

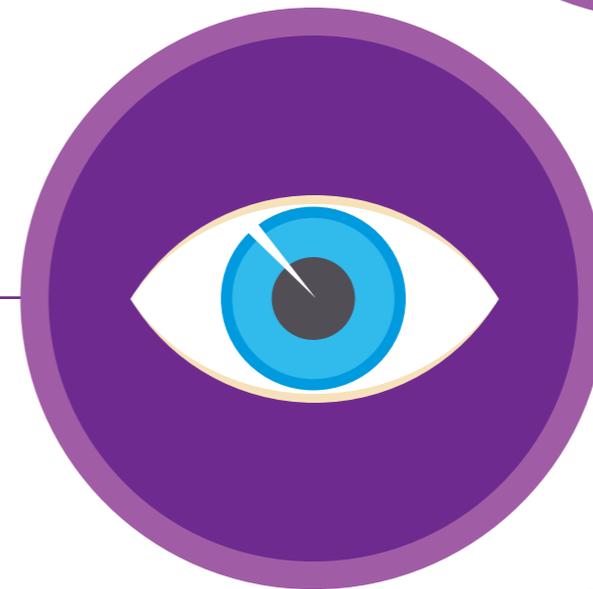
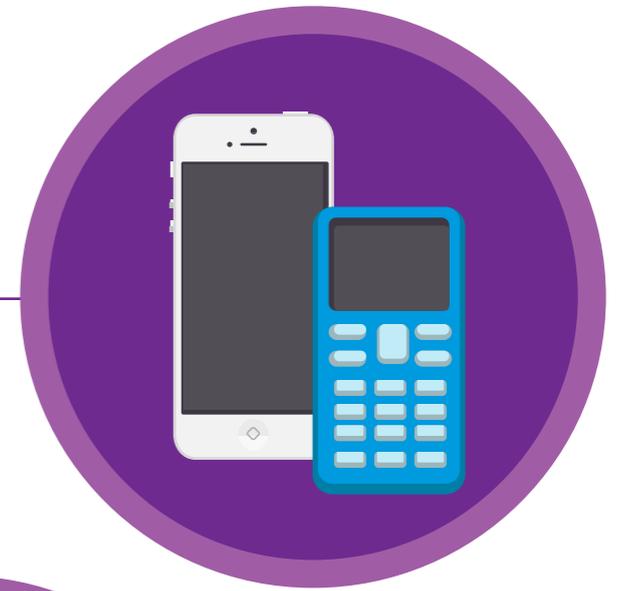
10 Dicas de Ouro

SMS MARKETING

Por que fazer marketing via SMS?

Atualmente, no Brasil a quantidade de celulares já supera o número de habitantes, e os aparelhos são acessíveis em todas as regiões do país. Para uma marca, estar presente no mundo mobile significa estar ao alcance do usuário em qualquer lugar. O SMS permite que empresas se comuniquem com consumidores de maneira simples, direta e instantânea. **É compatível com todos os aparelhos**, por isso consegue impactar qualquer usuário, independente da classe social. **Tem índice de leitura superior a 95%**, o que é consideravelmente maior se comparado ao e-mail. É uma solução econômica e eficiente para as empresas que desejam se comunicar mais e melhor.

O SMS oferece às marcas, além da adoção de um novo canal de comunicação, a **possibilidade de enriquecer ações promocionais** já existentes, de forma simples e econômica em comparação às demais mídias. Se a sua empresa tem interesse em utilizar o SMS em campanhas de marketing, ou já utiliza e quer aperfeiçoar sua estratégia, este guia irá facilitar o planejamento de suas ações.



1

Peça permissão e dê liberdade de escolha

Sempre pergunte se seu cliente deseja receber SMS de sua marca e dê a ele a opção de continuar ou não a receber suas mensagens.

O primeiro passo para conquistar o usuário é dar a ele a liberdade de escolha para continuar ou não a receber suas mensagens. Dê ao consumidor o direito de sair de sua base de contatos a qualquer hora, disponibilizando formas simples de solicitar o recebimento ou cancelamento de mensagens promocionais. Além disso, peça autorização prévia

para enviar SMS marketing ao cliente. Ao respeitar a privacidade dele, você abre portas para uma comunicação saudável e benéfica tanto para a sua empresa quanto para seu cliente.



