
03	geografia/lokalizacja	Segmentacja na podstawie tego, gdzie użytkownik mieszka, albo w jakim miejscu się znajduje.
04	status/specjalna okazja	Segmentacja na podstawie np. ważnych dat, specjalnych okazji, jubileuszów, czy braku aktywności
05	urządzenie/funkcje	Segmentacja na podstawie np. tego, z jakich funkcji korzysta użytkownik, co ma włączone na telefonie

Segmentacja 2.0 - nowy wymiar strategii marketingowej

- nazwa nadawcy
- klikalne linki
- 160 znaków
- komunikacja 1way;2way



- Pełny branding
- wysoka jakość grafik
- Wysoka jakość wideo
- Potw. odebrania wiadomości
- Slidery i karuzele
- klikalne przyciski
- czat zamiast komunikacji 1way i 2way
- połączenie funkcji MMS, aplikacji, oraz e-mail

Błędy w kampaniach SMS!

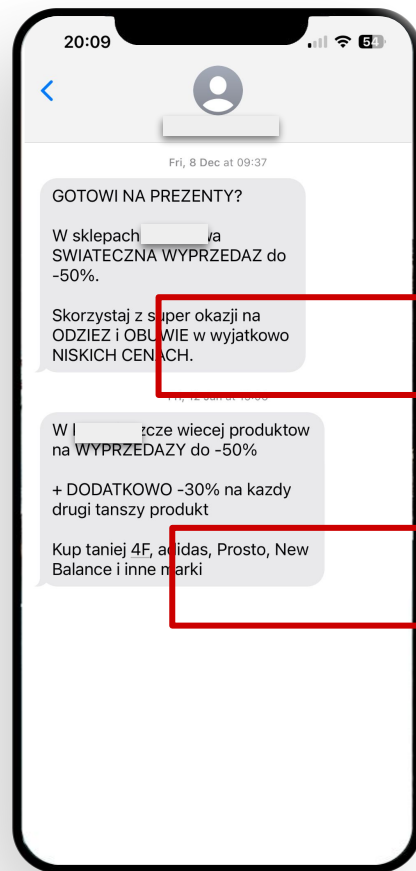
Tego unikaj.



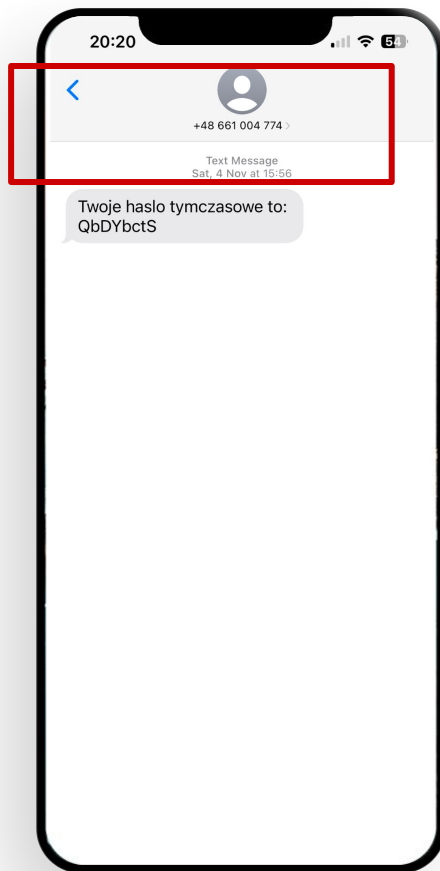
Częste błędy w kampaniach SMS



brak linka skróconego



brak brandingu SMS



Dwa poziomy mierzenia skuteczności



Google Analytics

Serwer **SMS**.pl
System Obsługi Marketingu Mobilnego

1

2

Skracaj linki, bo to się opłaca!

