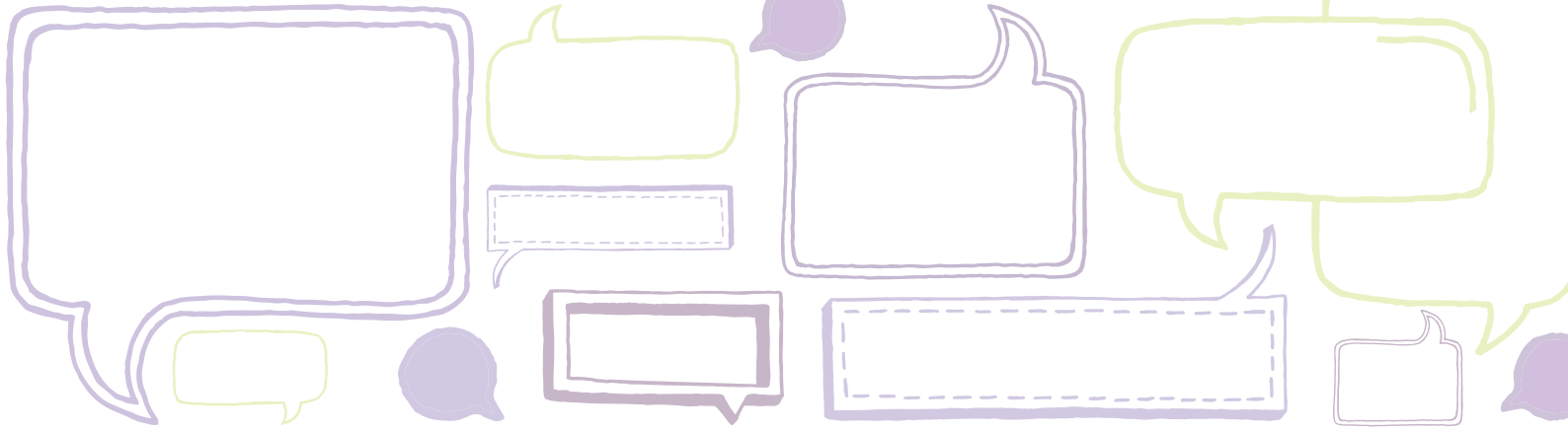




SMS Marketing

Broschüre





Ihr SMS „Spickzettel“

SMS effektiv senden

Call-to-Action

Nicht nur ein kreativer Text ist wichtig für erfolgreiches SMS Marketing, sondern auch die richtige Handlungsaufforderung.

1 Angebote

Verbinden Sie Ihren Call-to-Action mit einem Angebot

Kaufen Sie heute und sparen 20%!

Gutschein jetzt einlösen & 50€ sparen!

Nur noch 2 Tage gültig.
Registrieren Sie sich jetzt!

Kaufen Sie jetzt! Angebot endet diese Woche.

2 Zeitlimit

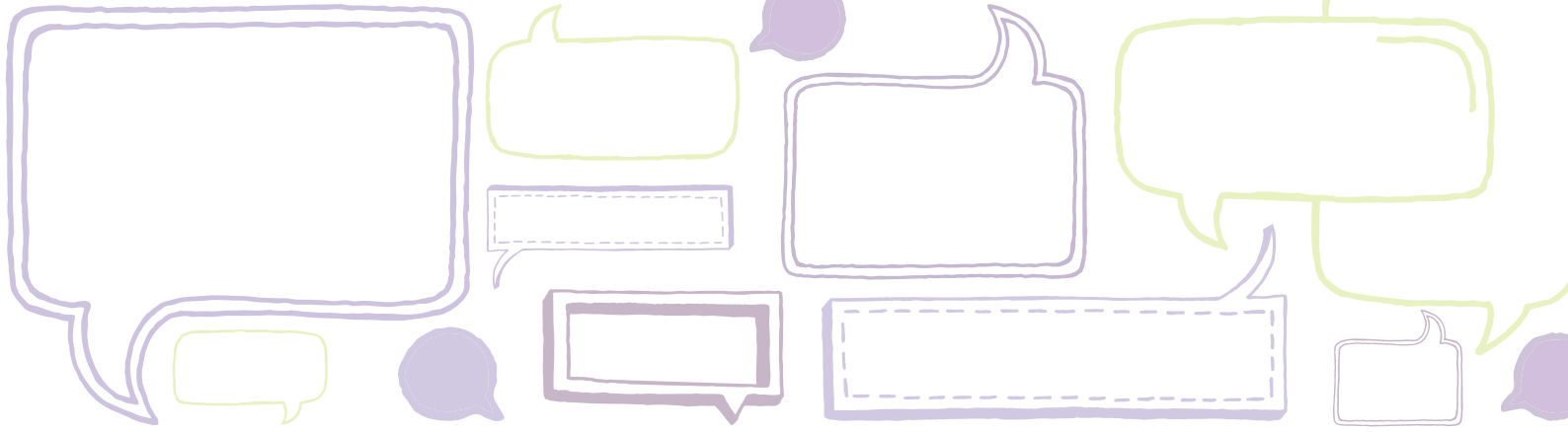
Geben Sie Ihrer Handlungsaufforderung ein Zeitlimit