2

Identifique-se e seja breve

Sempre identifique-se e faça com que suas ideias sejam esclarecidas em 140 caracteres

Nunca se esqueça de identificar-se, pois o consumidor precisa saber de quem está recebendo SMS (é obrigatório, por regulamentação, incluir o nome do remetente). Seu espaço é limitado para no máximo 140 caracteres e você precisa fazer com que o consumidor entenda sua mensagem em poucas palavras. Por isso, seja claro e vá direto ao ponto,

informando instantaneamente o propósito do seu SMS. Lembre-se de que o nome do remetente (sua empresa) está dentro deste limite, e pode ter no máximo 20 caracteres.

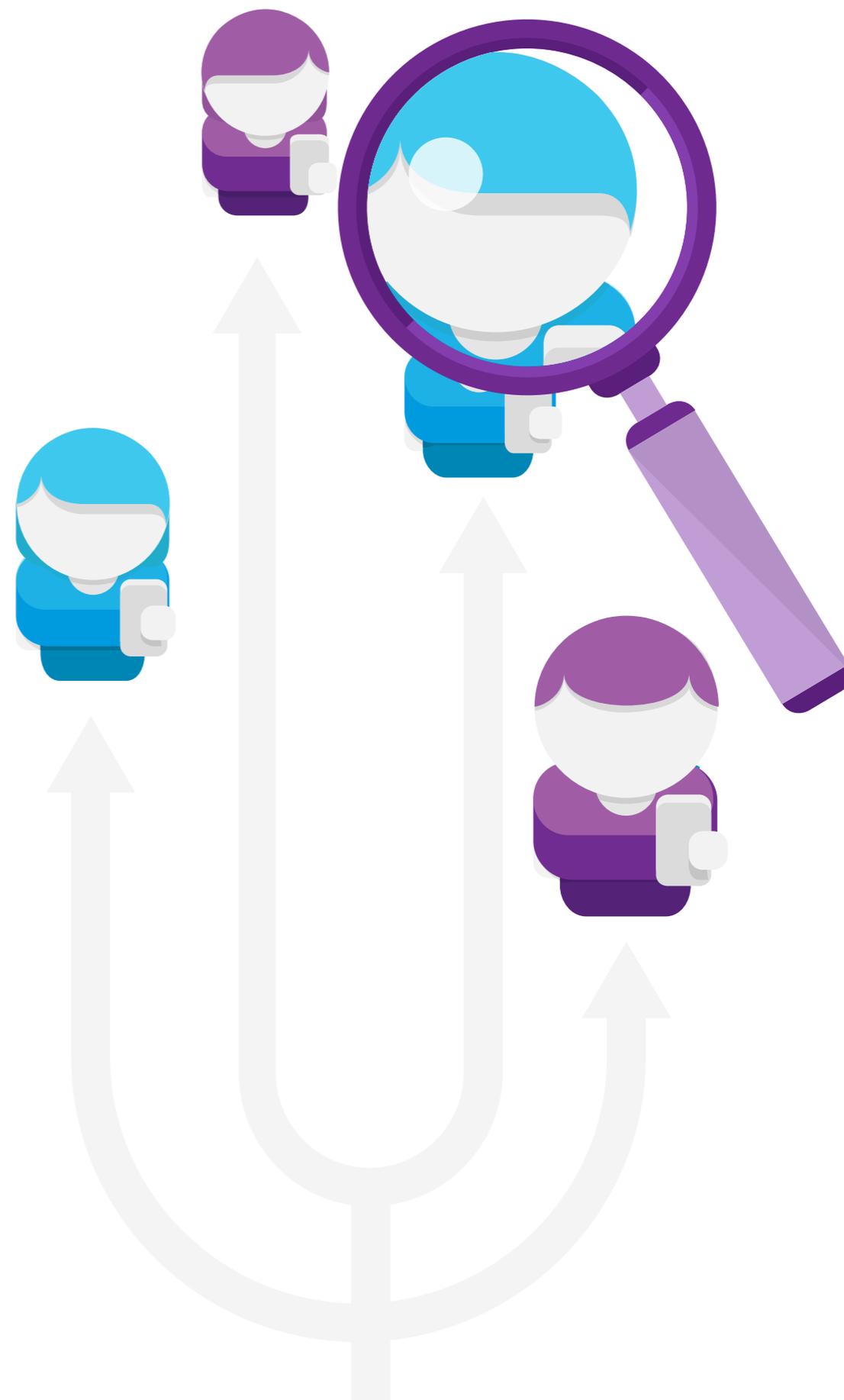


3

Conheça o consumidor

Construa uma base segmentada com as preferências dos seus clientes e estabeleça o celular como seu canal de comunicação com eles.

Segmente sua base de contatos por região, idade, sexo, tipos de aparelho e demais informações que possam ser de seu interesse. Conhecer o perfil de seus clientes é imprescindível para a assertividade de sua campanha.



4

Preze pela relevância

Desenvolva conteúdos coerentes com os perfis e interesses dos seus consumidores.

Você envia SMS a seus clientes porque quer que eles façam algo, certo? Comprar um produto, interagir com sua marca, ir ao coquetel de lançamento de sua nova coleção. Então certifique-se de que a informação enviada seja interessante e estimulante para quem receber a mensagem.