otworz.to

SKRÓĆ SWÓJ ADRES DOCELOWY

Wysyłaj krótkie linki do znajomych w domenie **otworz.to**

Usługa dostępna dla Klientów SerwerSMS.pl

Zarejestruj konto

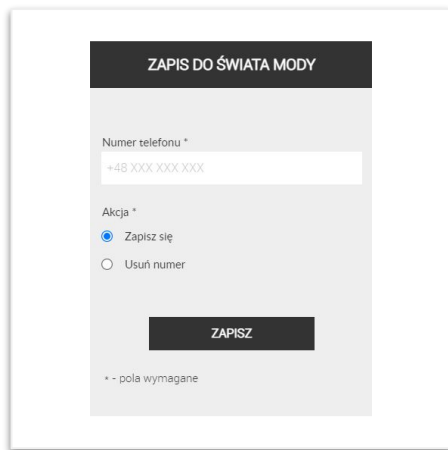
SHORT LINK

<http://otworz.to/kolekcja2024>

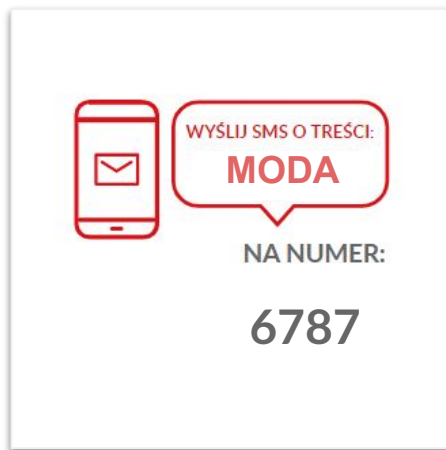
Jak zdobyć numery klientów?

Istnieją 3 sposoby automatycznego zapisu numerów i powiększenia bazy kontaktów:

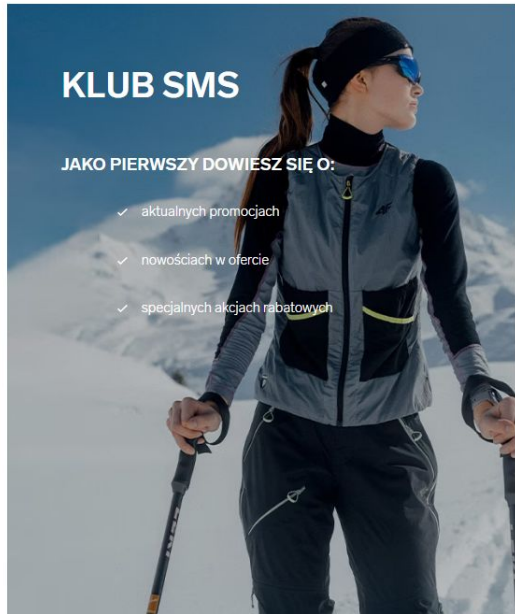
- osobna podstrona z zapisem do newslettera SMS lub widżet na stronie
- numer dedykowany
- metoda na Baracka Obamę



The image shows a mobile app registration form with a dark header containing the text "ZAPIS DO ŚWIATA MODY". Below the header, there is a section for "Numer telefonu *" with a text input field containing the placeholder "+48 XXX XXXXXX". Underneath, there is a section for "Akcja *" with two radio button options: "Zapisz się" (selected) and "Usuń numer". At the bottom of the form is a dark button labeled "ZAPISZ". A small asterisk at the bottom left indicates "* - pola wymagane".



Zapis do newslettera SMS. Jak powiększyć bazę organicznie?



KLUB SMS

JAKO PIERWSZY DOWIESZ SIĘ O:

- ✓ aktualnych promocjach
- ✓ nowościach w ofercie
- ✓ specjalnych akcjach rabatowych

Wpisz swój numer telefonu, aby otrzymywać od nas newsletter i korzystać z przywilejów

Numer telefonu*

☐ Wyrażam zgodę na otrzymywanie korespondencji handlowej w postaci wiadomości SMS na zasadach określonych w Regulaminie sklepu internetowego i Polityce prywatności. Przysługuje mi prawo cofnięcia zgody na otrzymywanie korespondencji handlowej w każdym czasie.

ZAPISZ

Nadawcą wiadomości SMS wysyłanych w ramach "Klubu SMS" jest OTCF S.A.

Jśli chcesz zrezygnować z subskrypcji sms przejdź na stronę [Szczegóły i subskrypcja SMS](#)

-30% na kategorię LOVE z kodem LOVE30 ❤️



Varlesca
WWW.VARLESCA.PL

DOŁĄCZ DO NEWSLETTERA

Bądź zawsze na bieżąco i odbierz kod - **10%** na zakupy
w naszym sklepie

Podaj swoje imię

Adres e-mail

Telefon

Wyślij



Akceptuję warunki [polityki prywatności](#) oraz wyrażam zgodę na
przesyłanie przez Varlesca.pl spersonalizowanych wiadomości e-mail o
promocjach, nowościach oraz programach lojalnościowych."

https://www.change.com/pl/club-change-terms#signup

80%

Walentynkowe modele do 50% taniej. [Kup teraz](#)

CHANGE

LINGERIE

2 za 1 na komplety bielizny

Biustonosze

Majtki

Stroje kąpielowe

Kolekcja nocna

Odzież

Artykuły pończosznicze

kradzieżq karty.

