

SMS: sai che puoi usarli per fare business?

5 idee per integrare email ed SMS senza dar fastidio

Cosa c'è nell'ebook?

In questa guida trovi consigli per:

- > sfruttare i vantaggi dell'SMS
- > applicare le Golden Rules dell'SMS marketing
- > scrivere e inviare SMS
- > ideare una campagna di SMS
- > inviare il messaggio giusto, al momento giusto.

Scopri MailUp e come funziona



MailUp è la soluzione per inviare Email, Newsletter e SMS.

Scopri di più sul servizio SMS

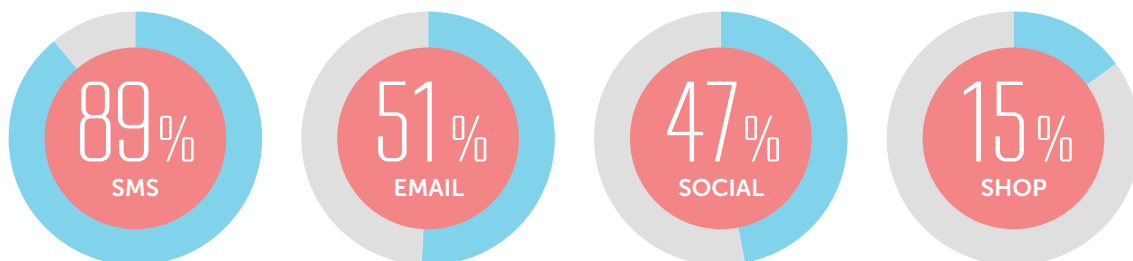
Prefazione

Gli SMS hanno ancora molto da dire

Chi dice che l'SMS è morto, dovrebbe dare un'occhiata ai dati e convincersi che il canale non solo è vivo e vegeto ma in alcuni casi è persino inesplorato dai più. Basta alzare la testa dai report per scorgere intorno a noi decine di persone che digitano freneticamente sulla tastiera, chi con un dito (probabilmente non giovanissimo), chi con due (sicuramente un nativo digitale). Esclusi i sistemi di IM, i numeri dicono che almeno **l'89%** di chi **possiede un cellulare in Italia invia e riceve SMS***.

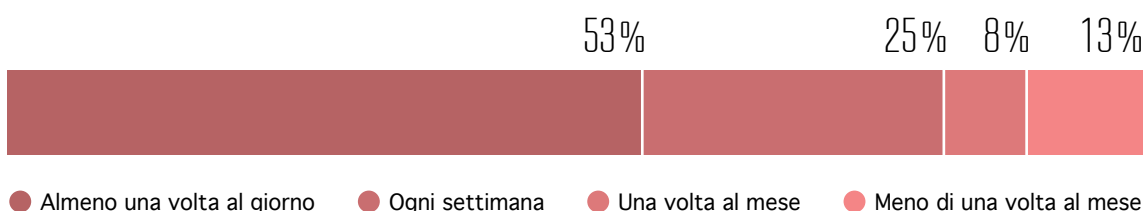
Quasi tutti gli italiani hanno un cellulare

Il **97% degli italiani** dai 16 anni in poi ha un telefono cellulare (con o senza connessione a Internet): di questi, il **27% ne ha un modello essenziale** non dotato di un sistema operativo avanzato e il 35% ha più di un dispositivo. Tra i possessori di smartphone, sono gli utenti tra i 35-64 anni i più numerosi (72%), mentre la fascia 45-64 anni detiene la più alta percentuale di possessori di cellulare senza connessione (38%).




In Italia, continua il rapporto Nielsen, l'**89%** di persone **usa** il cellulare per **inviare e ricevere SMS**, inviare **email (51%)** e fare attività su **social network (47%)**. In coda, gli **acquisti (15%)**.

Interessanti anche i dati sulla **frequenza** di ricezione pubblicitaria: il **53%** riceve **messaggi pubblicitari** almeno una volta al giorno, il **25%** settimanalmente, l'**8%** una volta al mese e il **13%** meno di una volta al mese.



● Almeno una volta al giorno ● Ogni settimana ● Una volta al mese ● Meno di una volta al mese



Trasversale a generazioni e culture, ugualmente diffuso nel Nord e nel Sud del mondo, il telefono cellulare unisce in un filo ideale i consumatori di ogni nazione e di ogni lingua. Questo numero vertiginoso di individui si informa, si relaziona, gioca e acquista usando il cellulare che porta con sé ovunque. Ogni giorno, tutti i giorni, per gran parte del tempo. Dentro e fuori l'ufficio o la scuola, dentro e fuori casa, con o senza connessione a Internet.

