

Atak około 2000 przekazów informacyjno-reklamowych w ciągu jednego dnia to statystyki przypadające na jednego człowieka w dzisiejszych czasach. Jak w skupisku informacyjnego chaosu dotrzeć właśnie z naszym przekazem? Co sprawia, że SMS jest lepszym i bardziej skutecznym narzędziem reklamy marketingowej niż inne metody dotarcia do klienta?

Okres, w którym reklama masowa dostarczała oczekiwane profity odchodzą do lamusa. Kluczową pozycję zajmuje krótki i precyzyjnie skierowany do wybranego adresata, przekaz informacyjny. Takie właśnie rozwiązanie daje współczesnym twórcom reklam, wiadomość SMS. Ta forma komunikacji dotyczy jednego z najbardziej osobistych urządzeń i rządzi się swoimi prawami, na które trzeba zwrócić uwagę.

Istotą sukcesu kampanii SMS-owych jest zainteresowanie potencjalnego klienta i wygenerowanie u niego potrzeby i akcji, mając do dyspozycji 160 znaków. Kolejną istotną sprawą, jeśli nie najważniejszą, na którą muszą zwrócić uwagę osoby tworzące przekazy reklamowe, jest zgoda na otrzymanie reklamy. Jak twierdzi Seth Godin, promotor marketingu, tylko taka filozofia ma szansę w przyszłości i może zmienić potencjalnych zainteresowanych w klientów lub idąc nawet dalej w partnerów.

Rozwój technologii komunikacyjnej i kontekstowość reklamy to czynniki wpływające na zmiany w funkcjonowaniu marketingu współczesnej firmy. Mając do czynienia na codzień z ogromnymi ilościami reklam, najprościej mówiąc uodporniamy się i ignorujemy je. Przedsiębiorstwa aby osiągnąć zadowalający poziom zwrotu z inwestycji na reklamę muszą szukać nowych kanałów przekazu informacji.

Firma TideSoftware.pl w swojej usłudze TideMobile udostępnia prostą wysyłkę SMS-ów z nadpisem w polu nadawcy (tzw. brandingiem), polegającą na wybraniu bazy docelowej numerów GSM. Listę tą można dowolnie zawęzić wg kryteriów, aby łatwiej dotrzeć do konkretnego klienta.

Istnieje również inna, pełniejsza opcja wysyłania SMS-ów. Realizacja wygląda następująco: wysyłane jest zapytanie o zgodę na przesłanie oferty handlowej do bazy numerów, następnie odbierane są zgody. Każda zgoda jest przesyłana przez e-mail do danego usługobiorcy SMS-ów wraz z informacjami teleadresowymi. Do tego procesu wykorzystane są usługi SMS Sender, SMS Receiver, Mail Sender.

Zmiana w marketingu- od masowej sprzedaży, do marketingu opartego o kontakt „one-to-one” dają możliwość lepszego dopasowania produktu do potrzeb klienta a co za tym idzie kontaktów z nim na zasadach partnerstwa.

Źródło:

[www.tidesoftware.pl](http://www.tidesoftware.pl)

[www.tidemobile.pl](http://www.tidemobile.pl)

Karolina Ślesicka