**SMS podnosi sprzedaż – tak uważa 9 na 10 przedsiębiorców**

**Krótkie wiadomości tekstowe wykorzystujemy nie tylko w codziennej komunikacji prywatnej, ale też w sektorze biznesowym, gdzie SMS jest ważnym narzędziem skuteczne wspierającym funkcjonowanie mniejszych czy większych firm z wielu branż.**

**Już po raz piąty platforma SerwerSMS.pl wydała raport** „Komunikacja SMS w Polsce” dotyczący trendów w komunikacji mobilnej. Pokazuje on, że z SMS-ów korzysta 96,5% Polaków, z czego prawie 65% przyznaje, że wysyła je codziennie, a jeszcze więcej, bo 75%, tak często je otrzymuje.

*– SMS-y są doceniamy z powodu prostoty korzystania (tę cechę wskazało 80,4% ankietowanych) oraz powszechności w dostępie (80,1%), ale również szybkości dotarcia (77,1%) czy ich wszechstronnego zastosowania (71%)* – mówi **Daniel Zawiliński, Dyrektor Zarządzający Platformy SerwerSMS.pl.** Uniwersalność, łatwość obsługi oraz skuteczność to cechy, dzięki którym SMS-y stały się ważnym narzędziem informacyjnym, marketingowym oraz wspierającym sprzedaż.

**SMS-y podstawą marketingu mobilnego**

Wyniki najnowszego badania, w którym wzięli przedstawiciele mniejszych i większych firm pokazują, że ponad 3/4 z nich, by wspierać wyniki sprzedażowe i realizować inne cele biznesowe, używa marketingu mobilnego. Co więcej, aż 96,7% ankietowanych zapytanych o narzędzia marketingu mobilnego, wymienia na pierwszym miejscu SMS. Warto też podkreślić, iż od 2013, rok do roku przedstawiciele firm wskazywali SMS jako główne narzędzie marketingu mobilnego. Pozycja SMS w biznesie pozostaje niezagrożona i jest chętnie wykorzystywana przez firmy. W jakim celu firmy wysyłają do obecnych lub potencjalnych klientów krótkie wiadomości tekstowe?

* 60,7% - wysyłka oferty handlowej do klientów, np. informacji na temat promocji;
* 54,1% - powiadomienia, np. o statusie przesyłki czy przypomnienie o niezapłaconej FV;
* 28,7% - komunikaty wewnętrzne, np. informowanie o zebraniach;
* 25,4% - podtrzymanie relacji z klientami, inwestorami, np. życzenia urodzinowe;
* 6,6% - organizacja konkursów i quizów.

**E-commerce: z korzyścią dla firm i klientów**

Po mobilne rozwiązania, szczególnie SMS-y, sięga również branża e-commerce w następujących działaniach:

* 40,7% - wysyłanie powiadomienia o wpłynięciu zamówienia;
* 33,3% - potwierdzenie otrzymania zapłaty za towar;
* 33,3% - informacja o promocjach i wyprzedażach;
* 29,6% - informacja o rozpoczęciu realizacji zamówienia;
* 29,6% - potwierdzenie wysłania zamówienia.

Użyteczność krótkich wiadomości tekstowych potwierdzają także opinie przedstawicieli branży.

*- Dostrzegamy coraz większy potencjał wynikający z tego kanału komunikacji, zwłaszcza w porównaniu z tradycyjnymi mailingami. Nasi klienci zwracają uwagę, co więcej, naciskają na powiadomienia SMS dotyczycące etapów realizacji zamówień. Trend ten jest widoczny wśród sklepów internetowych, tym bardziej że 3/4 ich przedstawicieli rozważa wprowadzenie podobnych rozwiązań. Nie ma skuteczniejszej metody dotarcia do klienta z przekazem reklamowym -* komentuje **Bartłomiej German, od 10 lat związany z branżą e-commerce, obecnie Próchnik S.A.**

**SMS znaczy skuteczność**

Według szacunków ponad 90% SMS-ów jest odczytywana przez adresatów bezpośrednio po ich otrzymaniu, a wyniki badań potwierdzają, że marketing SMS jest skutecznym narzędziem wspierającym sprzedaż – tak twierdzi 9 na 10 przedstawicieli firm. Firmy prowadzące sprzedaż produktów lub usług uzależnione są od wyników. Jak ankietowani oceniają konwersję sprzedażową przeprowadzonych kampanii SMS-owych? Zdaniem 19,7% ankietowanych efekty są bardzo dobre, 40,2% ocenia konwersję jako dobrą; 30,3% jako satysfakcjonującą,zaś tylko 10% - jako słabą lub bardzo słabą.

*- W biznesie marketing SMS można uznać za element „domykający sprzedaż”. To właśnie SMS-y przypominają nam w ostatniej chwili o wizycie u fryzjera lub nowej promocji tworząc kolejne okazje zakupowe. Kanał ten jest niezwykle bezpośredni, co czyni go jednocześnie naprawdę skutecznym jak i „delikatnym w stosowaniu”. To właśnie dlatego w ponad 80% przypadków okazuje się, że dla klienta kluczowa jest jakość i niezawodność systemu. W sprzedaży liczy się skuteczność, a tę zyskujemy tylko dzięki wysokiej jakości* – tłumaczy **Adam Wiatr, CCO Getso.pl, owner AndWin.pl, od lat związany z branżą e-commerce**.