



سرفصل های اصلی مقاله:

- اس ام اس مارکتینگ
- چه کسب و کارهایی میتوانند از پنل اس ام اس استفاده کنند؟
- کاربرهای اس ام اس مارکتینگ
- 5 قدم برای انتخاب بهترین سامانه پیامکی
- فواید استفاده از پنل اس ام اس در کسب و کارها
- 4 اشتباه مهم در ارسال پیامک

در مقالات گذشته درباره [دیجیتال مارکتینگ آنلاین](#) صحبت کردیم

اس ام اس مارکتینگ یکی از زیر مجموعه های دیجیتال مارکتینگ است که در این مقاله به این مبحث میپردازیم:



اس ام اس مارکتینگ

در عصر تکنولوژی برای جذب مشتری های جدید و نگه داشتن مشتری های قبلی بازاریابی و تبلیغات از اهمیت زیادی برخوردار است

که در این راه می توان از راههای مختلف استفاده کرد.

اس ام اس مارکتینگ یا بازاریابی پیامکی یکی از موثرترین روش ها می باشد.

امروزه اکثریت اقشار جامعه وقت زیادی برای گوشی های خود صرف می کنند در نتیجه با بازاریابی حرفه ای می توان این دسته از مردم جامعه را هدف قرار داد.

آمارهای موجود نشان می دهد بین 95 تا 98 درصد پیامکها توسط مخاطبان خوانده می شود.

یکی از مهمترین ویژگی های این سیستم کاهش هزینه های تبلیغاتی و سرعت بالای انجام آن است.

محتوای متن پیامک از اهمیت زیادی برخوردار است و توجه به این نکته باعث پیشرفت کسب و کار می شود.

به طور کلی متن پیامک باید به گونه ای باشد که در ذهن مخاطب باقی بماند و از شعار دادن پرهیز شود.

یکی از رموز موفقیت در این نوع مارکتینگ استمرار در ارسال پیامک است.

چه کسب و کارهایی می توانند از پنل اس ام اس استفاده کنند؟

تجارت شما در هر زمینه ای که باشد اگر بتوانید به درستی از اس ام اس مارکتینگ استفاده نمایید

می تواند نقطه تحول شگرفی در سیر تبلیغات تجارت باشد،

به شرط آنکه جامعه هدف آن کسب و کار به دقت انتخاب شده و اصول بازاریابی پیامکی رعایت شود.



پس از ارسال پیامک تبلیغاتی تحلیل گزارش‌های ارسالی و ارتباط با مخاطبین از اصلی‌ترین نکات به شمار می‌رود.

اکثر کسب‌وکارهایی که به صورت آنلاین فعالیت می‌کنند مانند فروشگاه‌های اینترنتی، مؤسسات آموزشی،

می‌توانند از پیامک برای فعال‌سازی مشتریان قدیمی و جذب مشتریان جدید استفاده کنند.

همچنین کسب‌وکارهای غیر آنلاین مانند مدارس، آموزشگاه‌ها، فروشگاه‌ها، شرکت‌ها و ... همگی با خرید پنل پیامکی و ارسال اس ام اس می‌توانند به رشد کسب‌وکار خود و کاهش چشمگیر هزینه‌ها در امور کمک کنند.



اس ام اس مارکتینگ

کاربردهای اس ام اس مارکتینگ

- معرفی محصول یا سرویس جدید
- فروش یا پیشنهادات
- اطلاع رسانی
- یادآوری تحویل کالا



- یادآوری روزهای مهم و خاص
- اخبار مهم
- خدمات مشتریان
- پیغام های تاییدیه

مراحل انتخاب بهترین سامانه پیامکی:

• پوشش تمام اپراتورهای قانونی توسط سامانه پیامکی

اولین نکته ای که باید به آن دقت کنید، انتخاب سامانه ایست که تمام اپراتورهای قانونی ایران را پوشش دهد.

بنابراین بهتر است برای پیشگیری از ضرر و زیان، خدمات پیام کوتاه را فقط از شرکت های معتبر و ثبت شده بگیریید

که امکان تحقیق درباره اطلاعات شرکت و شناسه ملی موسسان آن را داشته باشید.