3 Produkte

Nennen Sie in Ihrem Call-to-Action das konkrete Produkt bzw. den Service

Bis zu 50% Rabatt auf Jacken & Mäntel!

Gutschein heute kaufen und 30% bei Ihrem nächsten Haarschnitt sparen!



Personalisierte Nachrichten

Unpersönliche Massen-SMS sind ein absolutes „No-Go“. Um Mobiles Marketing effektiv zu betreiben, müssen Nachrichten für den Empfänger relevant und auf diesen zugeschnitten sein.

Absendererkennung

Nutzen Sie die Absendererkennung – so weiß Ihr Empfänger sofort von wem die Nachricht gesendet wurde



Individuelle SMS

Sprechen Sie Ihre Empfänger mit Namen an und senden Sie individuelle Angebote. Warum verwenden Sie nicht auch Daten vergangener Käufe?

„Hallo **Benny!** Diese Woche gibts **20%** Rabatt auf alle **Sonnenbrillen.**“

„Liebe **Frau Huber!** Mit dieser SMS erhalten Sie **25%** Nachlass auf alle **Kosmetik** Produkte.“

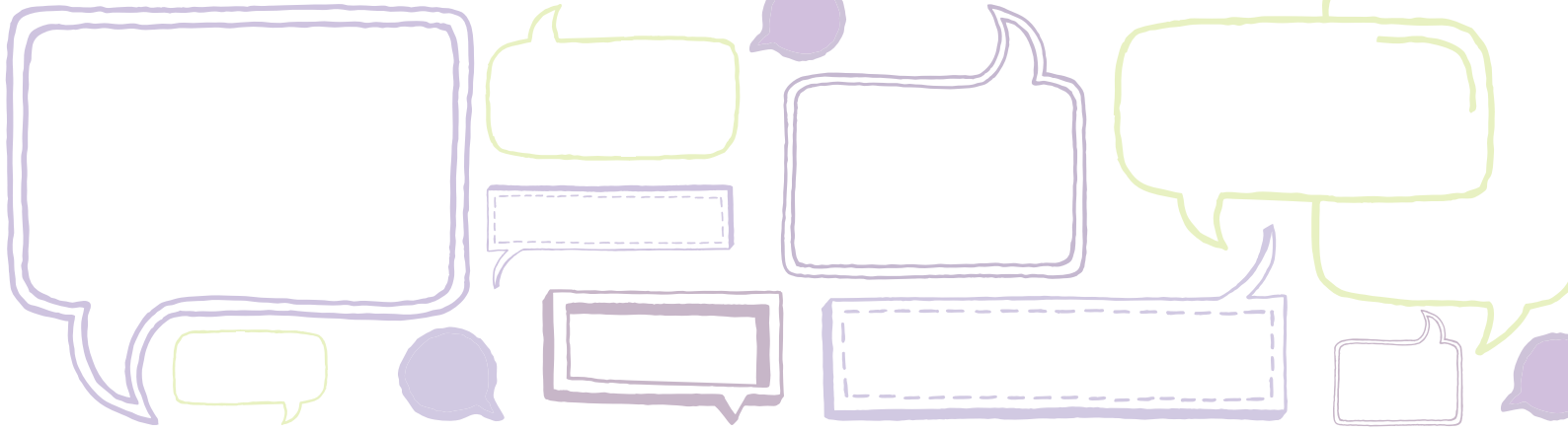
Angepasste Kommunikation

Verstehen Sie Ihre Zielgruppe und passen Ihre Kommunikation entsprechend an!

Ob Teenager, Young Professionals oder die Generation 50+ - SMS Marketing wirkt für jede Altersgruppe, jedoch muss sich die Botschaft und der Ton der Nachricht an den jeweiligen Empfänger anpassen, um diesen effektiv anzusprechen.

„Tweete uns jetzt **„2-4-1“** für deinen Code!“

„Zeigen Sie diese SMS an der Kasse und erhalten Sie **30%** Rabatt auf Ihr Ticket!“



Maximieren Sie Ihr SMS Potenzial!

