

BADANIE PRZEPROWADZIŁ

Serwer **gms**.pl  
System Obsługi Marketingu Mobilnego

# Komunikacja SMS w Polsce

2016/2017

Raport z badania konsumenckiego

EDYCJA 5

Partnerzy merytoryczni badania:

pr gms

Patroni medialni:

PMR

menwŹrld.pl

WHATNEXT

IZBA  
GOSPODARKI  
ELEKTRONICZNEJ

DOBRA STRONA INTERNETU

techON.pl

eGospodarka.pl  
Poradnik Internetu dla Twojej Firmy

jaka-komorka.pl



Serwer **SMS**.pl  
System Obsługi Marketingu Mobilnego

## ODKRYJ ŚWIAT KOMUNIKACJI MOBILNEJ W PROFESJONALNYM WYDANIU

**96,5%** konsumentów odbiera SMS-y

**69,0%** chciałoby otrzymywać informacje handlowe

**67,4%** chce otrzymywać wiadomości o promocjach i rabatach

**80,0%** chce odwiedzić sklep po otrzymaniu SMS-a promocyjnego

# Spis treści

Słowo wstępne	4
Wprowadzenie i prezentacja ekspertów	5
5 obszarów zmian w komunikacji mobilnej	6
5 kamieni milowych w komunikacji SMS	7
<b>TOP 5</b> mobilnych wydarzeń 2016/2017	8
<b>TOP 5</b> prognoz na kolejne lata dla SMS-ów	8
<b>TOP 5</b> zastosowań SMS-ów w życiu codziennym	9
Okiem pomysłodawców raportu	10
Ogólne informacje o wykorzystywaniu SMS-ów w codziennym życiu Polaków	11
Korzystanie z usługi SMS Premium	18
Wykorzystanie SMS-ów w działalności instytucji publicznych	22
Wykorzystanie SMS-ów w marketingu produktów i usług	26
Smartfony i aplikacje mobilne a SMS-y	33
Badani w raporcie „Komunikacja SMS w Polsce 2016/2017”	39
Najważniejsze wnioski z raportu „Komunikacja SMS w Polsce 2016/2017”	42

# Szanowni Państwo!

25 lat temu, dokładnie 3 grudnia 1992 roku, Neil Papworth, brytyjski inżynier z Vodafone, wysłał pierwszego SMS-a, składając w ten sposób świąteczne życzenia swojemu szefowi. Z pewnością nie zdawał sobie wówczas sprawy z tego, że zapoczątkuje nową erę w komunikacji - erę krótkich wiadomości tekstowych. Od ćwierćwiecza, mimo sukcesywnego pojawiania się nowoczesnych narzędzi, SMS-y wciąż cieszą się niesłabnącą pozycją, co potwierdza niniejsze opracowanie.

Z satysfakcją oddajemy zatem w Państwa ręce piątą już, jubileuszową edycję raportu „Komunikacja SMS w Polsce”. Jak co roku przeanalizowaliśmy kompleksowo rynek mobilny oraz trendy związane z komunikowaniem się. Powstały w wyniku badań raport został podzielony na 5 rozdziałów tematycznych, które uwzględniają różne obszary wykorzystania krótkich wiadomości tekstowych we współczesnym świecie, zarówno w celach prywatnych, jaki i biznesowych czy społecznych.

Prezentowane opracowanie jest ważnym źródłem wiedzy na temat zwyczajów oraz preferencji Polaków przy wykorzystywaniu komunikacji mobilnej, ze szczególnym uwzględnieniem roli SMS-ów i MMS-ów w życiu codziennym. Zbadaliśmy nie tylko popularność krótkich wiadomości tekstowych, lecz także częstotliwość, cel i sposób ich wykorzystania. Istotnym elementem raportu jest również kwestia posługiwania się SMS-ami w komunikacji przez firmy i instytucje, z których usług korzystają badani – począwszy od obszarów, przez okoliczności, po ocenę skuteczności tej metody. W prezentowanych rozdziałach pojawiła się również analiza dotycząca wykorzystywania wiadomości Premium, a także aplikacji mobilnych jako komunikatorów oraz porównania ich roli do tradycyjnych wiadomości tekstowych.

Jubileuszowa, piąta edycja raportu wskazuje, jakie perspektywy stoją przed komunikacją SMS. Pozwala ona przyjrzeć się nie tylko ostatnim trendom w komunikacji mobilnej, ale także przekrojowo przeanalizować wyniki badań z lat poprzednich.

Badanie „Komunikacja SMS w Polsce 2016/2017” zostało przeprowadzone metodą CAWI za pomocą ankiety internetowej, w której udział wzięło 1145 osób.

Zapraszamy do lektury!

# Zapraszamy do lektury piątego, jubileuszowego badania na temat komunikacji SMS w Polsce

- Wskazujemy, jaką rolę w życiu codziennym Polaków pełnią SMS-y
- Piszemy o wykorzystywaniu krótkich wiadomości tekstowych w biznesie

## Wyniki badań komentują kolejno eksperci ze świata komunikacji:



**Katarzyna Sacha,**  
Analityk rynku IT i telekomunikacji  
(firma PMR)



**Karol Krajewski,**  
Redaktor WhatNext.pl



**Patrycja Sass-Staniszevska,**  
Prezes Izby Gospodarki Elektronicznej



**Robert Rachwał,**  
Redaktor naczelny serwisu  
MobileTrends.pl



**Anna Jadwiga Orzech,**  
Specjalistka ds. komunikacji  
w Internecie WOŚP



**Daniel Laskowski,**  
Redaktor naczelny serwisu  
MenWorld.pl



**Łukasz Kłosowski,**  
Wydawca GoMobi.pl



**Tomasz Popielarczyk,**  
Redaktor prowadzący Antyweb.pl



**Michał Brożyński,**  
Redaktor naczelny bloga 90sekund.pl



**Monika Mikowska,**  
CEO Mobee Dick, autorka bloga  
jestem.mobi



**Krzysztof Majdan,**  
Redaktor naczelny serwisu INN:Poland



**Paweł Tkaczyk,**  
Blogger, ekspert od storytellingu  
i szkoleniowiec

## W bieżącym wydaniu prezentujemy również 5 najważniejszych:

- kamieni milowych w komunikacji SMS ostatnich lat
- mobilnych wydarzeń 2016/2017
- przeznaczeń SMS-ów w życiu codziennym dla konsumentów
- zastosowań ich w życiu codziennym przez konsumentów
- prognoz dla SMS-ów na kolejne lata

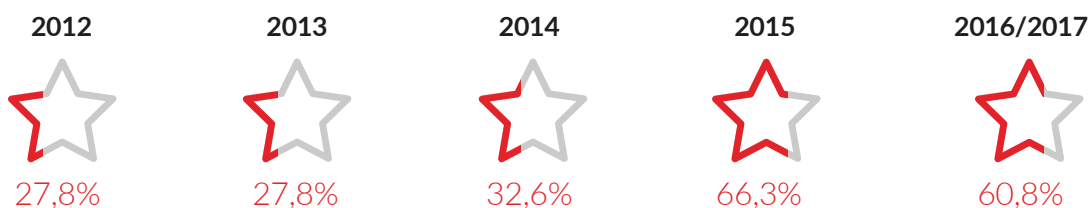
## Przekonaj się o zasięgu i skuteczności komunikacji

# 5 obszarów zmian w komunikacji mobilnej na przestrzeni 5 lat badań marki SerwerSMS.pl

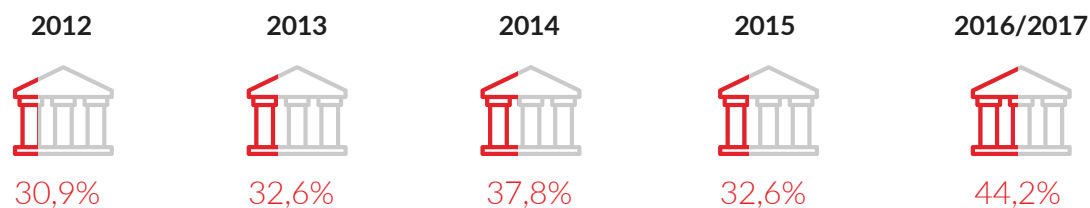
## Ile osób wysyła i odbiera SMSy?