Quale altro canale ci fa avvicinare così tanto ai nostri potenziali clienti?

SMS Marketing: le regole

Come per l'email, anche per l'**SMS marketing** esistono delle **buone pratiche** che aiutano a creare campagne efficaci e di successo, oltre a delle **regole** spesso derivanti dal buon senso e confermate dai risultati.

Conoscerle e applicarle può aiutarci non solo a raggiungere e coinvolgere clienti nuovi e già acquisiti, ma soprattutto a individuare nuove vie per raggiungere **nuovi target**.

Proprio quelli a cui non avevamo pensato perché gli SMS erano stati dati, prematuramente, per spacciati.

Tutti i dati citati provengono da Nielsen Global Smartphone Insights, prima metà del 2012, Nielsen Mobile Insights, 2012.



Intro

- > Hai mai pensato all'efficacia di un **SMS**? Istantaneo, personale e diretto, un SMS è una leva straordinaria e proprio per questo è importante conoscere le **regole del gioco**.
- > Le **8 Golden Rules** che abbiamo stilato per aiutarti a creare e inviare le tue campagne di SMS nascono dall'**esperienza** e dai **dati**: se ne scopri altre o di migliori, sperimentale e condividile.
- > Se ancora non hai pensato a una **piattaforma di invio professionale**, scopri con noi i vantaggi di un'infrastruttura come MailUp. Uno strumento così efficace come l'SMS merita la massima attenzione, per non disperdere il suo **alto valore di persuasione**.
- > Infine, se non sai esattamente **come usare** gli **SMS**, troverai qualche idea per campagne SMS integrate. A questi spunti puoi aggiungerne altri, secondo il tuo database.
- > Sei pronto? Iniziamo!



EMAIL O SMS? ENTRAMBI, A PATTO CHE IL
MESSAGGIO GIUSTO ARRIVI AL MOMENTO GIUSTO.

Indice

1. SMS: un potenziale da esplorare

Tutti i vantaggi del canale SMS

2. Le regole dell'SMS marketing

Scrivere e inviare gli SMS

3. Inviare una campagna di SMS

L'invio con piattaforme professionali

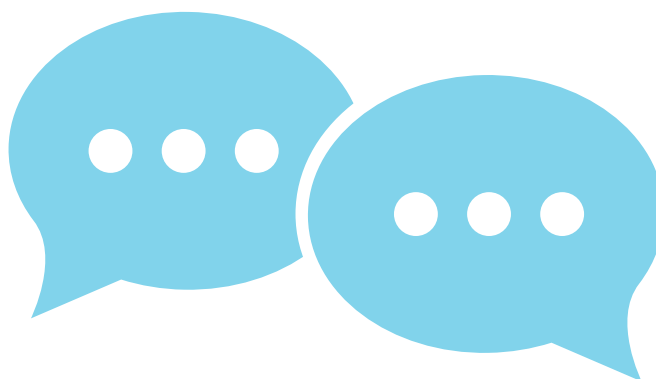
4. Integrare gli SMS

Un ecosistema di dati

5. Il messaggio giusto, proprio al momento giusto

Esempi di SMS da inviare

SMS per fare business: check-list



MAILUP È LA SOLUZIONE PER INVIARE
EMAIL, NEWSLETTER ED SMS.

SCOPRI DI PIÙ SUL SERVIZIO SMS

01

SMS: un potenziale da esplorare

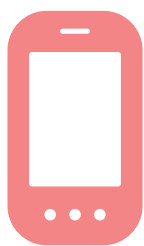
Tutti i vantaggi del canale SMS

- > Messaggiare via SMS resta l'attività più coinvolgente su un device mobile, secondo le ultime rilevazioni Nielsen*. Tra i vantaggi più evidenti degli **SMS** ci sono **tempi di lettura** quasi immediati, alti **tassi di apertura** e possibilità di **personalizzare** e **automatizzare** gli invii, in tutto il mondo e in tutte le lingue.
- > In più, gli **SMS** permettono di ideare attività **tattiche profilate** e integrate in campagne email. Inviati **da soli** o in seguito a un **clic in un'email**, gli SMS promuovono acquisti correlati con un codice sconto, comunicano informazioni transazionali, riattivano gli utenti del proprio database.
- > E l'**advertising**? I dati segnalano che in Italia **solo** il **22%** degli **utenti** riceve **pubblicità** sotto forma di SMS e di questi, il 39% è d'accordo a riceverla se ciò significa accedere gratis a contenuti esclusivi, e il 35% se il messaggio contiene informazioni geograficamente rilevanti.
- > Il coinvolgimento diretto e la chiara, unica richiesta di un'azione, fa dell'**SMS** uno dei punti di contatto più efficaci tra **consumatore** e **brand**, canale privilegiato per un'**esperienza d'acquisto** più ricca e più integrata.