Hyperlink

Wollen Sie mehr Kunden auf Ihre Webseite locken? Fügen Sie einen Hyperlink zu Ihrer SMS Nachricht hinzu, um Kunden auf gezielte Seiten zu senden.

Mit der steigenden Anzahl an Smartphone-Besitzern gewinnen Hyperlinks in SMS Nachrichten an zunehmender Beliebtheit.

Timing

Richtiges Timing ist alles! Versetzen Sie sich in Ihre Zielgruppe und identifizieren Sie an welchem Wochentag und zu welcher Tageszeit Ihre Nachricht diese am besten erreicht.

In Deutschland werden Business SMS Nachrichten durchschnittlich um 12:16 Uhr versendet. Macht dies Sinn für Ihre Zielgruppe? Ist der SMS Versand zu oder außerhalb von Geschäftszeiten, unter der Woche oder am Wochenende passend?

Opt-In & Opt-Out

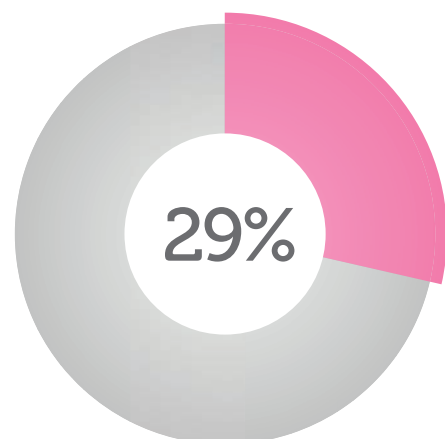
SMS Marketing ohne die vorherige Zustimmung des Empfängers ist in Deutschland wettbewerbswidrig und könnte Sie viel Geld kosten.

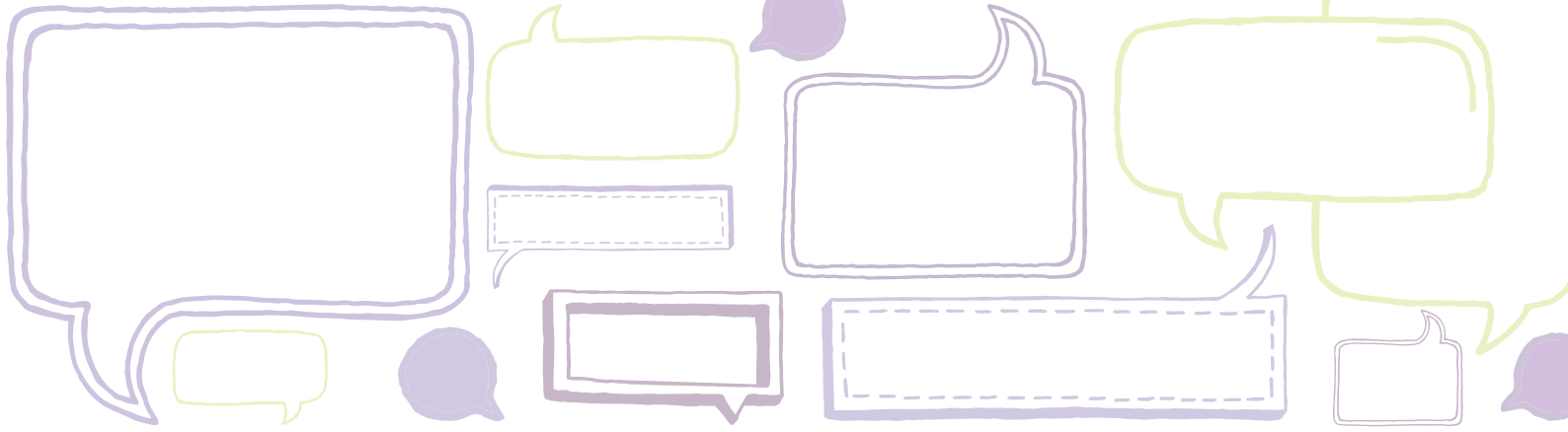
Geben Sie Ihren Empfängern die Möglichkeit sich von Ihren SMS Nachrichten abzumelden. So konzentrieren Sie sich auf Ihre Zielgruppe und verschwenden kein Geld an unerwünschten Nachrichten.



„Wir sind sehr zufrieden damit wie uns SMS unterstützen und haben großartiges Feedback von unseren Kunden erhalten. Deshalb wollen wir in Zukunft auch Bestell- und Lieferbestätigungen via SMS senden, wenn Kunden online oder via Telefon einkaufen.“

Durch den kombinierten Einsatz von SMS und E-Mails konnte Sally's ihren Umsatz um 29% erhöhen.