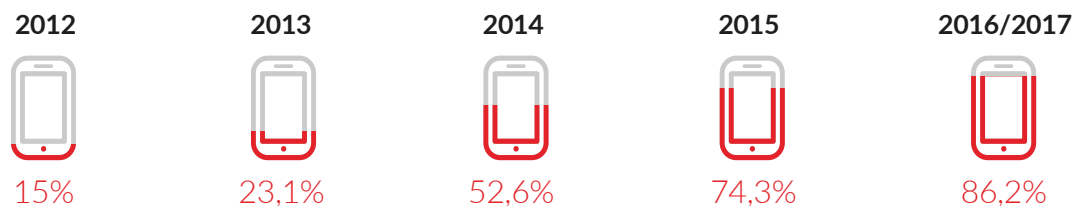
## Korzystanie z usługi SMS PREMIUM



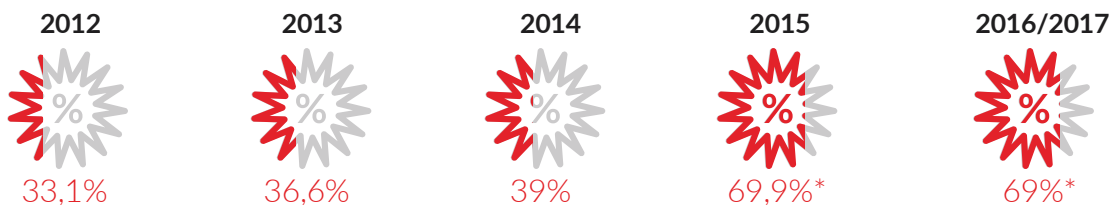
## SMS-y od instytucji publicznych



## Popularność smartfonów



## Chęć otrzymywania SMS-ów o promocjach



\* Deklaracja spośród osób, które już otrzymały oferty SMS.



## 5 kamieni milowych

w komunikacji SMS



### SMS w wydaniu multimedialnym – MMS, VOICE, Audio

Możliwość podzielenia się z odbiorcą zdjęciem, animacją czy nagraniem głosowym otworzyło przed użytkownikami nowe możliwości, zanim jeszcze pojawiły się komunikatory internetowe. Co ważne, konwersja tradycyjnej wiadomości SMS do MMS pozwoliła wysyłać tekst o długości kilkuset, a nawet kilku tysięcy znaków.



### Bramki SMS - darmowa wysyłka wiadomości tekstowych

Dzisiaj nieco zapomniana, ale niegdyś ciesząca się ogromną popularnością funkcjonalność. Korzystanie ze specjalnych, darmowych platform do wysyłki SMS-ów pozwalało nadawcy sporo zaoszczędzić, gdyż wysłanie jednej wiadomości z telefonu komórkowego według taryfikatora operatora kosztowało nawet 2 złote!



### SMS Premium

Wiadomości o podwyższonej opłacie wykorzystywane są do różnych celów, takich jak usługi informacyjno-rozrywkowe, przeprowadzanie konkursów, loterii i głosowań czy udostępnianie płatnych treści, np.: grafik, dzwonek, gier itp. SMS-y te dają też możliwość przeprowadzenia akcji charytatywnych oraz organizacji zbiórek pieniężnych dla potrzebujących.



### SMS na telefon stacjonarny






Narzędzie to pozwala kontaktować się z abonentami telefonii stacjonarnej poprzez wiadomość tekstową. Zostaje ona dostarczona na jeden z dwóch sposobów, w zależności od tego, jakim sprzętem dysponuje odbiorca: w formie głosowej, wówczas system dzwoni i automatycznie odczytuje treść wiadomości lub w formie tekstowej, jeżeli telefon stacjonarny jest przystosowany do odbierania tego typu komunikatów.



### SMS alert

Dzięki sprawnie działającemu systemowi powiadomień użytkownicy mogą odbierać SMS-owe ostrzeżenia o gwałtownych zjawiskach pogodowych, zbliżających się kataklizmach lub innych niebezpieczeństwach, a także lokalnych sytuacjach na drogach, takich jak korki czy remonty. Alerty dostarczane są bezpośrednio na ekran telefonu bez potrzeby używania aplikacji lub wchodzenia na strony internetowe.

## TOP 5 mobilnych wydarzeń 2016/2017

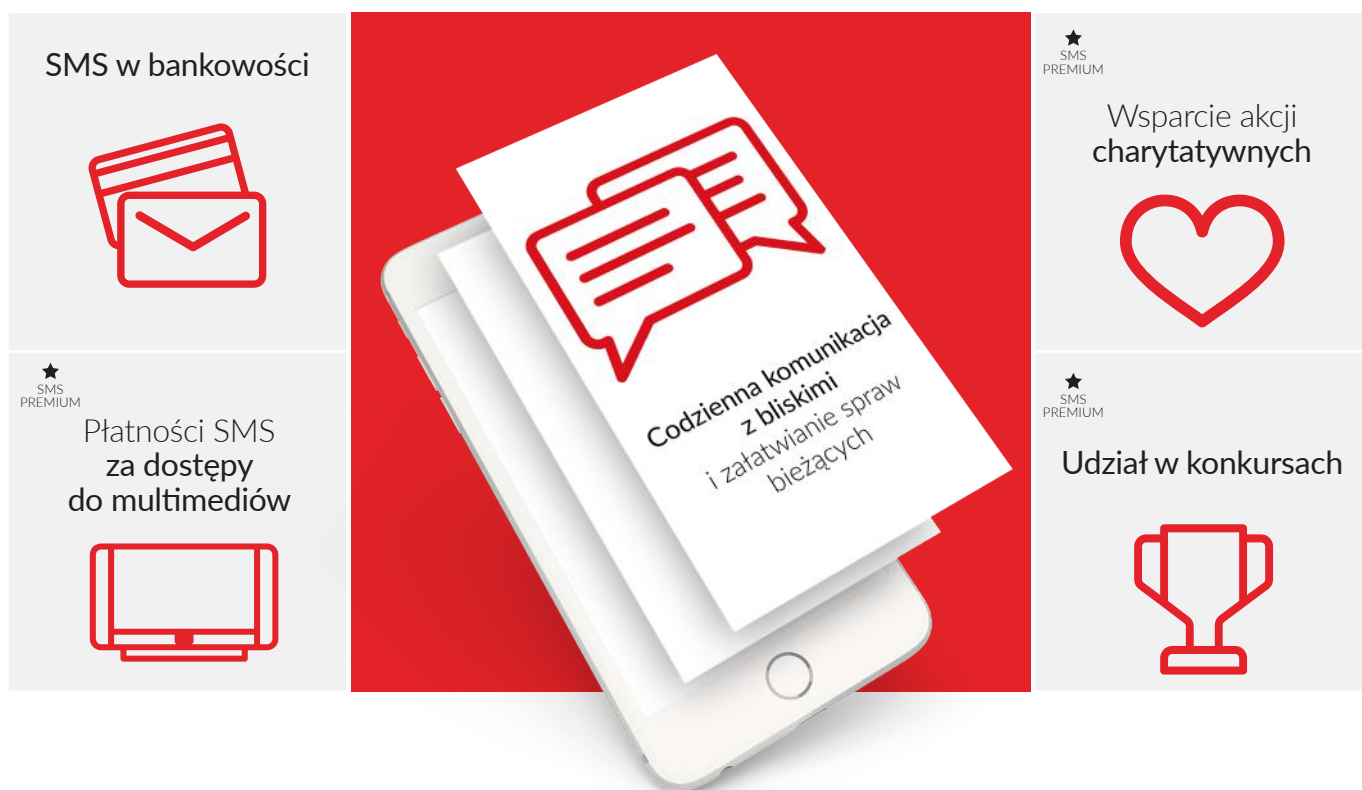
<p>Wprowadzenie zasady „Roam like at home”</p> 	 <p>Konieczność rejestracji telefonów na kartę</p>	<p>Możliwość założenia firmy przez telefon</p> 
<p>Paragon ze sklepu – mailem, SMS-em lub w aplikacji</p> 		<p>Możliwość płatności za zakupy w sklepach internetowych za pomocą Blika</p> 

## TOP 5 prognoz na kolejne lata dla SMS

<p>Zmiany w kontroli drogowej - kod autoryzacyjny na SMS</p> 	 <p>Mobilne dokumenty (prawo jazdy, dowód rejestracyjny, dowód osobisty)</p>	<p>SMS w procesie rekrutacyjnym</p> 
<p>Uniwersalny SMS alarmowy na numer 112</p> 		<p>SMS jako dowód sądowy</p> 



## TOP 5 zastosowań SMS-ów w życiu codziennym przez konsumentów



## TOP 5 zastosowań SMS-ów w życiu codziennym dla konsumentów



# Okiem pomysłodawców raportu



Wizja telefonów, na ekranach których można przeglądać zdjęcia, odtwarzać filmy i muzykę, jeszcze dwie dekady temu brzmiała jak scenariusz filmu science-fiction. Dziś wielu osobom trudno wyobrazić sobie codzienne funkcjonowanie bez nowoczesnych aparatów, w których wszystkie wspomniane wyżej funkcje stały się standardem. Aż 86% z nas deklaruje, że na co dzień korzysta ze smartfonów, zaś tylko 14% osób jest przywiązana do tradycyjnych „komórek”. Co więcej, liczba smartfonów na świecie jeszcze wzrośnie. Szacuje się, że w 2018 roku wyprodukowanych ich zostanie aż 1873 mln sztuk, podczas gdy tylko w 2016 na rynku pojawiło się 1461,2 mln egzemplarzy.

