

КОРОТКО, БЫСТРО, ПРИБЫЛЬНО

SMS-РАССЫЛКИ — ЭФФЕКТИВНЫЙ И ВЫГОДНЫЙ БИЗНЕС-ИНСТРУМЕНТ



ВАСИЛИЙ ШИШОВ,
разработчик системы электронных и SMS-рассылок «SendExpert»
Компании Информационных и PR-технологий
«ЮДЖЕС ГРУПП».
www.yudjes.com.ua

Сейчас большая часть бизнеса стремительно переходит из офлайна в онлайн. За день человек получает огромное количество объявлений, предложений акций и скидок. Как же донести до вашего клиента нужную информацию?

Цель любого бизнеса — прибыль, а, как известно, большую часть прибыли приносят постоянные клиенты, повторно покупая ваши товары и советуя вас своим друзьям.

Поэтому, важно подкреплять их доверительное отношение. SMS-рассылка является доступным способом продвигать свои товары и услуги, информировать о каких-либо событиях ваших клиентов, коллег, друзей и знакомых.

Сервис SMS-рассылки доставляет «прямо в руки» вашему клиенту всю важную информацию не только в рекламных целях, но и для поддержания связи. В целом, SMS-рассылка является незаменимым ин-

струментом для любого бизнеса, выгодно дополняя существующую рекламу, или как самостоятельная услуга.

Хочу напомнить вам, что с помощью сервиса SendExpert вы можете настроить не только email-рассылки, но и SMS.

10 выгодных преимуществ SMS-рассылки для вашего бизнеса:

1. В большинстве случаев мобильные телефоны находятся под рукой у их владельцев, и ими пользуется большая часть населения.
2. Для чтения SMS не нужен Интернет.

3. Моментальный просмотр сообщения сразу же после его получения. Информация, которую вы хотите сообщить вашему постоянному или потенциальному клиенту, будет прочитана в максимально короткое время.
4. Краткость – сестра SMS-маркетинга. В 2–3 предложениях можно выгодно описать вашу услугу или товар и привлечь клиента. В обилии рекламных материалов, которые ежедневно получают клиенты, этот пункт является особо важным в маркетинговой стратегии.
5. Рассылка информационных, новостных и сервисных сообщений для регулярно взаимодействия с мобильными пользователями.
6. Простота в отправке. Не нужно подготавливать шаблоны, разрабатывать корпоративный стиль, тратить средства на дизайн и верстку. Подготовьте текст сообщения и отправьте его.
7. Экономия времени для представителей бизнеса. Отправка сообщений всей вашей клиентской базе займет не больше 5 минут, в то время как подготовка email, его оформление и написание качественного текста потребует не менее часа.
8. Максимальный процент доставки сообщений и наличие отчета о доставке по каждому SMS.
9. Увеличение лояльности клиентов благодаря таргетированию целевой аудитории и персонализированной рассылке SMS.
10. Возможность интегрировать рассылку SMS в программное обеспечение.

4 главных недостатка SMS-маркетинга:

1. Текст одного сообщения составляет всего 160 символов латиницей и 70 символов кириллицей, что не всегда предоставляет возможность полностью описать ре-

кламное предложение. Если количество знаков превышает, то стоимость SMS увеличивается;

2. У мобильных пользователей редко есть шанс отписаться от SMS-рассылки;
3. Никакой визуализации и оформления, только текст, альфа-имя отправителя, ссылка на ваш сайт и контакты;
4. Часто мобильные пользователи воспринимают SMS-рассылку как спам и не открывают сообщения.

SMS-маркетинг бывает двух типов:

- **пуш** (англ. push — толкать) — рекламодатель сам инициирует ее отправку сообщения потребителю (например, путем SMS-рассылки по базе данных мобильных телефонов потребителей).

- **пулл** (англ. pull — притягивать) — коммуникацию инициирует сам потребитель, когда в результате увиденной рекламе он отправляет SMS на короткий номер мобильного оператора. В ответ потребитель получает сообщение с информацией от рекламодателя.

Кому подходят SMS-рассылки?

Всем, кто ценит своих клиентов и борется за их внимание. Для магазинов — можно быстро и просто информировать о начале распродажи, о новых товарах. Для банков и страховых компаний — оповещать клиентов об изменении % ставок, напоминать о погашении кредита, уведомлять об операциях со счётом.

Туристическим агентствам — SMS-оповещения о горящих турах, изменениях тарифов, открытии/закрытии сезона. Не лишней рассылка сообщений будет и для кинотеатров, театров, ночных клубов. SMS-сообщения удобно отправлять посто-

янным посетителям об обновлении репертуара, скидках на билеты, творческих вечерах артистов.

SMS-рассылка обеспечивает постоянное общение с вашими клиентами и приток потенциальных клиентов. А с SendExpert сделать её легко и просто!

SMS-маркетинг — зачем и почему?

Если уметь с ним обращаться, вам станут доступны новые эффективные приемы увеличения продаж и повышения лояльности целевой аудитории.

Что можно делать с собранной базой?

1. Прежде всего, вы можете настроить автоматическое приветствие новым подписчикам. Через некоторое время после добавления номера в группу ему придет SMS-сообщение с любым текстом, который вы настроите.

