

# קמפיין SMS מוצלח לעסקים

## מדריך מקוצר



**SMS הוא אחד מכלי השיווק החזקים ביותר העומדים לרשות בית עסק.**  
כדי לבצע קמפיין מוצלח ב-SMS חשוב קודם כל להכיר את כללי היסוד החשובים בתחום.

בשנת 2016 לקוחות InforUMobile שלחו באמצעות המערכת למעלה מ- 1,000,000,000 הודעות SMS. לפיכך יש לנו תמונה רחבה מאוד על התנהגות השוק והצרכנים. לאור הניסיון שלנו במשך 15 שנים, התובנות שאספנו ממאות אלפי קמפיינים, שיחות עם חברות מובילות בארץ ובעולם שמבצעות דרכנו קמפיינים מוצלחים והכרות מעמיקה עם עולם השיווק ב-SMS, הפקנו עבורכם מדריך מקוצר בעזרתו תוכלו גם אתם להשתמש נכון ב-SMS ככלי שיווק מצוין לעסק שלכם.

# 10 כללי האצבע

## לקמפיין מוצלח באמצעות SMS:

### 1. פרסונליזציה



הוספת שם הנמען בהודעת ה-SMS הופכת את ההודעה להרבה יותר אישית לנמען ויותר נעימה לקבלה. לכן פרסונליזציה מגדילה משמעותית את אחוזי התגובה של הנמען. במערכת InfoSMS, ניתן בקלות ליצור הודעות SMS בצורה אוטומטית עם שם האדם.



**לדוגמא:** "שלום [ שם הנמען ], אתה מוזמן למכירה מיוחדת באופנת מתלבשים. מתנה על כל קנייה. נתראה ביום ראשון ב- 13:00"

לחלופין, ניתן לשלב את שם הנמען גם במקומות יותר מפתיעים בהודעה

**לדוגמא:** "תזכורת, מחר מכירה מיוחדת באופנת מתלבשים. [ שם הנמען ] נשמח אם תגיע, יש מבצעים אטרקטיביים עבורך."



בנוסף, אם יש לכם יותר מידע על הלקוחות שלכם, לדוגמא רשת האופנה יודעת באיזה סניף הלקוח מבצע את הרכישות בדרך כלל, ניתן לעשות פרסונליזציה יותר ממוקדת

**לדוגמא:** " [ שם הנמען ] היקר, סוף שבוע של הנחות באופנת מתלבשים, מחכים לך בסניף {שם סניף}"





## 2. שימוש נכון בזיהוי השולח

מומלץ לשים את מספר הטלפון של בית העסק בזיהוי השולח בהודעת SMS כדי לאפשר ללקוח שלכם להתקשר אליכם חזרה בלחיצת כפתור בודדת. תתפלאו כמה לקוחות רוצים להתקשר לשאול/לברר/ולממש לגבי תוכן ה-SMS ששלחתם להם.

**לדוגמא:** אם יש לכם פיצריה ואתם שולחים ללקוחותיכם מבצע לגבי הזמנת פיצות, שימו את הטלפון של מוקד ההזמנות במספר השולח כך מי שרוצה להזמין רק לוחץ "Send" לצורך מענה. בלי זה, אותו לקוח צריך לחפש את הטלפון שלכם, נניח באינטרנט ואז אולי ימצא פיצריה אחרת ולא יזמין מכם.



זה נשמע טריוויאלי אבל אנחנו נתקלים כל הזמן בלקוחות שלא עושים זאת. בזיהוי השולח אפשר לשים במקום מספר טלפון גם אותיות (באנגלית עד 11 תווים) של בית העסק אבל החסרון הוא שבמקרה כזה לא ניתן לחייג אליכם חזרה.

**שימו לב, מספר הטלפון שלכם אינו גוזל תווים מתוכן ההודעות ה-SMS שלכם (זה בנפרד).** מומלץ כמובן לשים מאחורי הקו אדם שידע לתת מענה לפונים, שיהיה מודע לקמפיין ויוכל לספק אינפורמציה נלווית או להפנות לגורם הרלוונטי.



## 3. תזמון נכון של ההודעה

מועד שליחת ה-SMS הוא מאד מהותי באחוז היענות של הצרכנים.

בדרך כלל עבור קמעונאים שעות השליחה הטובות ביותר הן בין 17:00-16:00 וזאת כיוון שזו השעה שצרכנים בסיום עבודה והם יותר פנויים לקבלת הודעות שיווקיות. בכל מקרה, אל תשלחו אחרי השעה 22:00 בלילה.