Rewolucja na rynku sprzętu mobilnego sprawiła, że zmiany zaszły również w komunikacji mobilnej. Aplikacje serwisów społecznościowych są obecnie najczęściej pobieranymi i ich udział w rynku wynosi już 50%. Nic więc dziwnego, że kolejne lata przynoszą notoryczne powtarzane przez ekspertów i użytkowników pytanie: czy komunikatory mobilne wyprą tradycyjne SMS-y? Owszem, nowe formy komunikacji zastępują starsze, ale akurat SMS-y wciąż trzymają się dzielnie, głównie z uwagi na swoją uniwersalność, łatwy dostęp, bezpieczeństwo i prostotę użytkownika. W przypadku aplikacji problemem wciąż pozostaje konieczność posiadania analogicznych instalacji i np. podłączenia do internetu, co nie stanowi już kłopotu w przypadku SMS-ów. Są one również wygodniejsze w zastosowaniu przez firmy czy instytucje, a te coraz częściej dzięki nim usprawniają swoje działanie. Szeroki zasięg jeszcze długo zatem nie pozwoli SMS-om zniknąć z naszego życia.

## Daniel Zawiliński

Dyrektor Zarządzający SerwerSMS.pl. Od prawie 10 lat związany z SerwerSMS.pl. Na początku odpowiedzialny za rozwój marketingowy i sprzedażowy firmy, by na chwilę obecną zarządzać nią całościowo. Od samego początku swojej ścieżki zawodowej związany z nowymi technologiami, marketingiem i światem e-commerce.



Szybkość dotarcia oraz przekazanie komunikatu wprost na ekran telefonu odbiorcy, to jedne z głównych zalet SMS-ów. Trudno wyobrazić sobie bez nich codzienne funkcjonowanie. Krótkie wiadomości tekstowe skutecznie zawiązały naszą komunikację zarówno w sferze prywatnej, jak i zawodowej. Z niniejszego raportu wynika, że aż 96,5% Polaków w życiu codziennym korzysta z SMS-ów, które pozostają najpopularniejszą formą kontaktu mobilnego w Polsce, a co więcej ponad 64% badanych deklaruje, że SMS-y wysyła codziennie, prawie 72% odbiera, mimo że aż 78,5% posiada na smartfonie inne aplikacje służące do komunikowania się. Piszemy o sprawach bieżących (64,3%), organizujemy spotkania (50,4%) i podtrzymujemy kontakt (45%). Robimy to w komunikacji miejskiej (59,7%), leżąc w łóżku (51,6%), będąc w pracy (34,4%) czy czekając w kolejce (25,4%).

SMS-y to także skuteczne narzędzie w kontakcie biznesowym. Jak się bowiem okazuje aż 3/4 z nas otrzymuje tą drogą oferty handlowe, z czego 7 na 10 osób chce je otrzymywać również w przyszłości. Równie chętnie odbieramy wiadomości tekstowe od instytucji publicznych – aż 97% z odbiorców uznaje je za przydatne lub bardzo przydatne. Liczby te potwierdzają siłę i potencjał, który nadal tkwi w SMS-ach, a także pokazują, jak wiele jeszcze możliwości się przed nimi otwiera.

## Edyta Godziek

PR & Marketing Manager w Platformie SerwerSMS.pl, od wielu lat związana z PR-em, marketingiem, a także nowymi technologiami i rozwiązaniami w e-commerce. W SerwerSMS.pl odpowiada między innymi za komunikację związaną z wdrażaniem nowych technologii czy edukację klientów w zakresie nowych rozwiązań.



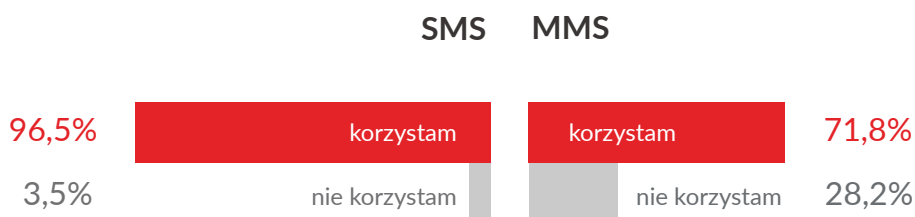
# Ogólne informacje o wykorzystaniu

SMS-ów w codziennym życiu Polaków



## Wysyłanie i odbieranie SMS i MMS

Czy korzystasz w codziennym życiu z SMS-ów i MMS-ów ?



### SMS-y rządzą od ćwierćwiecza

Krótkie wiadomości tekstowe utrzymują się w znakomitej kondycji na rynku już od 26 lat i pomimo pojawiania się nowych narzędzi, cieszą się olbrzymią i nieślabnącą popularnością. Aż 96,5% ankietowanych w codziennym życiu korzysta z SMS-ów, które pozostają najpopularniejszą formą kontaktu mobilnego w Polsce.

Niemal 3/4 przebadanych użytkowników jednocześnie w codziennej komunikacji używa MMS-ów, co można bezpośrednio wiązać z posiadaniem smartfona (posiadanie takich urządzeń deklaruje aż 86,2% badanych).

## Częstotliwość korzystania z SMS-ów i MMS-ów



SMS

wysyłanie



odbieranie

64,6% **codziennie**

26% kilka razy w tygodniu

8,2% kilka razy w miesiącu

1,1% kilka razy w roku

codziennie 75,0%

kilka razy w tygodniu 20,9%

kilka razy w miesiącu 3,7%

kilka razy w roku 0,4%



MMS

wysyłanie



odbieranie

10,5% **codziennie**

31,6% kilka razy w tygodniu

38,1% kilka razy w miesiącu

19,8% kilka razy w roku

codziennie 11,2%

kilka razy w tygodniu 33,2%

kilka razy w miesiącu 38,3%

kilka razy w roku 17,2%



### SMS-y i MMS wciąż obecne w naszym życiu

6 na 10 badanych wysyła SMS-y każdego dnia, a jeszcze większa grupa je otrzymuje: prawie 8 na 10 respondentów. MMS-y są także nadal chętnie wykorzystywane, pomimo że komunikatory oraz social media również służą przesyłaniu i udostępnianiu zdjęć. Wiadomości graficzne wysyłane i odbierane są w porównywalnej ilości - najczęściej kilka razy w miesiącu.



Dane UKE – regulatora rynku telekomunikacyjnego – wskazują na lekką tendencję spadkową w liczbie wiadomości tekstowych SMS (bezpłatnych, standardowych, o podwyższonej opłacie) wysłanych w ramach sieci operatorów komórkowych w perspektywie ostatnich lat (2013-2016). Średnioroczna skala spadku w tym okresie to 1,2%. Największy spadek odnotowano w 2016 r., kiedy to klienci sieci mobilnych wysłali w sumie 50,3 mld wiadomości czyli o 3,1% mniej niż przed rokiem. Nasycenie w korzystaniu z usługi SMS w Polsce jest następstwem kilku czynników. Wśród nich kluczowe znaczenie mają rozwijane przez operatorów oferty typu no-limit, w ramach których klienci częściej decydują się na realizację połączeń głosowych, oraz dynamicznie rosnąca penetracja smartfonów i mobilnej transmisji danych, co z kolei przekłada się na zastępowanie wiadomości SMS przez alternatywne formy komunikacji, jak np. komunikatory/aplikacje mobilne czy portale społecznościowe. Należy jednak podkreślić, że wspomniane czynniki istotnie wpływają na rynek SMS-ów w segmencie konsumenckim (C2C). Natomiast w dużo mniejszym stopniu mają one znaczenie w kanale B2C, gdzie wiadomość SMS pozostaje jednym z głównych, a nawet kluczowym nośnikiem mobilnej komunikacji, szczególnie na płaszczyźnie realizacji kampanii reklamowych – marketingu SMS oraz powiadomień SMS. Atutem są na pewno względnie niskie koszty, szybkość w realizacji oraz możliwość bezpośredniego dotarcia z komunikatem do wszystkich użytkowników telefonów komórkowych, nie tylko tych, którzy korzystają z dostępu do mobilnego internetu. Popularność masowej wysyłki wiadomości SMS stale rośnie, dlatego można założyć, że w pewnym stopniu hamuje to większe spadki w ogólnym wolumenie wysłanych SMS-ów w kraju.

**Katarzyna Sacha, analityk rynku IT i telekomunikacji (firma PMR)**

Specjalizuje się w analizach rynku ICT w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem takich obszarów jak: usługi telekomunikacyjne, płatna telewizja, internet mobilny i usługi dodane, rynek IT.