11. Club CHANGE nie współpracuje z żadnymi innymi klubami członkowskimi bądź markami. Będziesz otrzymywać oferty tylko od C

12. Po dołączeniu do Club CHANGE dane, które podałeś podczas rejestracji zostały zapisane. CHANGE Lingerie używa Twoich dany celach administracyjnych Club CHANGE i w celu wysyłki materiałów marketingowych drogą mailową lub SMS-ową nadanych pr dane osobowe są poufne i zostaną usunięte w przypadku rezygnacji. Żadne dane osobowe nie są ujawniane osobom trzecim. W wysyłania Ci ukierunkowanych ofert i materiałów marketingowych za pośrednictwem poczty elektronicznej.

Regulamin VIP Club CHANGE

Jak zostać klubowiczem VIP?

Klubowiczem VIP Club CHANGE stajesz się automatycznie, jeśli dokonasz zakupu za minimum 500 zł w ciągu 12 miesięcy.

Jakie są korzyści z członkostwa VIP?

Jako członek VIP otrzymujesz zawsze min. 20% zniżki na każde zakupy. Masz również 60 dni na wymianę i zwrot produktów.

Kiedy mogę skorzystać z moich korzyści VIP?

Możesz skorzystać od razu ze swoich korzyści VIP, gdy dokonasz zakupów za minimum 500 zł w jednym z naszych sklepów stacjo online możesz z nich skorzystać przy następnych zakupach.

Kiedy nie jestem już członkiem VIP?

Członkostwo w Club CHANGE VIP trwa 1 rok. Oznacza to, że za każdym razem, gdy kupujesz za min. 500 zł Twoje członkostwo zosta zrobisz zakupów za min. 500 zł w ciągu 12 miesięcy powrócisz do bycia członkiem podstawowego konta Club CHANGE.

Zostań członkiem Club CHANGE

Wiedzenie

CLUB CHANGE

Więcej o Club Change

Zostań klubowiczem

[Zasady dla](#)

INDYWIDUALNA OBSŁUGA

Dostawa

Zwroty

[Dostawa](#)

O FIRMIE

O CHANGE

Sklepy

[Dostawa](#)

Dołącz do Club CHANGE

Imię *

Nazwisko *

Płeć *

Wybierz płeć

Urodziny *

Dzień

Miesiąc

Rok

Email *

Adresu e-mail będziesz używać do logowania się na swoje konto oraz podczas zakupów w sklepie CHANGE

Telefon *

+48

Ulubiony salon CHANGE

Wybierz salon

Hasło

Hasło musi mieć co najmniej 8 znaków i może zawierać wszystkie znaki, cyfry oraz symbole.

Potwierdź swoje nowe hasło

* Obowiązkowe informacje



ZAPISZ SIĘ DO NAOKO VIP CLUB

Zyskaj dostęp do specjalnych rabatów i odbierz kod na darmową dostawę!

☐ Wyrażam zgodę na otrzymywanie wiadomości marketingowych (newsletter) na podany adres e-mail