**אנו ממליצים מאד לבדוק מספר מועדי שליחה שונים ולמדוד את הענות הצרכנים בהתאם כדי לראות מה נכון לבית העסק שלכם.**



## 4. לתת ללקוח ערך בהודעה

לא תמיד הודעות ה-SMS שלך צריכות להיות עם הצעה מסחרית ללקוח. כדי לפתח מערכת יחסים עם לקוח צריך להקפיד שהודעות ה-SMS יתנו ערך ללקוח.



אפשר לדוגמא לשלוח טיפים על שימוש נכון במוצר ללקוחות שרכשו אותו. זה יעזור ללקוחותיך להכיר את המוצר שלך יותר טוב ולהעריך את איכויותיו.

**לדוגמא:** חברה שמייצרת מתקני מים ביתיים יכולה לשלוח הודעה ללקוחות שלה בנוסח: "הידעת? לחיצה של 3 שניות על הכפתור הכחול במכשיר תמזוג במדוייק 1 ליטר מים וזה יכול לשמש אותך להכנת פסטה".

**צרכן שמקבל הודעה כזו, מעריך את החברה ומחזק את ערך המותג שלה.**



## 5. שימוש כאמצעי משחק והנאה

עסקים משתמשים ב-SMS כקמפיין משחקי לשעשוע והנאה. עסקים שולחים הודעות SMS עם חידות ושאלות לגבי המוצרים שלהם ומחלקים פרסים לזוכים. זה מהלך שמוסיף כף והנאה לקמפיין.

**לדוגמא:** חברת טיולים יכולה לשלוח חידות ללקוחותיה לגבי אתרי טיול בארץ ישראל ולתת פרסים למצטיינים. תוך כדי המשחק החברה משלבת אתרי טיול שהיא משווקת וכו'.



## 6. הנעה לפעולה



תוכן הודעת ה-SMS חייב להיות קצר וקולע. תוכן ההודעה צריך לכלול הנעה ברורה לפעולה. תמיד לפני ניסוח ה-SMS אתם צריכים לחשוב מה מטרת ההודעה ומה תרצו שהנמען יבצע בעקבות ה-SMS.

**לדוגמא אם אתם רוצים שבעקבות ההודעה שלכם לקוח ירים אליכם טלפון ויזמין מוצר תכלילו את המלים "צלצל עכשיו" בסיום ההודעה.**  
אם אתם רוצים שלקוח יבוא לכנס מסויים, תכלילו את המילים, "מצפים לראותך מחר בכנס".

## 7. המנעו מ-Spam



כיוון ש-SMS הוא כלי שיווקי מעולה ועסקים רואים תוצאות טובות מאד לקמפיין SMS שלהם, לפעמים עסקים מתפתים לשלוח הודעות בתדירות גבוהה מדי שגורמת ללקוחות שלהם להתרגז.

### המערכת מספקת לכם יכולת מובנית עם מספר כלים לנושא:

- אפשרות מובנית להסרה מרשימת התפוצה על ידי הקלקה על לינק או שליחת SMS חוזר.
- הגבלת תדירות - להגביל בצורה אוטומטית את תדירות קבלת ההודעות לכל נמען (נניח לא יותר מ- 1 בשבוע).

## 8. קיצור כתובות



לפעמים אתם תצטרכו לשלוח ללקוח כתובת של אתר/דף אינטרנט ב-SMS כתובת אינטרנטית יכולה להיות ארוכה מאד ולגזול לכם הרבה תווים מההודעה.

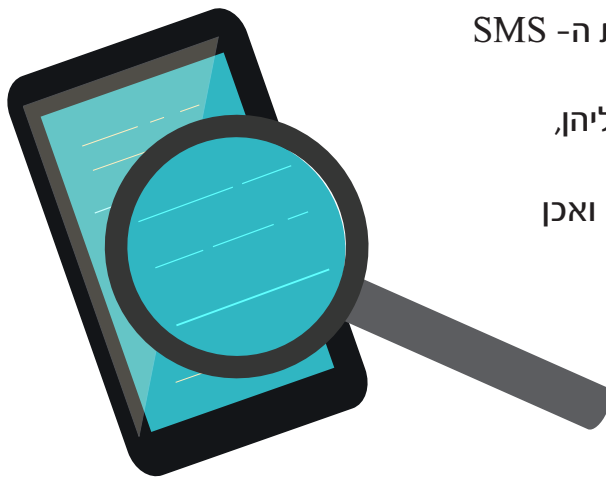
הפתרון הוא מנגנון קיצור כתובות. לניתן להשתמש בשירות החינמי של גוגל בכתובת <http://goo.gl> שמאפשר לכם להכניס כתובת שאתם רוצים להפנות גולשים אליה ולקבל כתובת קצרה מאד במקומה אותה אתם תשלחו בהודעת ה-SMS. הכתובת הקצרה מפנה בצורה אוטומטית לכתובת הארוכה.