## Rodzaj posiadanego telefonu

86,2%

smartfon



13,8%

telefon



Jak pokazuje badanie, aż 96,5% osób korzysta z SMS-ów w życiu codziennym. 86,2% robi to z poziomu smartfona, a nie tradycyjnego telefonu komórkowego, co tylko dowodzi, że pomimo obecności współczesnych aplikacji powiązanych z serwisami społecznościowymi, nadal jednak lubimy „SMS-ować”. Pozbycie się SMS-ów na dzień dzisiejszy jest wręcz niewykonalne. Ciężko się zresztą temu dziwić. W końcu błyskawiczne wiadomości są kompatybilne praktycznie z każdym urządzeniem mobilnym, ich obsługa jest banalna, nie mają zbędnych funkcji i skomunikujemy się dzięki nim praktycznie z każdym, dopóki pozostaje on w zasięgu swojego operatora (co w tych czasach nie jest niczym szczególnym).

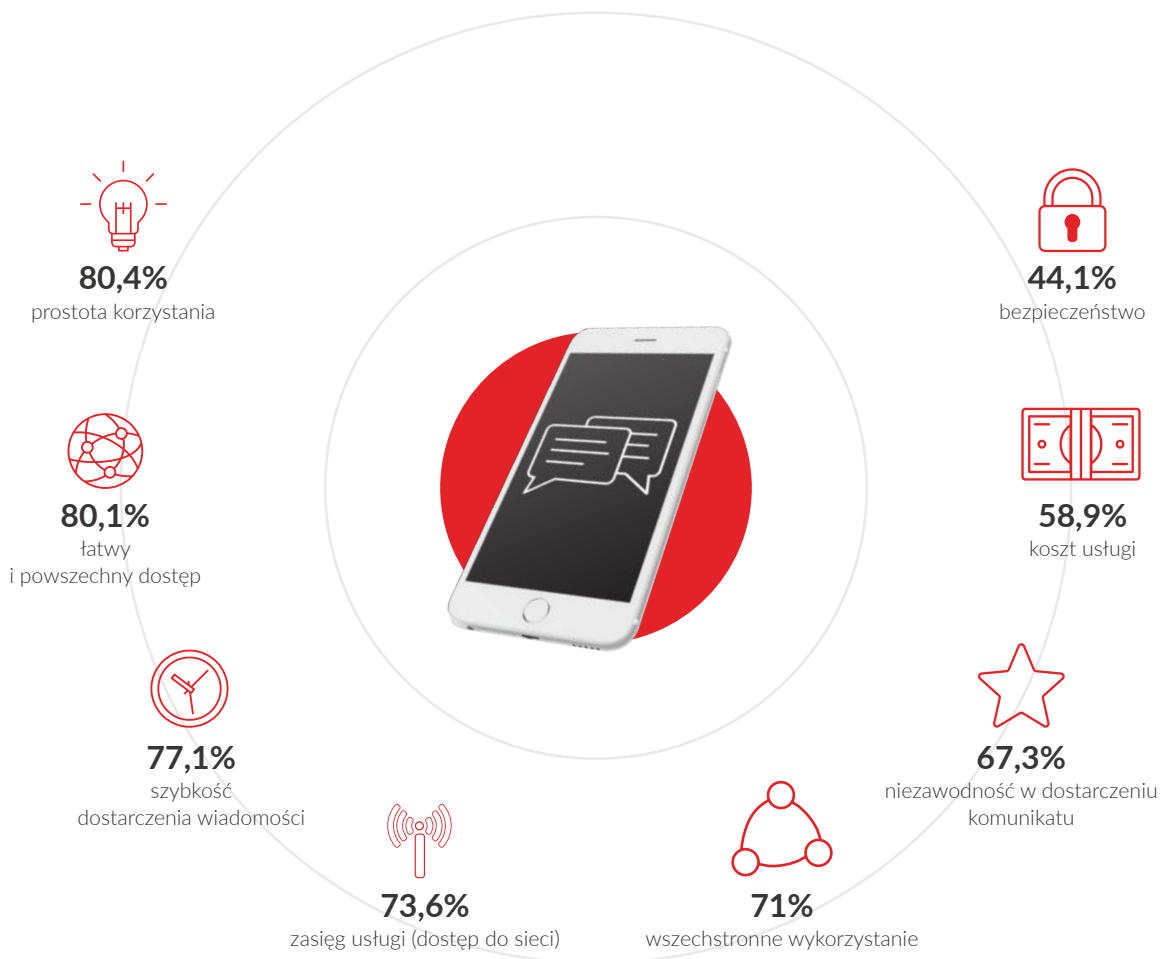
Nie każda mama czy babcia ma Facebooka, ale też niekoniecznie chcemy dodawać niektórych naszych kolegów czy koleżanki z pracy do „znajomych” na wszelkiej maści portalach społecznościowych. Nadal jednak musimy się z nimi w jakiś sposób porozumieć, by wysłać życzenia lub umówić się na jakieś spotkanie i w takich kategoriach SMS-y są wręcz niezastąpione. Mówimy tu tylko o sferze prywatnej, ale przecież udostępniamy nasz numer telefonu kurierom, firmom czy instytucjom i przyjmowanie od nich powiadomień byłoby mile widziane, ale niekoniecznie chcemy udostępniać im za dużo informacji prywatnych. Także i tutaj SMS sprawdzi się najlepiej ze wszystkich kanałów komunikacyjnych.

SMS to zatem uniwersalna, szybka, wszechstronna i najprostsza metoda komunikacji jaka do tej pory została wynaleziona przez ludzkość. „SMS is not dead” i zostanie z nami pewnie jeszcze przez długie, długie lata.

**Karol Krajewski, redaktor WhatNext.pl**

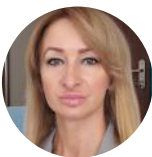
Za dnia związany z branżą IT, w której pracuje jako Security Engineer. Po godzinach udziela się już od ponad trzech lat na łamach portalu WhatNext.pl, gdzie specjalizuje się w zakresie urządzeń mobilnych oraz szeroko pojętych peryferii komputerowych. Ogromny geek. Miłośnik technologii, gier video, muzyki oraz ogólnie rozumianej popkultury.

## Największe zalety SMS-ów zdaniem badanych:



### Prostota i łatwy dostęp – za to cenimy SMS-y

Wiele cech SMS-ów stanowi o ich bezkonkurencyjności. Zalety krótkich wiadomości tekstowych nie zmieniają się mimo upływu lat, co świadczy o ich ponadczasowości.



Jak wynika z najnowszego badania, SMS-y jako forma komunikacji w codziennym życiu Polaków są wciąż bardzo popularne. Do tego sposobu wymiany informacji i kontaktu jesteśmy przyzwyczajeni, co potwierdzają dane z raportu – tylko 3,5% Polaków nie korzysta na co dzień z SMS-ów. Dzieje się tak, ponieważ cenimy je za prostotę korzystania, łatwy dostęp i szybkość dostarczenia wiadomości. Tym samym, co pokazują statystyki, Polacy wysyłają i odbierają SMS-y w wielu różnych miejscach i sytuacjach – w czasie podróżowania, a także podczas robienia zakupów.