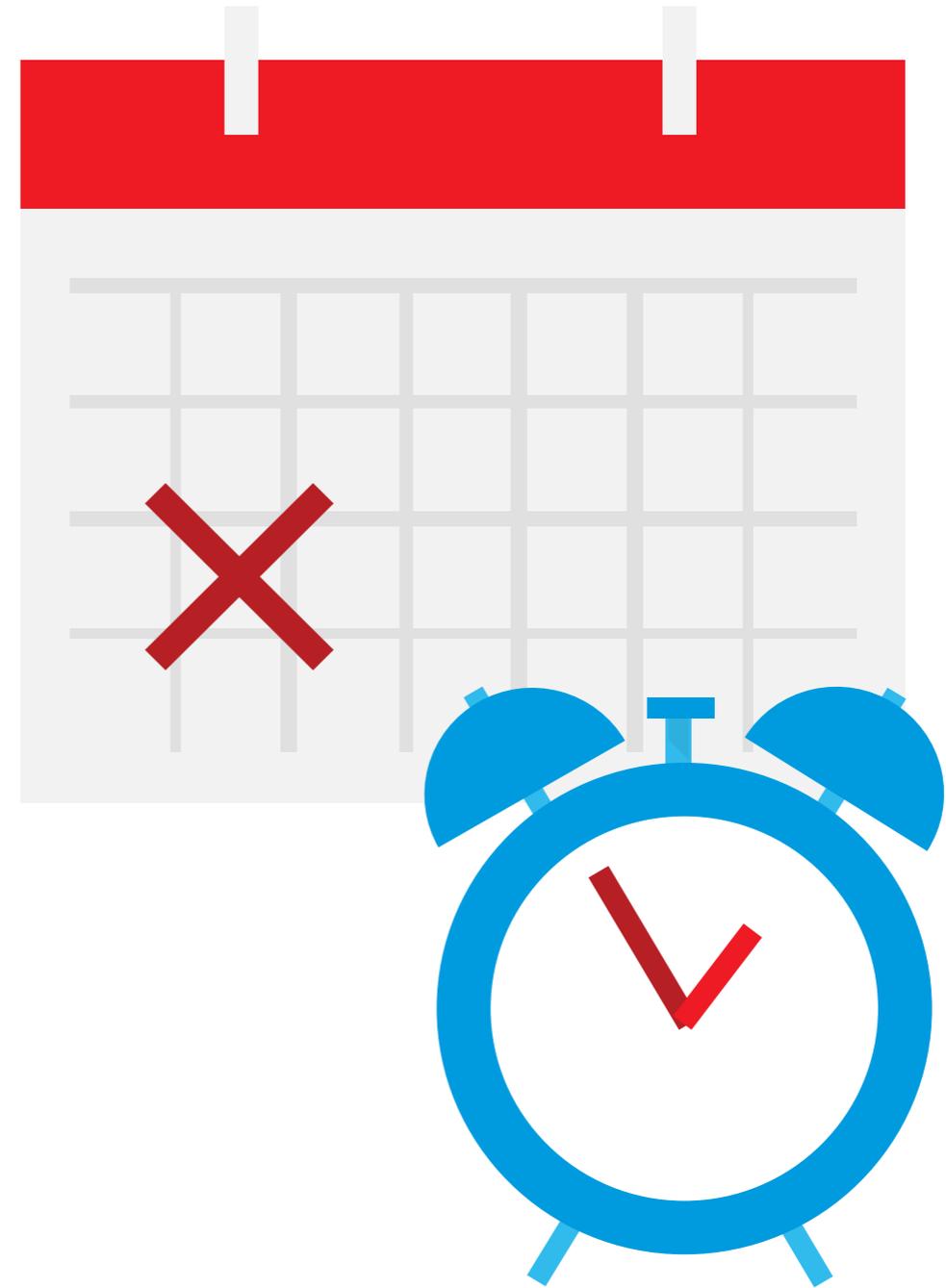


5

Estipule um prazo

Incentive o usuário a engajar-se o mais rápido possível com sua marca.

Geralmente, os consumidores tendem a interagir mais rápido com a marca se há um prazo estipulado para resgatar um desconto imperdível, por exemplo. Assim, o cliente vai se sentir escolhido e será estimulado a comprar rapidamente para não perder a oportunidade.



6

Envie mensagens personalizadas

Aprimore constantemente a qualidade da sua base de contatos.

Ao dispor de uma base de contatos apropriada, você poderá desenvolver um plano de marketing que preveja benefícios e conteúdos privilegiados. Trate seu cliente como uma pessoa, e não como um número de celular: chame ele pelo nome. O consumidor gosta de se sentir único e é exatamente isso que você precisa fazer.

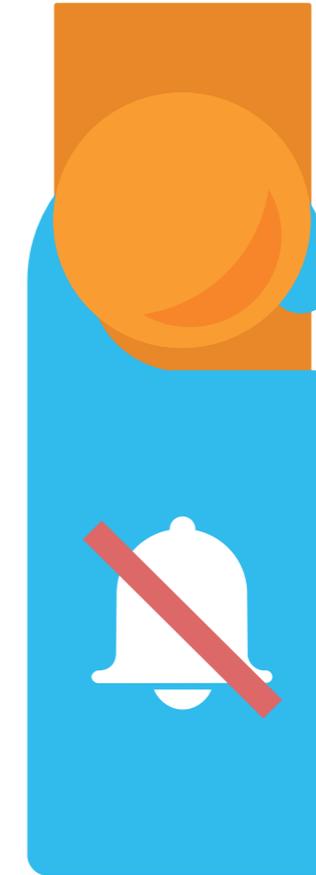


7

Respeite-o acima de tudo

Considere a privacidade e o direito de escolha do seu consumidor.

O seu objetivo com a comunicação através de SMS é construir uma relação favorável entre a sua marca e o cliente. Por isso, além de dar ao consumidor a liberdade de escolha para receber suas mensagens, cuide para não ser inconveniente: Respeite os horários de envio para não importuná-lo. Se seu cliente está em um almoço com a família no



domingo, a última coisa que ele vai querer é receber SMS de uma empresa. Por isso, considere o que ele estará fazendo no momento em que receber sua mensagem.

Seja profissional

Contrate uma integradora oficial para enviar SMS para grandes volumes de contatos.

Além de efetuar os envios com facilidade e rapidez, você tem a certeza de que todos os contatos, independentemente de sua operadora, receberão as mensagens. As integradoras cumprem as regulamentações da ANATEL, e através delas seu cliente tem a opção de receber ou não suas mensagens. É obrigatório, por regulamentação,

enviar uma mensagem de confirmação ao usuário que solicita não receber mais suas mensagens. Além disso, é proibido comercializar qualquer serviço de telefonia móvel através do SMS.