• بررسی ویژگی های سامانه

یکی از مهم ترین عناصر بازاریابی پیامکی شما، دیتابیس Database مشتریان شماست.

بنابراین دقت کنید که سامانه پیامکی انتخابی تان قابلیت اتصال به وب سرویس را داشته باشد

تا بتوانید به راحتی به اطلاعات و شماره های مشتریان تان دسترسی داشته باشید.

یکی از بهترین راه هایی که بتوانید ویژگی های سامانه های مختلف را بررسی کنید و پنل مورد نظر تان را انتخاب کنید

استفاده از نسخه تست رایگان یا دموی آن هاست. در بیشتر سامانه ها این امکان وجود دارد.



• بررسی هزینه‌ها و تعرفه‌های سامانه‌های پیامکی مختلف

هزینه ارسال پیام کوتاه یک هزینه جاری است از این رو تعرفه ارسال پیامک در تعداد بالا روی هزینه‌ها تأثیر زیادی دارد.

اغلب سرویس‌دهنده‌ها تعرفه ارسال پیام کوتاه را بر اساس میزان پیش‌خرید کاربر تعیین می‌کنند به این شکل که با پیش‌خرید بیشتر، تعرفه ارسال پیامک کاهش خواهد یافت .

برای مقایسه تعرفه ابتدا متوسط تعداد پیامکی که در هر ماه ارسال خواهید کرد برآورد کرده و بر اساس آن تعرفه‌ای که سرویس‌دهنده‌ها تعیین کرده‌اند را مقایسه کنید.

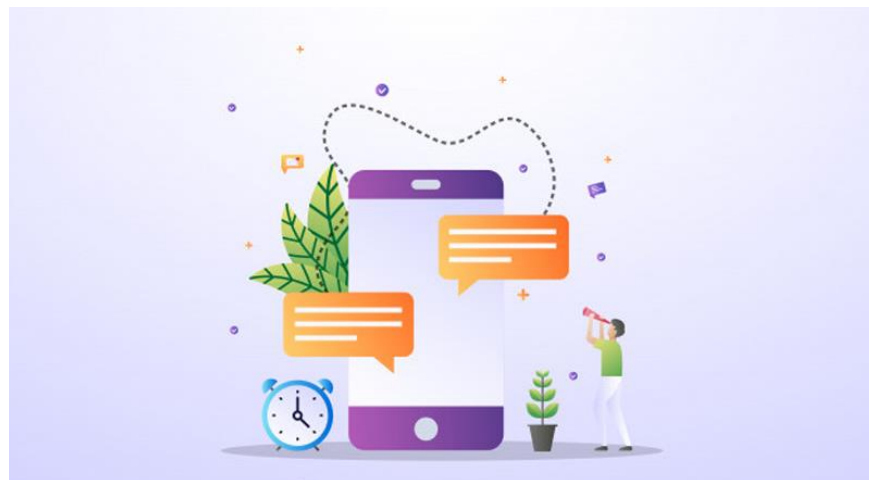
• پشتیبانی قوی

سامانه پیامکی که شما انتخاب می‌کنید باید پشتیبانی قوی و پاسخگو داشته باشد که در تمام روزهای هفته و حتی روزهای تعطیل به شما پشتیبانی دهد به این دلیل که شما علاوه بر ساعات اداری در روزهای تعطیل هم نیاز به ارسال پیامک دارید.

• بانک کامل و جامع

شما برای ارسال پیامک به شماره‌های مختلف به بانکی احتیاج دارید که شماره همه مشاغل را داشته باشد.

بنابراین سامانه انتخابی شما باید یک بانک کامل و جامع داشته باشد که شما بتوانید بر اساس تجارت خود از بانک شماره‌های مختلف استفاده کنید.



فواید اس ام اس مارکتینگ

فواید اس ام اس در کسب و کارها

از اقدام تا عمل فاصله وجود ندارد

در هر کسب و کاری ارزشمندترین گزینه زمان است که با هیچ مبلغی قابل خرید نیست لذا تبلیغات شما باید در کمترین زمان ممکن انجام شود.

در این نوع بازاریابی از لحظه‌ای که تصمیم به خرید سامانه اس ام اس می‌گیرید تا فعال‌سازی سامانه پیامکی نهایتاً چند ساعت زمان می‌برد.