Fonte: Nielsen Global Smartphone Insights, prima metà del 2012, Nielsen Mobile Insights, 2012

IN UN MESE NEGLI U.S.A. SI UTILIZZA IL CELLULARE PER

Nielsen Customer Value Metrics 2012



164,5

telefonate



644,1

minuti di chiacchiere



764,2

SMS ricevuti e inviati

02

Le regole dell'SMS marketing

Scrivere e inviare gli SMS

Per gli americani, la regola è una sola: "make it convenient, make it fun, and make it relevant". Ovvero, fai che sia molto **utile, divertente e su misura** per chi lo riceve: così dovrebbe essere un SMS, considerato il carattere molto più personale e invasivo di questa forma di comunicazione rispetto ad altre.

In **pochi caratteri** - 160 o 70 se scriviamo in alfabeti non latini - dobbiamo interessare, coinvolgere e suggerire al destinatario un'azione. Come ogni messaggio, anche gli SMS obbediscono a **regole** per la creazione e l'invio.

Le 8 Golden Rules di una campagna SMS

- 1 Sii personale, diretto e gentile**
Evita abbreviazioni criptiche, emoticon inutili e linguaggio troppo colloquiale. Niente giri di parole o, peggio, bruschi richiami all'acquisto immediato.
- 2 Offri contenuti di valore**
Lasceresti il tuo numero a uno sconosciuto? Chi lo fa, si aspetta informazioni fresche, utili ed esclusive. Non inviare lo stesso SMS identico più volte allo stesso destinatario. Invia periodicamente un SMS indicando come gestire il profilo o come disiscriversi.
- 3 Chiedi una sola cosa**
Inserisci un'unica call-to-action di facile comprensione.
- 4 Regola la frequenza di invio**
Dare il numero di cellulare è un'azione molto più forte della compilazione di un campo email. Chi te lo affida è anche molto più sensibile allo SPAM.
- 5 Rispetta gli orari**
Non inviare SMS in orari notturni. Se un'email può essere inviata a qualsiasi ora, non è così per gli SMS che sono istantanei e sono letti entro pochi minuti dall'arrivo.

02

6

Rispetta la privacy

Come per le email, invia solo ed esclusivamente a chi ha acconsentito a ricevere i tuoi SMS.

7

Fai crescere il tuo database

Ai tuoi contatti email, chiedi di completare i dati lasciando il numero di cellulare. Puoi farlo tramite concorsi on e offline, App o, se usi MailUp, moduli di autoprofilazione.

8

Non dimenticare gli altri canali

Email, adv e social media sono solo alcuni dei tanti dei canali che puoi usare per comunicare in modo rilevante. Combinali con gli SMS per una vera campagna integrata.



- ✓ Istantaneo e tracciabile
- ✓ Personalizzato e geo-localizzato
- ✓ Capace di ispirare subito l'azione
- ✓ Fa sentire importante il destinatario