אתם יכולים בהודעת ה-SMS שלכם לבקש מהנמענים להעביר את הודעת ה-SMS לחברים נוספים שלכם בגלל שיש לכם מבצע אטרקטיבי במיוחד.

בנוסף אם שלחתם ב-SMS גם דף נחיתה, אפשר לשם בו כפתור שיתוף ב-What'sapp. ממחקרים שערכנו הווירטואליות הגדילה את הפצת המסר בכ- 20%.

## 10. בדוק את ההודעה לפני השליחה



מאד מומלץ לשלוח את הודעה ה-SMS לטלפון שלכם לפני שאתם שולחים אותה לרשימת התפוצה שלכם. במערכת ה-SMS שלנו, ישנה יכולת מובנית כזו. זה יאפשר לכם למצוא שגיאות כתיב שלא שמתם לב אליהן, שגיאות ניסוח ותחביר וכו'. כמו כן, בבדיקה מומלץ לוודא כי מספר השולח הוא תקין ואכן אפשר לחייג אליו בחזרה.

רוצים מידע נוסף בתחום שיווק באמצעות SMS - לחצו כאן



פרק בונוס:

# הפצת הודעות SMS בקרב עסקים

## ממצאי מפתח לשנת 2016

נתוני מחקר של InforUMobile על בסיס מיליארד הודעות SMS שלקוחותיה שלחו באמצעותה בשנת 2016

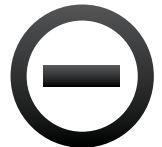
23%

אחוז ההקלקה על קישורים בהודעות  
בניכוי קישורי הסרה



0.2%

אחוז הסרה ממוצע להפצת SMS  
2 אנשים מתוך 1000 במוצע מסירים עצמם



133  
תווים

אורך ממוצע של הודעה



### התפלגות שליחה לפי שעות

10:00 בבוקר - מוביל משמעותית

14:30 בצהריים

18:00 בערב

0 2 4 6 8 10 12 14 16 18 20 22

## התפלגות שליחה לפי ימים

בימי ראשון נשלחות הכי הרבה הודעות, ביתר השבוע מלבד שישי-שבת הפיזור פחות או יותר שווה



18%

אחוז ההודעות שמכילות קישורים

בניכוי קישורי הסרה



5

פעמים  
בחודש

תדירות שליחת הודעות ממוצעת



שליש מההודעות נשלחות עם קישור להסרה ושני שלישים עם אפשרות להסרה ב-SMS חוזר

1:2

95% מההודעות נפתחות בתוך 3-דקות



## הענפים ששולחים הכי הרבה הודעות הם



ארגונים מוסדיים  
ממשלתיים



קמעונאות  
מזון



פיננסים



אופנה

38%

נשלחות תכנותית  
(באמצעות API)

62%

מההודעות נשלחות ידנית  
(באמצעות האפליקציה)

פילוח הודעות  
לפי ממשק שליחה

בשנה האחרונה שלחה **InforUMobile** עבור לקוחותיה העסקיים למעלה **ממיליארד הודעות SMS** לקוחות החברה נמנים על כלל מזגרי המשק, עסקיים ומוסדיים, גדולים וקטנים.  
דו"ח זה מציג את ממצאי המפתח שרוכזו על בסיס הנתונים שצברנו בשנה החולפת.

# אודות החברה

חברת שמיר מערכות ומפעלים בע"מ, בעלת המותג InforUMobile מספקת מערכת שיווק רב ערוצית לארגונים. החברה נחשבת מובילת שוק ופועלת בתחום זה כ- 15 שנה ומספקת את השירות ללמעלה מ- 10,000 ארגונים וחברות בארץ.

פלטפורמת השיווק של InforUMobile כוללת מגוון רחב של כלים המאפשרים לארגונים לשמור על קשר עם הצרכנים שלהם. הפלטפורמה כוללת בין היתר:



- מערכת SMS
- מערכת דיוור בדואר אלקטרוני
- מערכת לבניית דפי נחיתה
- מערכת לסקרים
- מערכת לבניית אתרים סלולריים
- כלים לשיווק ופרסום בפייסבוק
- כלים לבניית מועדון לקוחות
- מערכת להקמת צ'אט בוטים