Erfolgreiche Kampagnen durch A/B Experimente

A/B Experimente helfen Ihnen die optimale Kampagne für Ihre Zielgruppe zu entwerfen. So erreichen Sie höhere Umsätze und verbessern Ihre Kundenbindung.

Das passende Angebot, der richtige Inhalt und Tonfall als auch die korrekte Ausführung sind entscheidend über den Erfolg einer jeden SMS Marketing Kampagne. Aber wie finden Sie heraus welche Aktion Ihre Kunden begeistert, bei welcher Uhrzeit Sie diese am besten erreichen oder welcher Inhalt die größte Wirkung erzielt? Die Realität zeigt, dass Sie diese Informationen oft in keinem Handbuch finden, sondern selbst herausfinden müssen.

A
„Kaufen Sie Ihren Gutschein heute und sparen **20%**! Code **A20**.“

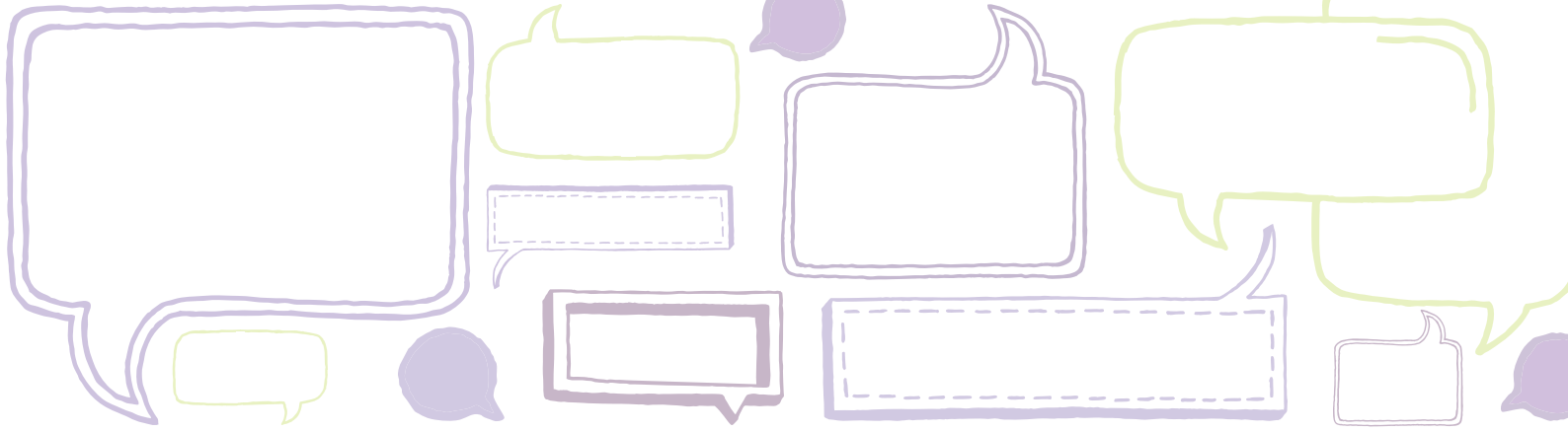
A/B Experimente sind ein großartiges Instrument, um die für Ihre Zielgruppe optimalen Einflussvariablen zu identifizieren. Dabei ändern Sie 1 Variable, wie z.B. das Angebot, während alle andern konstant gehalten werden. So können Unterschiede in Ergebnissen direkt dem geänderten Faktor zugeordnet werden. Um die Ergebnisse miteinander vergleichen zu können, wird die

Kampagne an zwei statistisch idente*, zufällig gewählte Gruppen gesendet, sodass 50% das Standard Angebot bekommen/erhalten (Kontrollgruppe A) und 50% das neue, geänderte (Experimentgruppe B).

B
„Kaufen Sie Ihren Gutschein heute und sparen **30%**! Code **B30**.“

Um den Erfolg der neuen Marketing Kampagne zu messen, können beide SMS Nachrichten z.B. einen unterschiedlichen Gutscheincode enthalten. So kann am Ende der Aktion evaluiert werden, ob die Kontroll- oder Experimentgruppe einen höheren Umsatz erzielt hat.

*Statistisch Identische Gruppen haben z.B. den gleichen Anteil an Männern und Frauen, Stamm- und Neukunden und Altersgruppen.



Kontaktieren Sie uns



Telefon

+49 (0) 351 - 8503 3399



E-Mail

sales@esendex.de



Online

www.esendex.de