بیشترین امکان دیده شدن پیام‌های مهم

با توجه به آمار که نشان می‌دهد 98% پیامک‌ها خوانده می‌شود، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که پیامک نسبت به دیگر روش‌های اطلاع‌رسانی قابل‌اعتمادترین راه ارتباطی با جامعه هدف است و میتوانیم اطمینان حاصل کنیم که تبلیغات ما دیده شده است.



کسب و کار شما حرفه ای دیده شود

وقتی بلافاصله پس از خرید برای مخاطب شما پیامی حاوی تشکر یا پیامی برای نظرسنجی ارسال می شود مخاطب با دریافت پیامک از شما و اطلاع رسانی به موقع به حرفه ای بودن کسب و کار شما اعتماد پیدا میکند و به شما به عنوان یک تجارت به روز و کارآمد نگاه می کند.

به هدف خود که فروش بیشتر است میرسید

وقتی شما ارتباط مداوم با مشتریان خود دارید و پیشنهاد های مناسب خرید به آنها ارائه می دهید احتمال خرید مشتریان بسیار بالا می رود و به فروش بیشتری دست پیدا خواهید کرد.

به جامعه هدف مناسب کسب و کار خود دسترسی پیدا می کنید

با وجود ابزارهایی هدفمند در سامانه اس ام اس، دسترسی به جامعه هدف بسیار آسان بوده و هزینه تبلیغات تنها صرف مخاطبینی می شود که امکان مورد توجه قرار گرفتن کسب و کار شما از سمت آنان وجود دارد.

پشتیبانی حرفه ای و بی دردسر به مشتریان ارائه می کنید

با وجود ارتباط پیامکی بین شما و مشتریان، آنها اطمینان دارند که به راحتی می توانند مشکلاتشان را با شما مطرح کنند،

چراکه علاوه بر تماس تلفنی یک راه ارتباطی پیامکی نیز برای آنها فراهم شده است.

هنگامیکه شما پیامک نظرسنجی به مشتریان ارسال می کنید این اطمینان خاطر را به آنها می دهید که همیشه پاسخگوی نیازهای آنها هستید.

تمامی اخبار و محصولات جدید را به اطلاع مشتریان می رسانید

با ایجاد گروه بندی بین مشتریان خود می توانید هر اطلاعیه ای را به گروه خاصی که مخاطب است ارسال کنید. تنها کاری که شما باید انجام دهید تهیه یک متن مناسب است.



یکراه تبلیغاتی با کمترین هزینه خواهید داشت

تبلیغات هزینه بر است اما بازاریابی پیامکی این امکان را می‌دهد که با صرف کمترین هزینه بیشترین بازدهی را داشته باشید، با طراحی یک کمپین تبلیغات پیامکی می‌توانید مخاطبین هدف کسب‌وکار خود را جذب کنید و با ابزارهای تحلیلی به تحلیل گزارش آن بپردازید.

4 اشتباه مهم در ارسال پیامک

ارسال پیامک در زمان‌های نامناسب : برای هیچ‌کس بیدار شدن از خواب با صدای پیامک‌های تبلیغاتی خوشایند نیست یا هیچ‌یک از ما در ساعت 10 صبح یک روز تعطیل به فکر خرید بسته‌های آموزش زبان اسپانیایی نیستیم لذا باید به زمان ارسال پیامک دقت داشته باشیم که مخاطب هم آن را بخواند و هم اقدام به خرید آن نماید.

استفاده از متن بسیار مختصر: شما در پیامک خود می‌توانید از 160 کاراکتر استفاده کنید پس از حداکثر فضا استفاده کرده و محصول یا خدمات خود را به‌درستی معرفی نمایید.

ارسال مکرر پیام‌ها : همیشه کمیت مهم نیست. شما باید پیامک باکیفیت خود را مثلاً ماهی 2 بار ارسال کنید و از کلافه کردن مشتری خودداری نمایید.

نداشتن گزینه انصراف : بهترین پیام‌های تبلیغاتی هم امکان دارد با استقبال مشتریان مواجه نشود پس با فعال کردن گزینه انصراف باعث می‌شوید ذهنیت مخاطب درباره شما تغییر نکند و پیامک فقط برای مخاطبان خاص خود ارسال شود.