



SMS MARKETING



Importancia del SMS Marketing para tu E-Commerce

¿Sabías que hoy día existe una manera de enviar mensajes a tus clientes que, aunque suene pasado de moda, es igual de eficiente que cualquier técnica moderna para captar clientes?

De eso estaremos hablando en esta oportunidad y que Engrane Digital te facilita para que logres tener beneficios extras con tus clientes.

Antes de entrar en detalle del tema, es necesario que tengas claro cuáles son las estrategias de marketing y de publicidad o campañas afines que van a dar a

conocer tu producto o servicio en la web. Es lo más fundamental para posteriormente iniciar la conexión entre cliente y vendedor (tienda online). Ya que, mantener esta comunicación y que la conexión siempre sea positiva marcará la diferencia y te dará mucha ventaja con respecto a tus competidores.

En función a ello podemos definir el SMS Marketing como la estrategia que respaldará la imagen de tu negocio y empoderará tu marca, aportándole valor, llegando de una forma más personal al cliente sin necesidad de tener conexión física con el mismo, permitiéndote, por ende, tener su fidelización.

Adentrándonos un poco más al tema, definiremos lo que es el SMS Marketing o Publicidad por SMS:

Este concepto se puede definir como la publicidad que hace una marca con sus clientes a través de mensajes de textos convencionales, por medio de una red de telefonía GSM y no por internet. Sus siglas en inglés "Short Message Service".

Este tipo de publicidad surge de la necesidad que tenían las empresas de poder mantener y reforzar las relaciones con sus clientes de una forma segura y sencilla para ellos, usando los recursos que hoy día son más utilizados y en donde los clientes puedan recibir la información en directo, desde sus móviles personales.

Actualmente los mensajes de texto han evolucionado de un terreno interpersonal a un terreno comercial y transaccional usado para las empresas. Es el canal más directo para llegar a los clientes, haciéndolos sentir valorados e importantes.

Se puede decir, que es el SMS Marketing forma parte y va de la mano con el Plan de Marketing general de la empresa, por lo que, una cosa va de mano con la otra y es fundamental que ambas funcionen a la par.

¿Cómo debes aprovechar las campañas de SMS Marketing?

El mejor consejo que debemos darte para que aproveches al máximo estas campañas, es que tengas un orden de ideas claro, es decir, que organices por

segmento cada cosa y las personalices para que tengas distribuido tu material y puedas utilizarlo para cada sector publicitario que haga falta.

Haz campañas para días y ocasiones especiales y programa esta con tiempos limitados. Por ejemplo, campañas para días como Black Friday en donde brindes grandes descuentos o puedas regalar productos que sólo dure ese día, te aventajará muchísimo camino y tiempo en tu estrategia publicitaria. La urgencia es importante para estos fines.

Campaña de liquidación

En este tipo de promoción el factor que más debe predominar es el tiempo. Porque, debes hacer ver que se agota el tiempo en donde van a aprovechar solo los que puedan comprar esas “ultimas unidades” del producto que promociones.



Códigos de Descuento o Promociones

Aquí se busca que el cliente entienda muy bien de que se trata el objetivo y el beneficio que le traerá a él contar con esta promoción. Es muy importante configurar los mensajes que se le envíen a los clientes de forma personalizada porque esto logra atraer y atrapar su interés casi de inmediato, posibilitando tener éxito en el objetivo.

Ventajas del SMS Marketing

Sin duda alguna la ventaja más notoria es la relación que creas con tus clientes, estar siempre presente en sus vidas te abrirá muchas puertas para afianzar la relación, así sea a través de un teléfono móvil generando información, promociones, descuentos de valor para ellos.

Puedes configurar estos mensajes en diferentes formatos, pero siempre tratando de crear una buena imagen para la empresa. Sin duda, este tipo de comunicación hará que mejores en cuanto a la reputación de tu marca y permitirá que crees un vínculo ya que supondrá un canal de comunicación directa e internacional con ellos. Mejorarás también la tasa de lectura en comparación con el email marketing, y reducirás costes, ya que es un canal muy económico.

¿Pueden las campañas de SMS Marketing potenciar las ventas de mi tienda online?

Claro que puede ayudarte en todo sentido, hacer marketing por este tipo de mensajes no es nada complicado. Puedes instalar un módulo SMS de LabsMobile integrar tu base de datos y segmentarla para luego comenzar a usar esta herramienta. De este modo, crearás un montón de acciones a través de los SMS que te ayudarán a potenciar las ventas y como en repetidas ocasiones te hemos mencionado, fidelizar a tus clientes.