ZAPISZ SIĘ

SPRAWDŹ NASZE ZIMOWE PROPOZYCJE powered by edrone

WIOSENNE RABATY wygasają za

14

Godziny

40

Minuty

57

Sekundy

Wybory w USA

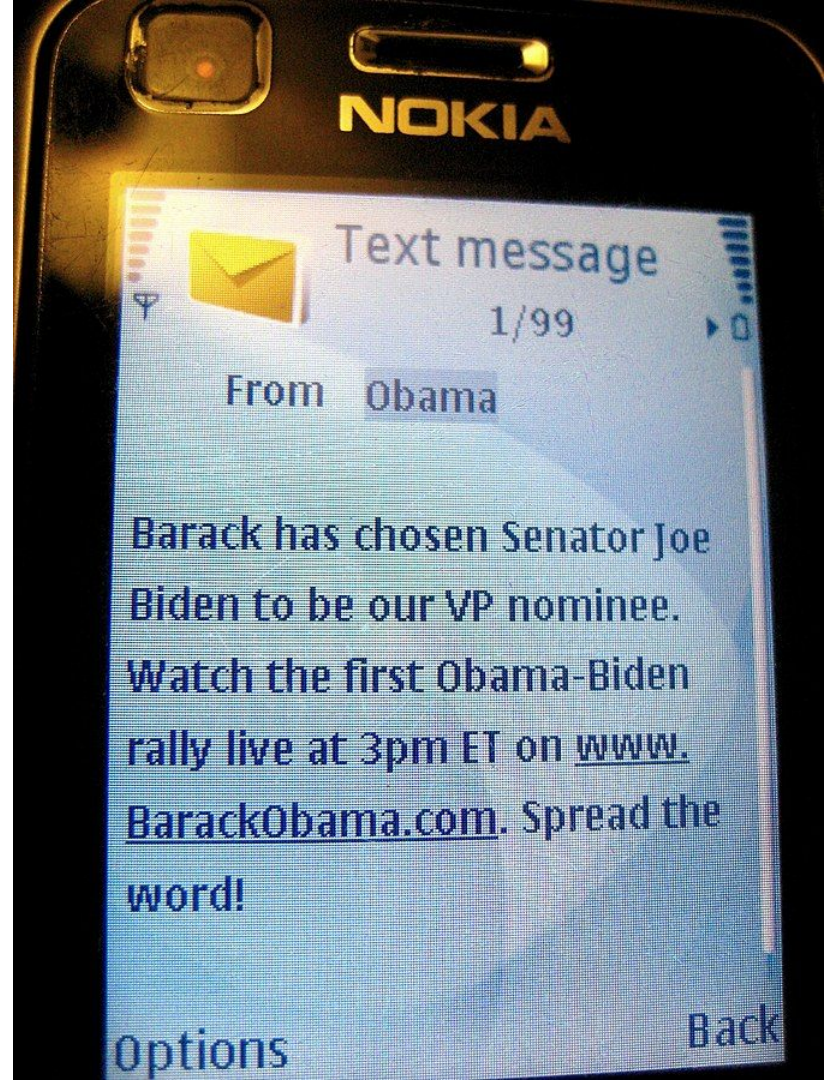
Marketing Baracka Obamy.

https://pl.wikipedia.org/wiki/Barack_Obama





https://pl.wikipedia.org/wiki/Joe_Biden



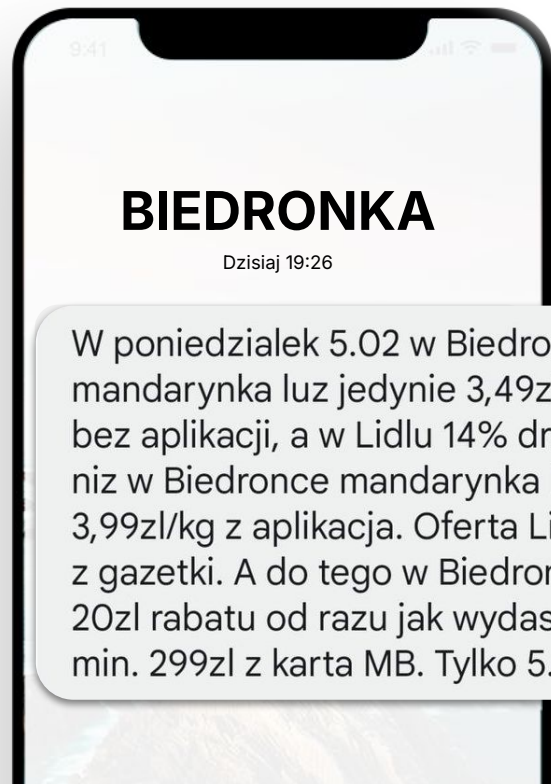
https://en.wikipedia.org/wiki/File:Obama_Text_Message_Announcing_Biden_as_his_VP_%28278825333%29.jpg

Dlaczego ten kanał komunikacji wybierany jest przez marketerów?

Przykład walki na SMS-y sklepów wielkopowierzchniowych.