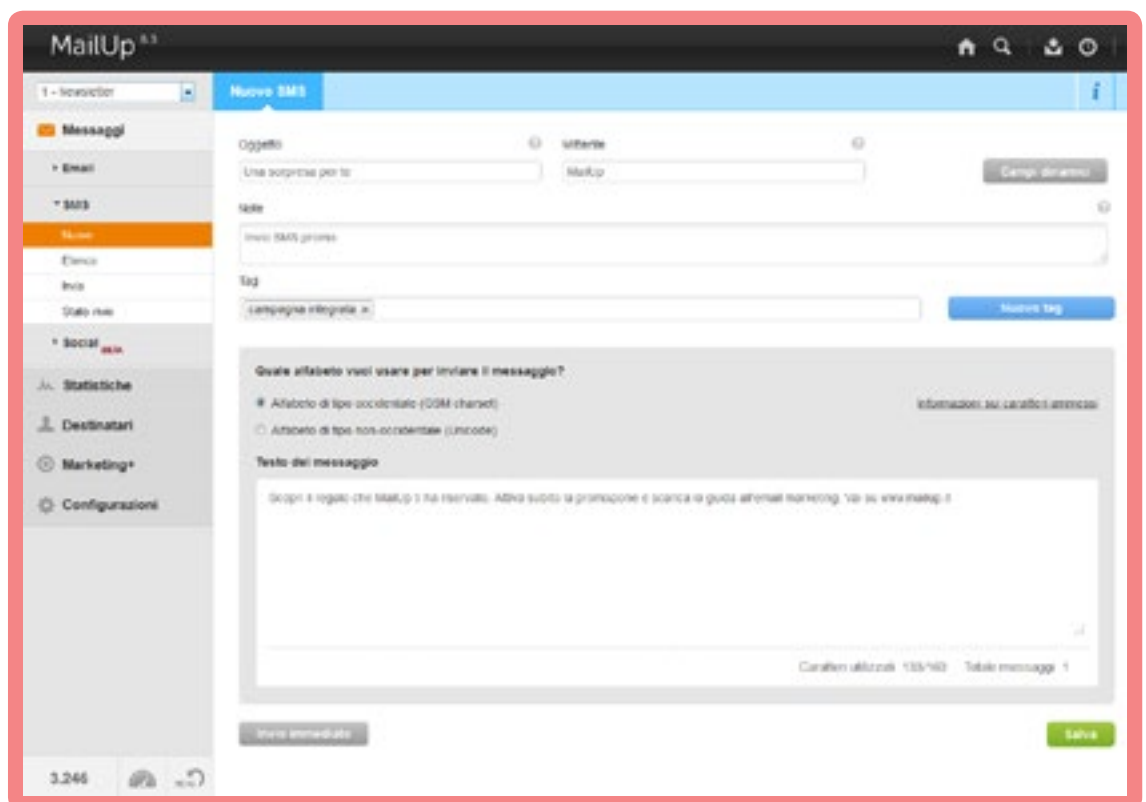
CON GLI SMS PUOI CREARE AVVINCENTI
CAMPAGNE DI MARKETING INTEGRATE.