**Patrycja Sass-Staniszevska,**  
Prezes Izby Gospodarki Elektronicznej

## Sytuacje, w których badani korzystają z komunikacji SMS



**59,7%**

w komunikacji miejskiej,  
podczas podróży



**51,6%**

leżąc w łóżku



**34,4%**

w pracy



**25,4%**

czekając  
w kolejce



**19,5%**

podczas  
spaceru



**18,6%**

w samochodzie,  
stojąc w korku



**18,1%**

robiąc zakupy w  
sklepie



**9,5%**

korzystając  
z toalety



**9,1%**

podczas  
jedzenia



**5,9%**

podczas lekcji/  
wykładu/szkolenia



**5,3%**

w kinie/oglądając TV



**4,2%**

w trakcie spotkania



**1%**

w trakcie seksu

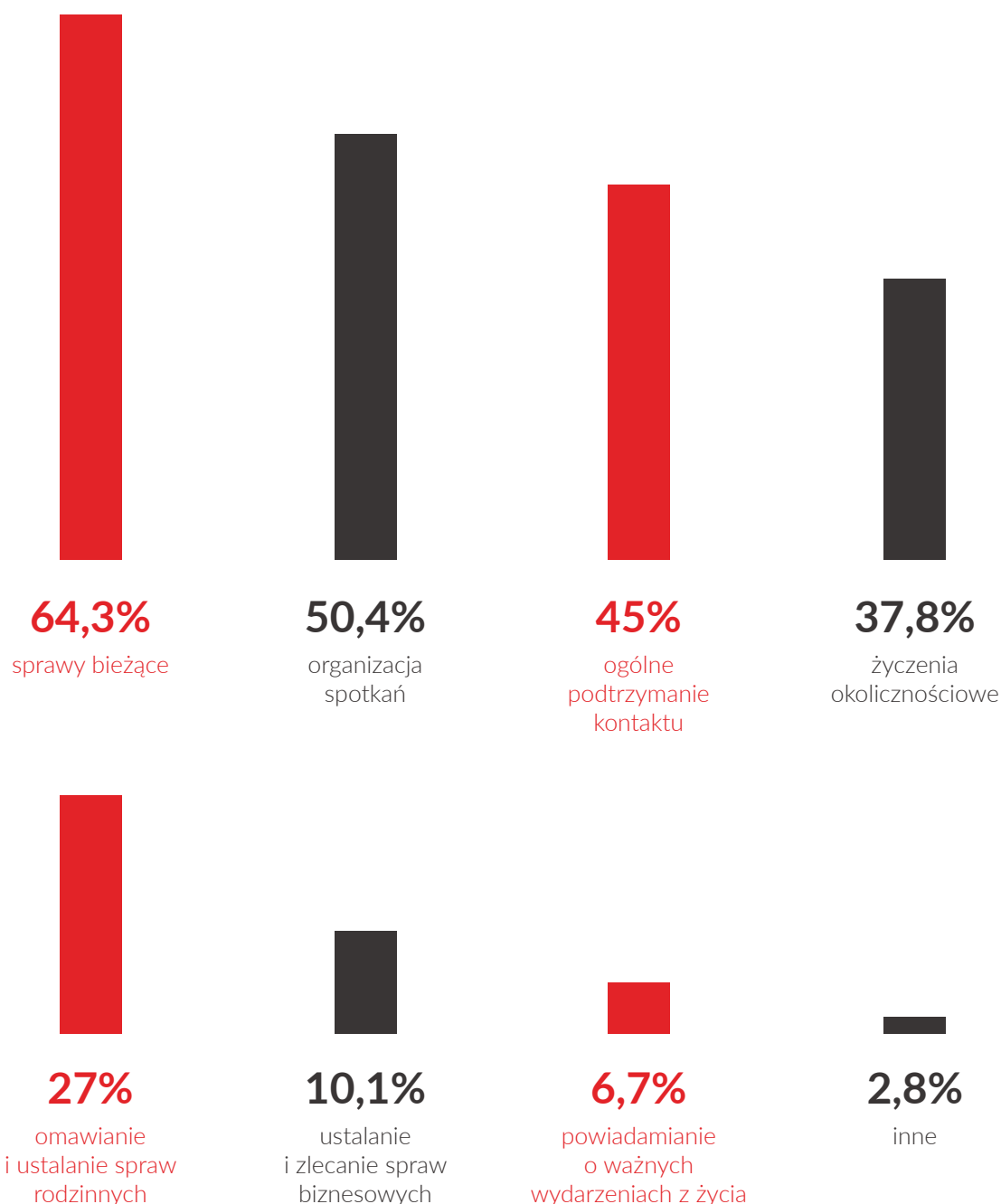


Nie zmienia się znacząco miejsce korzystania z SMS-ów. Najczęściej robimy to w czasie podróży, np. w komunikacji miejskiej. Prawie 19% wysyła lub odbiera wiadomości w samochodzie, stojąc w korku. Mniej mamy nadzieję, że naprawdę w korku, gdyż korzystanie z telefonu podczas jazdy stwarza ogromne zagrożenie zarówno dla kierowcy, jak i innych uczestników ruchu drogowego. Zmiana pojawia się w obszarach, w których SMS jest wykorzystywany. Coraz częściej tą drogą informujemy o bieżących sprawach, organizacji spotkania czy kwestiach biznesowych, głównie zapewne z powodu niezawodności w dostarczeniu informacji. W natłoku komunikatów, maili, powiadomień z różnych aplikacji, SMS wypada w tym aspekcie najbardziej korzystanie. Ponadto, jako wartościowe informacje oceniane są różnego rodzaju powiadomienia, np. o statusie przesyłki, przypomnienia o niezapłaconej fakturze lub umówionej wizycie u lekarza. Wiele wskazuje na to, że SMS-y jeszcze długo będą bardzo popularne i lubiane przez użytkowników.

### Robert Rachwał

Właściciel firmy ClickMaster Polska i redaktor naczelny serwisu MobileTrends.pl. Pomysłodawca i główny realizator Mobile Trends Conference oraz Mobile Trends Awards. Twórca jednego z pierwszych w Polsce raportów na temat mobilnego internetu, autor wielu artykułów branżowych. Pasjonat i obserwator najnowszych technologii, a także trendów w branży mobile.

## Rodzaj treści przekazywanych za pośrednictwem SMS-ów w codziennej komunikacji

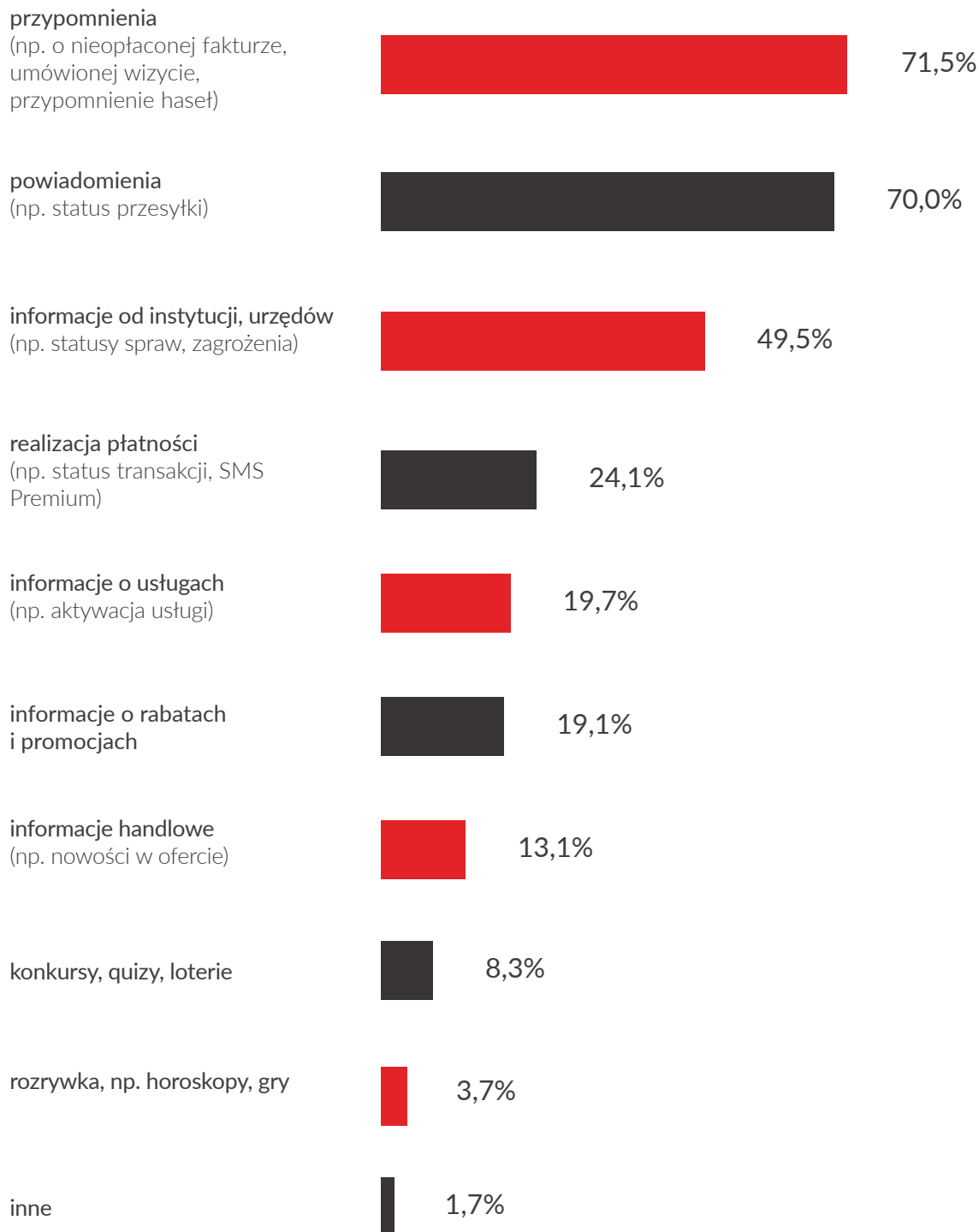


### SMS-owe życie codzienne i zawodowe

SMS-y to forma kontaktu, która sprawdza się zarówno w przypadku bieżących spraw w życiu codziennym (64,3% ankietowanych tak twierdzi), jak i zawodowych (ustalenie i zlecenie spraw biznesowych, organizacja spotkań, poinformowanie o spóźnieniu). SMS-y pomagają również utrzymywać relacje - dla ponad 1/3 ankietowanych jest to narzędzie niezbędne do złożenia okolicznościowych życzeń, nieco mniej osób (27%) uważa je za dobry sposób na omawianie i ustalanie spraw rodzinnych.