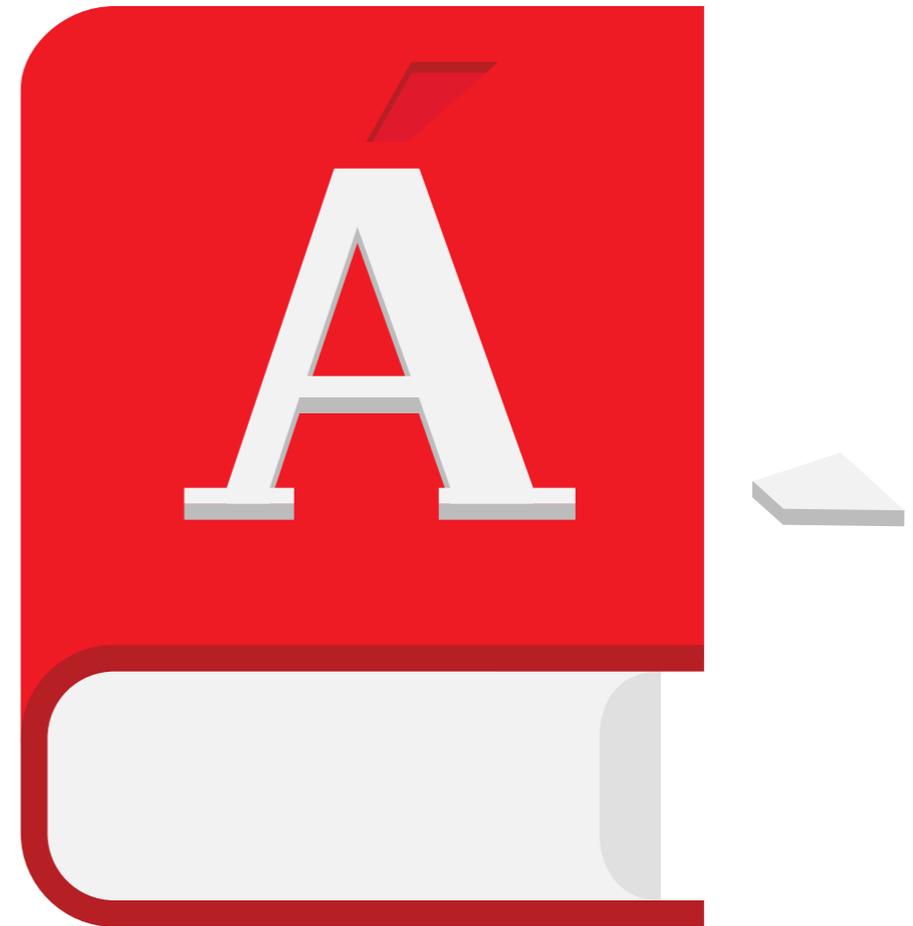


9

Preste atenção na gramática

Não cometa erros de escrita, isso pode impactar negativamente em sua imagem

Se você quer que a sua marca seja vista como profissional, escreva corretamente e não faça o uso de gírias. A única alteração nas palavras que você deve fazer ao redigir um SMS é a supressão dos acentos, pois há grandes chances de que estes caracteres não sejam entregues corretamente.