03

Inviare una campagna di SMS

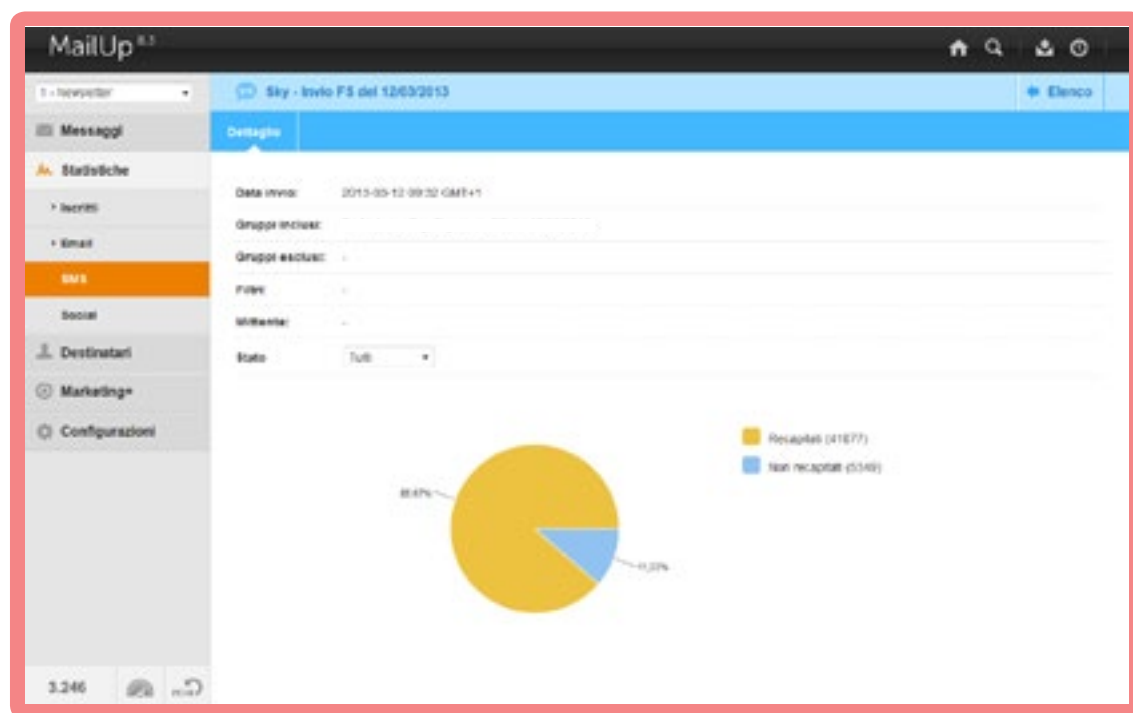
L'invio con piattaforme professionali

- > Se devi inviare un grosso volume di SMS, puoi scegliere una piattaforma di invio professionale. Un sistema come **MailUp** ti assicura non solo la spedizione e il recapito massivo dei tuoi SMS. Tutto a norma legge.
- > Dalla console MailUp puoi **personalizzare** a ogni invio il mittente e il contenuto dei tuoi **SMS**, inserendo in automatico dati come il nome del destinatario o la città in cui vive.
- > Puoi inviare a parte del tuo database usando i filtri, inviare fino a **3 SMS concatenati** e spedire in oltre 200 Paesi del mondo in tutte le lingue, grazie al supporto delle codifiche charset.



The screenshot shows the MailUp 8.3 web interface. On the left is a sidebar menu with options: Messaggi, Email, SMS, Nuovi, Elenco, Invia, Guida reale, Social, Statistiche, Destinatari, Marketing+, and Configurazioni. The main area is titled 'Nuove SMS'. It contains fields for 'Oggetto' (with the placeholder 'Una sorpresa per te'), 'Mittente' (set to 'MailUp'), and 'Note' (with the placeholder 'Invia SMS promoz'). There is a 'Tag' field with the placeholder 'campagna integrati a:'. Below these is a section 'Quale alfabeto vuoi usare per inviare il messaggio?' with two radio buttons: 'Alfabeto di tipo occidentale (GSM charset)' (selected) and 'Alfabeto di tipo non-occidentale (Unicode)'. A 'Testo del messaggio' field contains a placeholder text about a MailUp logo. At the bottom, it shows 'Caratteri utilizzati: 133/160' and 'Totale messaggi: 1'. There are buttons for 'Invia immediato' and 'Salva'.

- Puoi **programmare** gli invii in date prestabilite o a seguito di un evento, come per esempio l'acquisto su un ecommerce. Hai a disposizione moduli per sondaggi e configurazioni automatiche, per campagne di coinvolgimento e riattivazione degli utenti. Puoi perfino creare delle fasce di non disturbo, per non recapitare gli SMS di notte.
- Per ogni invio, puoi consultare **statistiche** sulla data e sull'ora di consegna, con dettagli sui motivi di eventuali mancati recapiti.



CON MAILUP GLI SMS ARRIVANO VELOCEMENTE ANCHE SE IL DESTINATARIO HA CAMBIATO OPERATORE.

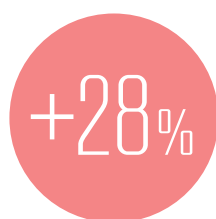
04

Integrare gli SMS

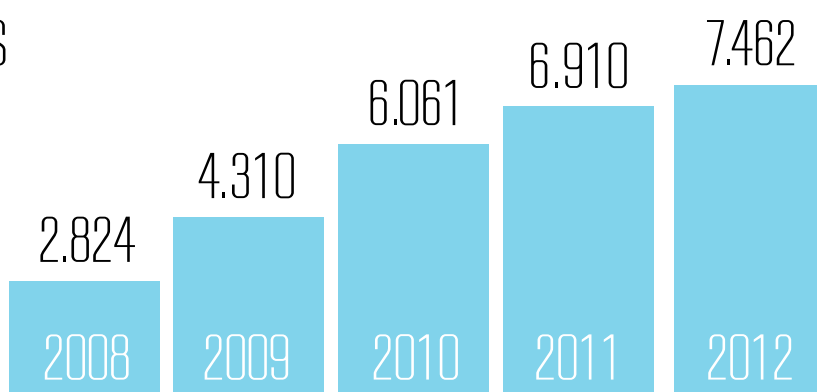
Un ecosistema di dati

- > Se moltiplichiamo l'azione di un SMS per un **numero elevato di destinatari**, puoi avere un'idea del tuo potenziale nuovo target che, dicono le statistiche, aprirà e leggerà il tuo messaggio molto più di un'email.
- > Sarebbe sbagliato, però, considerare una **campagna di SMS** come un'azione scollegata dalle altre attività che preparano, facilitano e seguono un acquisto. Campagne di promozione, invii di coupon sconto, messaggi con informazioni sono tutte fasi di un **unico processo** che non si esaurisce con l'acquisto ma che prosegue oltre questo.
- > In questa visione integrata, il **flusso di dati** generato da ogni singola azione dell'utente e del brand dovrebbe dare vita a un **ecosistema di dati**, in cui diversi database dialogano fra loro.
- > Con un **connettore gratuito** puoi, per esempio, integrare il tuo ecommerce con una piattaforma di invio come MailUp e inviare un SMS per comunicazioni urgenti o a seguito di determinate azioni.