## Praktyczne formy zastosowania SMS-ów



### SMS jako przypomnienie

Wśród najbardziej praktycznych zastosowań SMS-ów ankietowani najczęściej wymieniają przypomnienia (np. o nieopłaconej fakturze czy umówionej wizycie) – 71,5% oraz powiadomienia (np. o statusie przesyłki), które docenia 7 na 10 badanych. Z kolei połowa ankietowanych podkreśla ważną rolę SMS-owych informacji od instytucji czy urzędów.

Rozrywkę i zakupy użytkownicy SMS-ów stawiają w swojej hierarchii na dalszych pozycjach. Krótka wiadomość tekstowa jest istotnym źródłem wiedzy o wszelkich rabatach, promocjach dla co piątego ankietowanego.

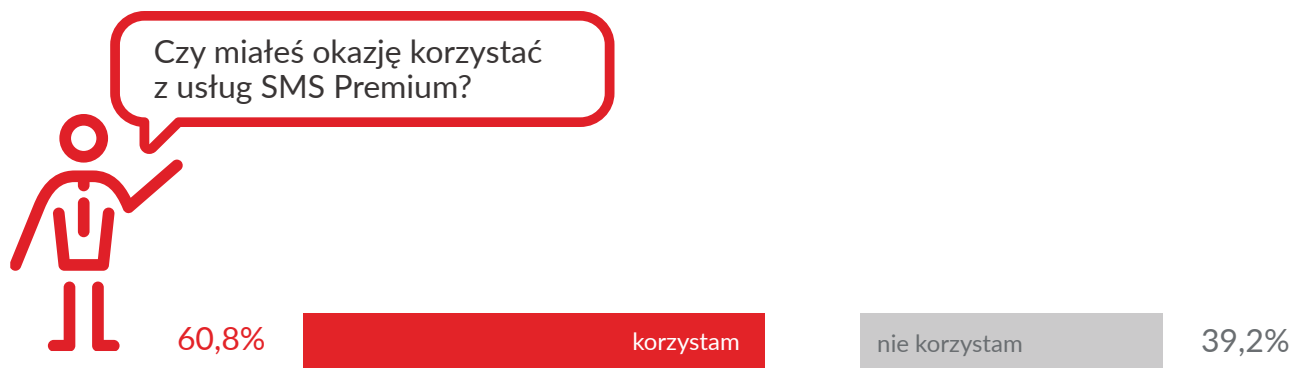


## Korzystanie z usługi

SMS Premium



### Wykorzystanie usługi SMS Premium



#### SMS jako przypomnienie

SMS-y Premium to wiadomości o podwyższonej opłacie przydatne przy świadczeniu takich usług jak: konkursy, loterie SMS, usługi informacyjno-rozrywkowe, dostęp do płatnych treści: grafik, dzwonek, gier. SMS-em o podwyższonym koszcie można także zamówić prenumeratę, opłacić parking, ale też przeprowadzić teleturnieje oraz głosowania w programach telewizyjnych.

Co ważne, wiadomości o podwyższonej opłacie dają też możliwość zorganizowania akcji charytatywnych oraz zbiórek środków dla potrzebujących. Należy podkreślić, że korzystanie z SMS Premium nie jest wliczane w abonament.

## Częstotliwość korzystania z SMS-ów Premium



**2,2%**  
codziennie



**6%**  
kilka razy w tygodniu



**25%**  
kilka razy w miesiącu

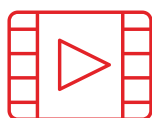


**66,8%**  
kilka razy w roku

## Cele wykorzystania SMS Premium



**72,1%**  
akcje charytatywne



**46%**  
udział w konkursach,  
quizach



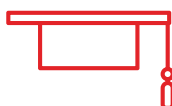
**29%**  
głosowanie w programach  
telewizyjnych/radiowych/  
internetowych



**11,1%**  
rozrywka  
(np. tapety, dzwonki, gry)



**8,6%**  
zakup serwisów informacyjnych  
na telefon (wiadomości, pogoda)



**5,2%**  
zakup serwisów edukacyjnych  
(np. nauka słówek,  
porady savoir-vivre)



**4,4%**  
zakup mobilnych czasopism



72,1% Polaków wykorzystujących SMS-y Premium używa ich wspierając akcje charytatywne. To pokazuje, że ten sposób przekazywania pieniędzy organizacjom pozarządowym wciąż jest jednym z wygodniejszych. Dzieje się tak ze względu na łatwość i szybkość donacji, a także jasną informację na temat ponoszonych kosztów (aż 87,4% osób ma ich świadomość). Do ogromnych zalet charytatywnych SMS-ów Premium należy też to, że przekazywana kwota jest z góry określona – donatorzy bardzo często mają problem z decyzją, jakie środki powinni przeznaczyć na rzecz organizacji i w konsekwencji całkowicie rezygnują z pomocy. Inną mocną stroną tego sposobu udzielania wsparcia jest praktycznie natychmiastowa reakcja zwrotna, potwierdzenie przekazania pieniędzy, a także możliwość bezpośredniego podziękowania, które jest niezbędne przy każdej zbiórce pieniędzy.

### **Anna Jadwiga Orzech**

Prywatnie i zawodowo żyje w Internecie, gdzie zajmuje się „szerzeniem dobrych idei”. W Fundacji Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy zajmuje się szeroko pojętą komunikacją w Internecie i nowymi technologiami, a także współtworzy projekt skierowany do organizacji pozarządowych Dobra Strona Internetu.

# Cele, dla których Polacy byliby skłonni skorzystać z SMS Premium



**63,4%**

akcje charytatywne



**27,2%**

udział w konkursach,  
quizach



**19,4%**

głosowanie w programach  
telewizyjnych/radiowych/  
internetowych



**14,3%**

zakup serwisów edukacyjnych  
(np. nauka słówek,  
porady savoir-vivre)



**12,1%**

zakup serwisów informacyjnych  
na telefon (wiadomości, pogoda)



**11,7%**

rozrywka  
(np. tapety, dzwonki, gry)



**11,7%**

zakup mobilnych czasopism



## Akcje charytatywne najważniejsze

Udział w akcjach charytatywnych to dla niemal 3/4 ankietowanych najistotniejszy powód wysłania SMS Premium, a dla 2/3 motywacja, żeby to zrobić w przyszłości. Drugą przyczyną, dla której sięgamy po dodatkowo płatne wiadomości jest rozrywka – prawie połowa ankietowanych zdecydowała się na SMS-y Premium w ramach uczestnictwa w quizach lub konkursach, a 1/3 taki cel rozważa. Wsparcie akcji charytatywnych to jednak wciąż najważniejsza motywacja do wykorzystania SMS-ów Premium.

## Świadomość kosztu wysyłki SMS-a Premium



**87,4%**

osoby znające koszty



**12,6%**

osoby nie znające kosztów

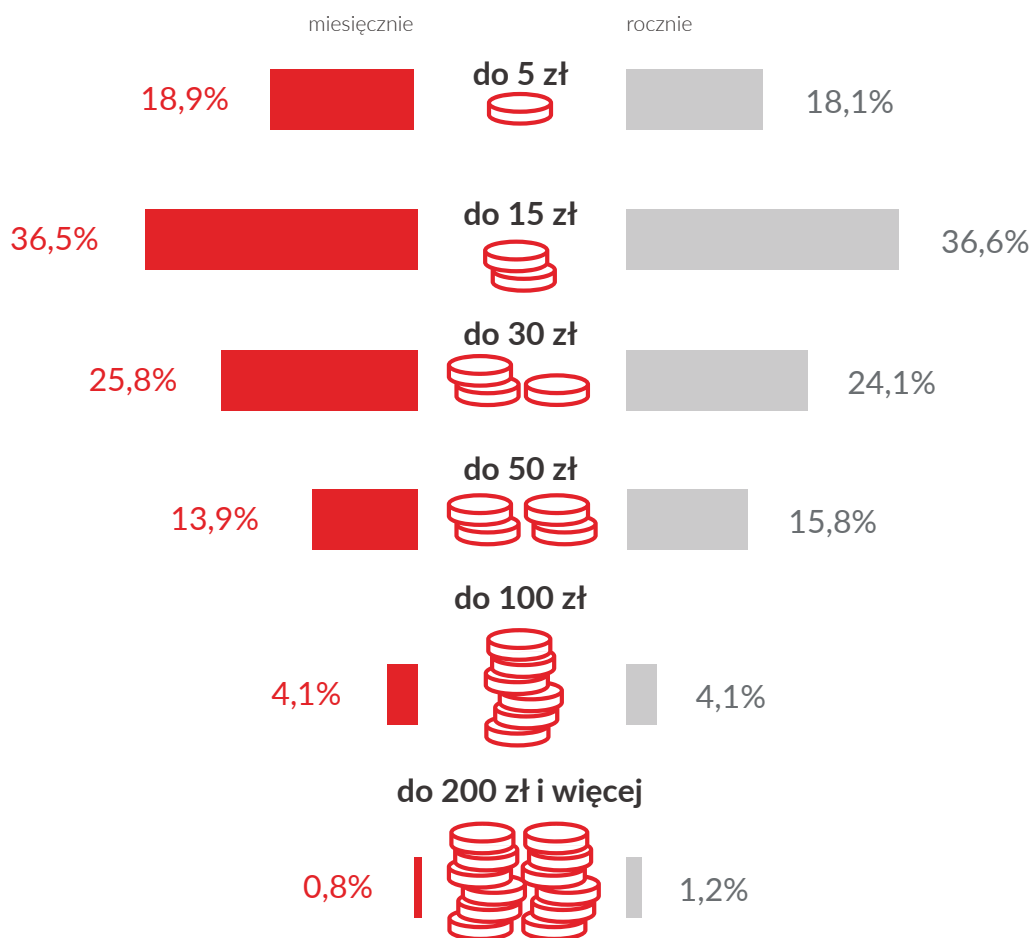
Koszt SMS-a wysłanego  
na numer rozpoczynający się od cyfry 7  
określa cyfra następująca po niej:

70325 = bezpłatny  
71325 = 1 PLN  
72325 = 2 PLN  
73325 = 3 PLN  
74325 = 4 PLN itd.