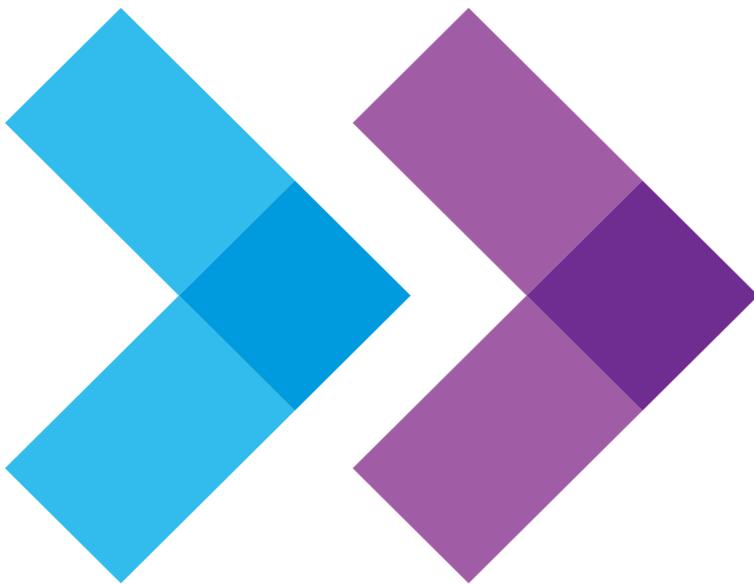


Acompanhe seus resultados

Aperfeiçoe suas estratégias a partir da análise do desempenho das campanhas.

Mensure o retorno de cada campanha para conseguir direcionar seus próximos envios da maneira mais adequada. Confira o que deu certo e o que deu errado, qual tipo de ação é mais aceita pelos usuários e qual o maior interesse deles. Conhecer seus resultados permite que você aprimore suas estratégias e supere as expectativas dos consumidores.





Sobre a Zenvia

A Zenvia é a empresa líder no mercado de serviços móveis do Brasil, entregando há mais de 12 anos soluções em mobilidade corporativa. Gera resultados para mais de 4.500 pequenas, médias e grandes empresas de diversos setores, possibilitando interatividade e comunicação entre corporações e usuários. Atende 6 das 10 marcas mais valiosas do mundo, e é responsável por 90% das integrações de interatividade móvel no Brasil. São três bilhões de SMS trafegados em um ano, e mais de 100 milhões de brasileiros já impactados por seus serviços.

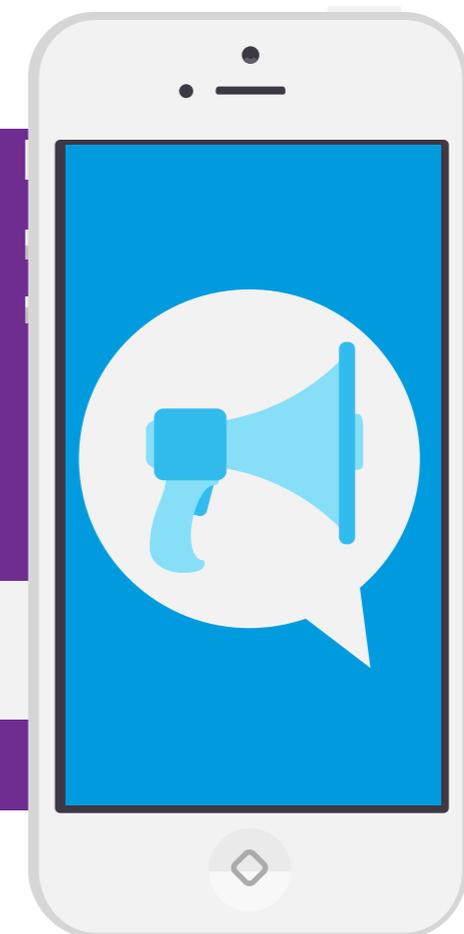
Quer aumentar suas vendas com sms marketing e botar em prática todas as dicas que acabou de aprender?

A Zenvia oferece a ferramenta ideal para a gestão completa de suas campanhas, de forma prática e intuitiva que permite enviar SMS para grandes volumes em apenas poucos cliques. Nossa plataforma disponibiliza funcionalidades que permitem que a sua empresa respeite o consumidor e cumpra as regulamentações do mercado, garantindo tranquilidade

e segurança tanto para você quanto para o usuário. Além disso, nosso sistema elabora relatórios completos de envio, para que você acompanhe na íntegra o desempenho de suas campanhas e direcione ações futuras da maneira mais adequada para cada perfil de contato.

Comece já sua campanha de sms marketing

Solicite sua conta teste em www.zenvia.com.br



Nos encontre nas redes sociais



/ZenviaMobile



/ZenviaMobile



/company/zenvia-mobile

www.zenvia.com.br