Например, подписчик оставил свой номер на странице лендинга турагентства и ждет звонка от менеджера, который поможет ему составить тур. Через несколько минут ему приходит сообщение «Спасибо, что обратились к нам! Менеджер перезвонит Вам в течение 30 минут».

Такая мелочь позволяет человеку думать, что о нем заботятся и перезвонят в указанный срок, а номер не канет в Лету, как иногда бывает на многочисленных интернет-сайтах.

2. Предположим, человек отказался от покупки и пока не стал вашим клиентом. Однако, у вас есть его номер, и вы сможете уведомить подписчика о различных специальных предложениях.

Возможно, новые условия привлекут его, и он завершит свой конверсионный путь. Не важно скидки ли это или акция из

ряда «Приведи друга», если его заинтересовать — он ваш! А SMS — самый короткий путь к клиенту — сразу в его смартфон!

3. Кроме всего прочего, есть приятные вещи, которые вы можете делать для клиента. Допустим, поздравить его с Днем Рождения, Новым Годом или профессиональным праздником вашей отрасли!

Люди запомнят вас и ваш сервис, а что сейчас современный бизнес, если не битва за узнаваемость? Хотя не каждая отрасль требует этого, но в сфере большинства потребительских товаров и услуг, которые вы продаете, именно запоминаемость и узнаваемость бренда играет колоссальную роль.

4. Эффективное управление телефонной базой позволяет сортировать ее по значимым параметрам и подводить статистику. Польза управления телефонной базой заключается в возможностях более точного таргетирования ваших подписчиков. Например, по региону или полу.

5. SMS-маркетинг во много похож на email-маркетинг, он может быть эффективным инструментом генерации лидов и продаж или просто тратой времени.

Сообщения могут включать ссылки на мобильные целевые страницы для сегментации базы и получения новых заявок.

Основные правила SMS-маркетинга

1. Отправляйте информацию, которая будет полезна целевой аудитории. Получатели должны отмечать вашу sms галочкой у себя в памяти — «Не забыть зайти в N, там проходит классная акция!».

Никто не любит бессмысленный спам. Если какое-то изменение вашего сервиса не приносит выгоды потребителям, не стоит их беспокоить подобными мелочами.

2. Рассылайте продуманные sms. Ошибкой будет считать, что схема «Товар-Цена-Приходите» — самое эффективное, что

можно придумать в SMS-маркетинге. Продумайте, чем вы заинтересуете клиентов, и отправляйте им это. Ключевое слово — «продумайте».

3. Используйте язык, понятный вашей аудитории. Отправляя сообщение, полное сленга, людям более старшего возраста, вы рискуете быть не понятым и проигнорированным. Лучше таргетируйте целевую аудиторию и делайте всем разные рассылки.

4. Краткость и конкретность — ваше все! Давайте четкую информацию в sms, чтобы человек все понял с первого раза. Желательно, как можно более коротко — без витиеватых оборотов и сложноподчиненных предложений. Это, все-таки, не блог.

5. Никогда — никогда! — не игнорируйте время отправки SMS. Вы можете сразу вычеркнуть клиента из всех списков, если сообщение пришло ночью, когда он спал. Кроме раздражения, такие сообщения не будут вызывать ничего.

Отслеживайте время получения sms при отправке сообщений и учитывайте, что ежедневный трафик SMS может быть очень большой, и Ваше сообщение дойдет с задержкой.

SMS-маркетинг в Украине

Рынок SMS-маркетинга за последние два года вырос в десятки раз, продолжает активно расти и на данный момент составляет в Украине около \$5 млн — около 0,5% общего объема украинского рекламного рынка.

Прогноз развития данного сегмента рекламы очень оптимистичен, ведь SMS-маркетинг использует в качестве канала коммуникации мобильные телефоны.

Мобильные операторы в Украине ограничивают push-кампании внешних рекламодателей на телефоны своих абонентов, поскольку сами активно пользуются SMS-рассылками для рекламы своих услуг.

Массовые SMS-рассылки без предыдущей регистрации абонентов, по мнению мобильных операторов, будут раздражать абонентов и снижать эффективность этого маркетингового инструмента.

Потому на данный момент, рекламода-тель для осуществления SMS-рассылки по базе потребителей на их мобильные телефоны должен получить разрешение на такую рассылку у оператора.

Хотя есть пути осуществить SMS-рассылку и без разрешения мобильного оператора, через SMS-шлюзы других компаний. Из-за такой политики операторов подавляющее большинство рекламных SMS-акций в Украине являются pull-кампаниями.

Три поражающих факта, подтверждающих эффективность SMS-маркетинга

1. 90% сообщений читается в первые 3 мин.
2. В среднем, человек смотрит на свой телефон 50 раз в день, что увеличивает шансы быстрого просмотра вашего SMS.
3. 98% читает SMS в сравнении с 20% email и 12% постов в Facebook.

И SMS-маркетинг, и email-маркетинг имеют свои выгодные преимущества и недостатки. Проанализировав их, вы сможете определить, какой рекламный инструмент будет эффективнее для вашего бизнеса.

Но мы советуем использовать эти два инструмента в паре, так как они будут отлично дополнять друг друга в вашей маркетинговой стратегии.

Например, фановый контент и новости вашей компании вы можете отправлять клиентам посредством email, а сервисные оповещения и рекламные предложения — при помощи сообщений.