Koszt SMS-a wysłanego  
na numer rozpoczynający się od cyfry 9  
określają 2 cyfry następujące po niej:

910325 = 10 PLN  
911325 = 11 PLN  
912325 = 12 PLN  
913325 = 13 PLN  
914325 = 14 PLN

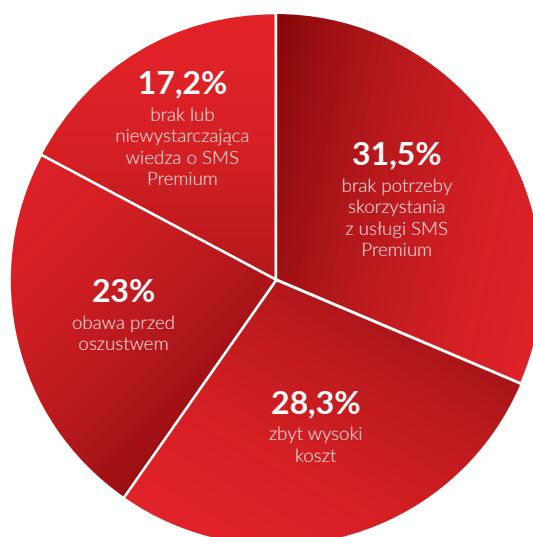
## Wydatki przeznaczane na SMS-y Premium



### Na SMS Premium wydajemy do 15 zł

Miesięczne wydatki na usługi Premium dla przynajmniej połowy ankietowanych nie przekraczają 15 zł (z czego 18,9% wydaje miesięcznie zaledwie do 5 zł). Tylko 1 na 100 ankietowanych przyznaje, że na SMS-y Premium może przeznaczyć 200 zł i więcej.

## Powody niekorzystania z SMS Premium





## Wykorzystanie SMS-ów

w działalności instytucji publicznych



### Powszechność usługi – SMS od instytucji publicznej

Czy w ciągu ostatniego roku, otrzymałeś SMS od instytucji publicznej, np. urzędu, szpitala?



44,2%

otrzymałam/em

nie otrzymałam/em

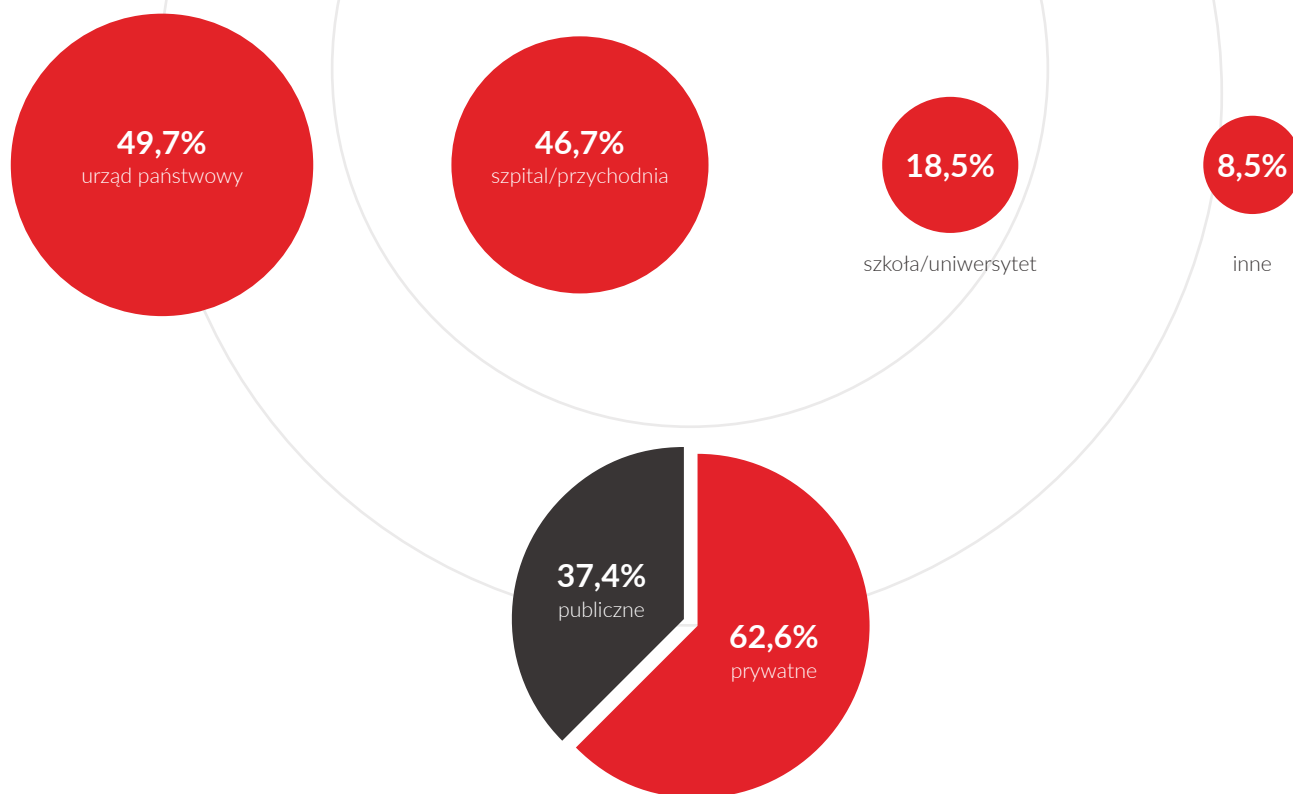
55,8%



#### SMS-y ważne dla lokalnych społeczności

Instytucje publiczne coraz chętniej korzystają z wysyłki SMS-ów, które stają się ważnym narzędziem kontaktu z mieszkańcami poszczególnych społeczności. Niemal połowa ankietowanych deklaruje, że w ciągu roku otrzymała wiadomość tekstową z urzędu lub od instytucji publicznych. Warto zauważyć, że w zeszłym roku twierdząco na powyższe pytanie odpowiedziała tylko 1/3 użytkowników, a dwa lata temu – 37%. Rola SMS-ów w życiu lokalnych społeczności zatem w ostatnim roku wzrosła.

## Rodzaje instytucji, od których respondenci otrzymywali SMS-y

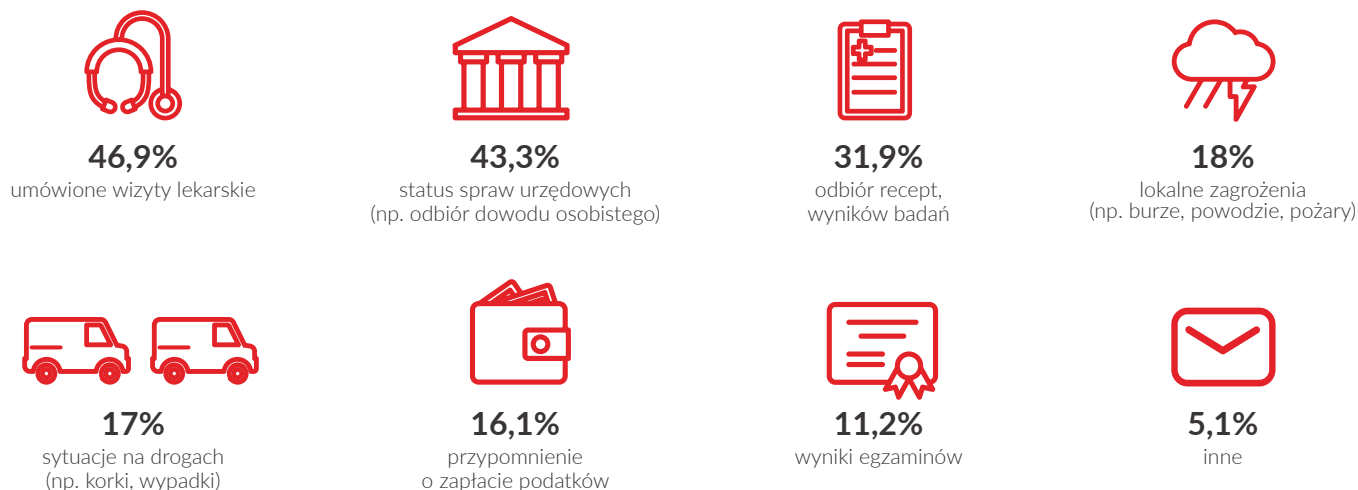


### Które instytucje informują SMS-em?

Urzędy państwowe, szpitale/przychodnie to instytucje publiczne, od których ankietowani najczęściej otrzymywali SMS-y (tak deklaruje blisko połowa badanych). Warto podkreślić, że respondenci częściej odbierali SMS-y od instytucji prywatnych.