Te pueden servir estos ejemplos:

- Informar y comunicar a los clientes el estado de sus pedidos. Esto da fiabilidad a los clientes y los anima a seguir comprando en tu tienda online. Mejorando de esta forma las ventas a largo plazo.
- Enviar pases o notificaciones para Showrooms, eventos u otros actos que necesitan de la participación de la gente. Esto incrementará la participación y la cantidad de gente asistente, ya que más gente recibirá las entradas a través de su móvil.
- Crear campañas personalizadas y segmentadas para tu base de datos. Esto te permitirá aumentar la tasa de conversión de todas tus campañas.

- Enviar mensajes SMS para recordar los carritos olvidados. Este punto aumentará tus ventas ya que un porcentaje de gente acabará comprando definitivamente.
- Comunicar nuevos productos, promociones, rebajas, outlets o otras promociones en fechas señaladas, como Black Friday, Día de la Madre, CyberMonday. La comunicación directa con los clientes aumenta su confianza.

Para que puedas visualizar mucho mejor como sería una campaña de SMS Marketing,

Supongamos que tenemos una perfumería online que usa los mensajes de texto para hacer campañas de marketing a sus clientes. Nuestro primer objetivo es tener un plan. Definir este objetivo será la clave del éxito de la campaña. En este caso este ecommerce que vende perfumes optó por incrementar las ventas a través de un código promocional con descuento.

Lo segundo sería clasificar o segmentar a los usuarios que van a recibir nuestra campaña. En este caso el comercio electrónico no diferenció entre perfumes de hombre o de mujer, porque en su caso querían tener ambos mercados sin necesidad de conocer al target y limitarlo en el tiempo para darle más urgencia a la promoción.

En tercer lugar, crear dentro de la plataforma el mensaje que vamos a mandar al público seleccionado. Esta perfumería creó este mensaje:

"Introduce el código VERANO y obtén un 20% DTO. Campaña hasta el 31 de Agosto. Por 2€ te lo llevamos a casa (Península). Compra en www.Perfumeríaejemplo.com"

Para entender un poco más la dinámica, debemos saber que el mensaje fue creado de esa forma, para que la llamada a la acción pueda entrar en la web e introducir el código promocional, que en este caso sería verano. Por este motivo se incluye el enlace a la web al final de todo.

Es importante que el mensaje que se suministre este formulado con una información clara y concisa, para que no quede lugar a dudas por parte del mismo y se cumpla la función del mismo, que es que aumenten las tasas de conversión. Sin olvidar que el mensaje debe ser personalizado al remitente.

Estos mensajes puedes usarlos como una estrategia de marketing multicanal y usarlo en diferentes formatos para diferentes canales de comunicación. Pero debes adecuar cada mensaje. Los mensajes SMS deben tener un formato concreto. Conocer sobre las condiciones de caracteres y esas limitaciones, antes que nada. Te recomendamos ver cómo redactar mensajes para ser efectivos.



Por último, pero no menos importante, hay que ver las métricas y analizar los resultados de la campaña. Esta campaña en concreto analizó lo siguiente:

- De los mensajes enviados, ¿cuántos fueron leídos?

- ¿Cuántos usuarios entraron en el link?
- ¿Cuántos usaron finalmente el código de compra?

Los resultados fueron muy buenos para esta campaña de 7700 mensajes. Con una tasa de 92% de mensajes entregados, sólo un 8% de errores (que a menudo son teléfonos incorrectos de la base de datos), 33 segundos de confirmación como media y un tiempo medio de todo el proceso de 10 segundos.

Con el Módulo SMS que te sugerimos anteriormente, podrás ver la tasa de entrega, la de apertura y los clics de una manera más sencilla y hacer todo desde esa herramienta.

Conclusión

No cabe duda que esta estrategia de campañas publicitarias para tu marca, será de gran ayuda para encaminar tus ventas y fidelizar a tus clientes con tu manera de promocionar tus productos o servicios. Debes siempre tomar todos estos consejos como valores fundamentales a la hora de armar un plan de negocios para tu empresa. Todos estos, te ayudan y te brindan una idea más clara del manejo estratégico y con resultados favorables de una tienda online, consiguiendo el objetivo más claro que es la conexión personal con los usuarios.

Engrane Digital

Guadalajara, Jalisco
Fontaneros 779, Jardines de la paz
Teléfono
(33)44 4499 33
contactogdl@engranedigital.com

Sucursal

Monterrey, NL
Díaz Ordaz 140 torre 2 Piso 20, Santa María
Teléfono
(81) 8865-4311
contactomty@engranedigital.com

Engrane digital S. de R.L. de C.V. © 2012 Todos los
derechos reservados