INVII GLOBALI SMS



* Dal report AT&Kearney 'The Mobile Economy 2013'




ENTRO IL 2017, ALTRI 700 MILIONI DI PERSONE
OLTRE AGLI ATTUALI 3 MILIARDI E 200 MILIONI
AVRANNO UN CELLULARE.*

05

Il messaggio giusto, proprio al momento giusto

Esempi di SMS da inviare

- > Per chi usa gli SMS, la sfida è creare **messaggi rilevanti** ad alto contenuto di informazioni personalizzate per il destinatario.
- > Un SMS dovrebbe far leva sul **senso di partecipazione** (a un evento, a una promozione, a un target esclusivo) e sull'**urgenza** (limitazione di un'offerta), capitalizzando l'**emozione istantanea** per vendere (un servizio o un'idea) proprio quando il consumatore è pronto a spendere.
- > Ma cosa è bene inviare? **Informazioni** e **suggerimenti**, **coupon** e **alert**, **omaggi** e **inviti** senza mai dimenticare le 8 Golden Rules del capitolo 2.
- > Qui trovi alcuni suggerimenti per ideare campagne di SMS integrate.



Inserisci il codice MailUp 30 e richiedi un pacchetto crediti SMS con il 30% di sconto. Solo per te, scarica a questo link il coupon: www.esempiolink.com

Promozione di acquisti

Invio di coupon e sconti

Usa i filtri per invii a una parte del db o, se la piattaforma di invio è collegata a un db esterno, ai clienti di un ecommerce sulla base dello storico di acquisto.

Lancio prodotti

Invita a provare nuovi prodotti in esclusiva e prima di altri.

Vendite speciali

Comunica in anticipo saldi o una promozione speciale.

05



Partecipa anche tu al concorso MailUp e vinci subito una console gratis! Invia la tua parola preferita e buona fortuna: www.esempiolink.com

Azioni tattiche integrate con campagne email

Concorsi a premi


Invia link a concorsi online, profili social o iniziative digitali.

Apertura di un nuovo store

Invita all'inaugurazione di uno store sulla base dei dati geolocalizzati degli utenti.

Attività no-profit

Invita a donare per una causa e collega l'SMS a una campagna digitale.



La tua console MailUp è stata attivata e ora è pronta per il primo invio. Vai online e guarda il video per inviare in pochi passi: www.esempiolink.com

Attività di CRM

Informazioni transazionali

Invia biglietti, codici di acquisto, conferme o informazioni di servizio come l'avvenuta spedizione di un articolo o il cambiamento del gate del volo acquistato.

Informazioni commerciali

Rispondi a richieste specifiche e informa in caso di notizie urgenti.

Sondaggi

Invita i destinatari a compilare un sondaggio in cambio di contenuti esclusivi, coupon o altri vantaggi.



GLI SMS OFFRONO AI MARKETER UN CANALE PER AVERE ANCORA PIÙ INFORMAZIONI DA UN TARGET COINVOLTO E CONNESSO.

Check-list SMS per fare business

- > Vuoi sfruttare al massimo i vantaggi di un SMS?
- > Vuoi mettere subito in pratica le 8 Golden Rules dell'SMS marketing?
- > Ti piacerebbe provare un sistema professionale per inviare i tuoi SMS?
- > Hai un db esterno che vorresti integrare con una piattaforma di invio?
- > Hai già in mente una campagna SMS?

Se hai risposto sì a tutte le domande, attiva subito una console gratuita MailUp e inizia subito a sperimentare il canale SMS!

Richiedi ora



Per trenta giorni puoi creare e inviare senza impegno le tue campagne di comunicazione integrate per un massimo di venticinque destinatari.

“Difficile credere che in ogni SMS giunto a destinazione ci sia un livello così alto di tecnologia, sviluppo e comunicazione.”

SERGIO CIGOLI

RESPONSABILE SVILUPPO MAILUP



LA SOLUZIONE PER EMAIL, NEWSLETTER, SMS