Wszystko zaczęło się od SMS-a Biedronki



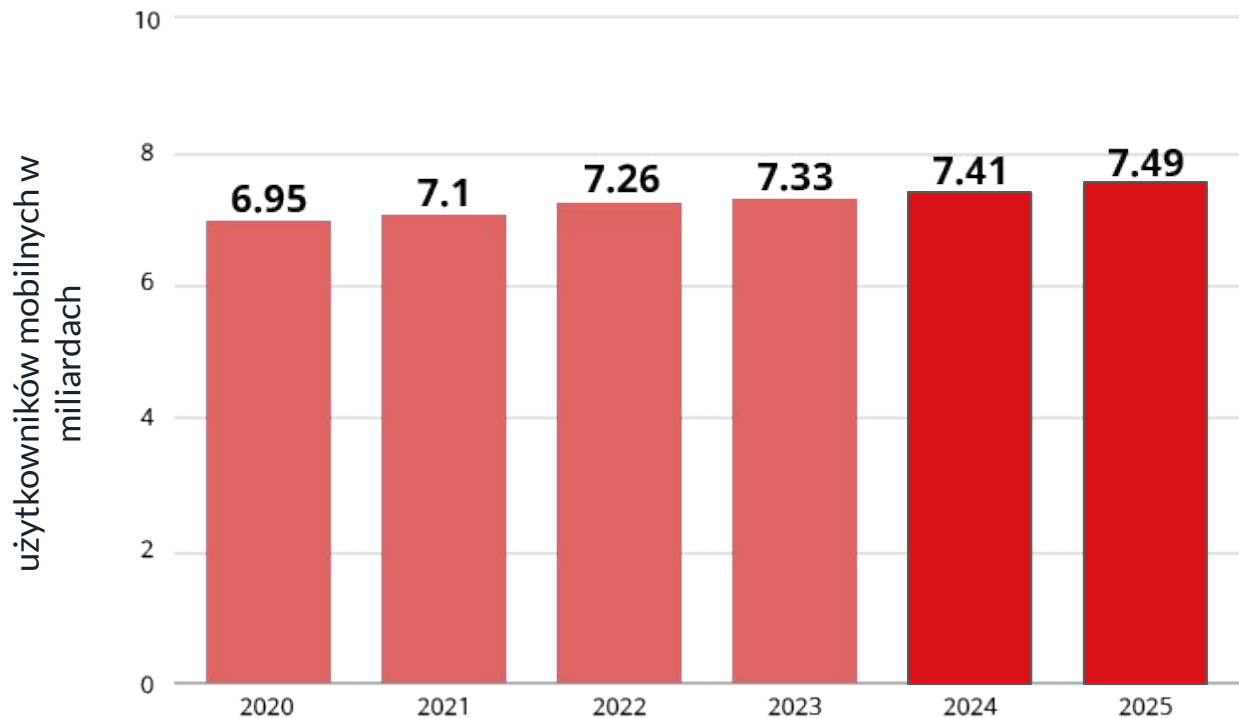
W poniedziałek 5.02 w Biedronce mandarynka luz jedynie 3,49zł/kg, bez aplikacji, a w Lidlu 14% drożej niż w Biedronce mandarynka luz 3,99zł/kg z aplikacją. Oferta Lidl z gazetki. A do tego w Biedronce 20zł rabatu od razu jak wydasz min. 299zł z karta MB. Tylko 5.02



VS

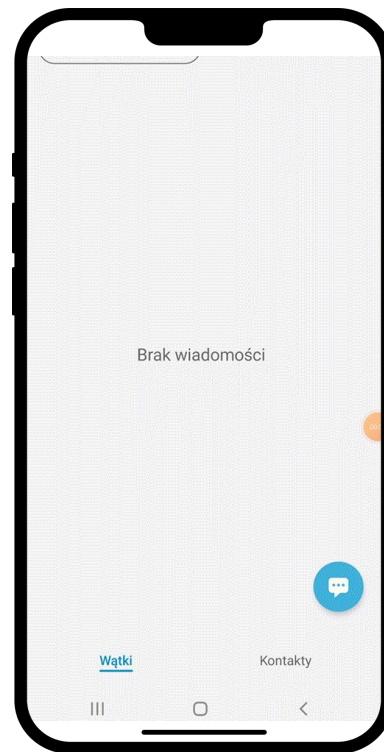


Prognoza liczby użytkowników telefonów komórkowych na całym świecie w latach 2020–2025 (w miliardach)



Kampania RCS z partnerem Rainbow

wybór miejsca oraz hotelu na wakacje



Kampania RCS z partnerem STS

Sprawdzanie kursów na EURO 2024



Prowadził
prezentację



Błażej Pawlar

Partnership & Marketing
Manager

blazej.pawlar@serwersms.pl

Gdzie nas znajdziesz?

Tutaj jesteście!



Biuro SerwerSMS

ul. Ogrodowskiego 27
44 - 203 Rybnik



+48 32 750 00 01



bok@serwersms.pl

+ Vercom S.A.

ul. Wierzbicice 1B
61-569 Poznań
(Budynek D, piętro VIII)

NIP: 7811765125



Oddział Poznań

+48 61 646 70 70



Oddział Warszawa

+48 22 211 20 40