## Rodzaj informacji otrzymywanych SMS-em od instytucji publicznych

Najczęściej odbierane SMS-y od instytucji publicznych to:



## Preferowany rodzaj informacji, jakie Polacy chcieliby otrzymywać SMS-em:



**48,2%**

lokalne zagrożenia  
(np. burze, powódzie, pożary)



**43,8%**

status spraw urzędowych  
(np. odbiór dowodu osobistego)



**43,7%**

umówione wizyty lekarskie



**43,5%**

sytuacje na drogach  
(np. korki, wypadki)



**36%**

odbiór recept,  
wyników badań



**25,1%**

przypomnienie  
o zapłacie podatków



**14,5%**

wyniki egzaminów



**1,3%**

inne



Niewątpliwie największym powodzeniem, zarówno pod kątem otrzymywanych od urzędów wiadomości, jak i preferowanych typów informacji, cieszą się komunikaty dotyczące wizyt lekarskich oraz statusu spraw urzędowych. Coraz popularniejsze i coraz bardziej pożądane są też informacje na temat lokalnych zagrożeń - SMS dzięki swojej niezawodności i uniwersalności to najszybsza i najbardziej skuteczna droga szybkiego informowania o zagrożeniach, dzięki której można uratować swój dobytek, a nawet i życie. Osoby, które chcą na bieżąco otrzymywać ważne komunikaty, nie muszą szukać ich na stronach internetowych czy ściągać jakichkolwiek aplikacji.

## Ocena przydatności informacji SMS otrzymywanych od instytucji publicznych

bardzo przydatne



51%

przydatne



46%

nieprzydatne



3%



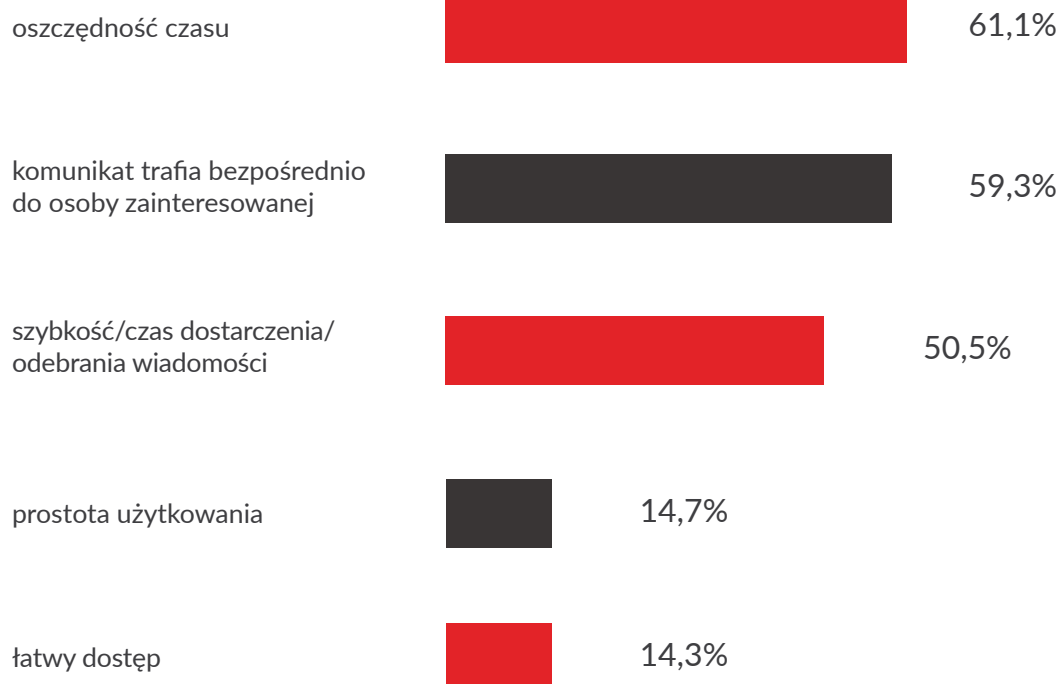
Współczesne instytucje publiczne coraz częściej skutecznie odcinają się od stereotypu instytucji skostniałych, zbiurokratyzowanych, do których staje się w gigantycznych kolejkach. W dobie nowych technologii kontakt z instytucjami publicznymi może być sprawniejszy i przyjemniejszy, przynosząc korzyści każdej ze stron. Niebawem kolejne placówki otworzą się na dostępne innowacje, budując obraz instytucji przyjaznej obywatelom. Nasze coroczne badania potwierdzają bowiem, że ten trend zdecydowanie wzrasta.

### Łukasz Kwieciński

New Business Manager Platformy SerwerSMS.pl związany z branżą telekomunikacyjną i teleinformatyczną. Odpowiedzialny za sprzedaż oraz nawiązywaniem nowych kontaktów biznesowych. W SerwerSMS.pl od wielu lat buduje i rozwija dział obsługi klienta odpowiedzialny za skuteczną i efektywną sprzedaż.



## Najważniejsze zalety komunikacji SMS ze strony instytucji publicznych



### Doceniamy SMS-y od instytucji

Coraz trudniej wyobrazić nam sobie funkcjonowanie bez SMS-ów od instytucji publicznych. Niemal wszyscy ankietowani, bo aż 97%, uznaje SMS-y otrzymywane od instytucji publicznych za bardzo przydatne lub przydatne, a tylko 3% nie jest przekonana do tego rozwiązania. Kontakt SMS-owy z mieszkańcami miast, gmin czy powiatów już jest ważnym kanałem komunikacyjnym, a tendencja ta w najbliższych latach powinna się utrzymywać a nawet wzrastać. Dla 6 na 10 osób otrzymanie SMS-a z urzędu lub innej instytucji pozwala zaoszczędzić czas.



# Wykorzystanie SMS-ów

w marketingu produktów i usług



## Popularność usługi SMS-ów handlowych

Czy otrzymujesz ze sklepów czy firm drogą SMS informacje o ofertach lub rabatach?



76,2%

tak, otrzymuję

nie otrzymuję

23,8%

Czy chcesz dostawać je nadal?



69,0%

TAK



31,0%

NIE

Czy byłąbyś/byłbyś skłonna/y je dostawać?



21,3%

TAK



78,7%

NIE



### SMS a oferta handlowa

Ponad 3/4 badanych przyznaje, że otrzymuje wiadomości tekstowe ze sklepów lub firm, z czego aż 7 na 10 deklaruje, że nadal chce je otrzymywać. Osoby, które korzystają z handlowych informacji SMS, chcą utrzymać ten stan rzeczy, zaś ci, którzy dotąd na taką możliwość się nie zdecydowali, nie widzą potrzeby zmieniania swojej decyzji.



SMS-y w marketingu produktów i usług? Jestem na tak! Właściwie przeprowadzona kampania, w której zastosowano usługę SMS, może mieć dobry odbiór, a co za tym idzie, przedsiębiorstwo zauważy wiele korzyści w tego typu działaniach. SMS-y, które kuszą promocjami mogą mieć wymiar nie tylko marketingowy, lecz także informacyjny. Wiele osób, szczególnie w okresie przedświątecznym, nie ma czasu na oglądanie reklam, dlatego też SMS informujący o aktualnie prowadzonych promocjach to strzał w dziesiątkę. Innym przykładem może być przypomnienie o przeprowadzeniu obowiązkowego przeglądu stanu technicznego auta. Wiele stacji diagnostycznych wykorzystuje SMS-y jako formę komunikacji z klientem, a co za tym idzie oferowania swoich usług.

#### Daniel Laskowski

Od ośmiu lat związany z branżą IT. Obecnie jest właścicielem magazynu dla mężczyzn MenWorld.pl. Prowadzi od sześciu lat własną firmę, która oferuje przedsiębiorstwom szeroko pojęte doradztwo marketingowe i Public Relations.

## Preferowana częstotliwość otrzymywania SMS-ów na temat oferty firm lub sklepów

raz w tygodniu



40,5%

kilka razy w tygodniu



31,9%

raz w miesiącu



12,9%

kilka razy w miesiącu



11,3%

kilka razy w roku



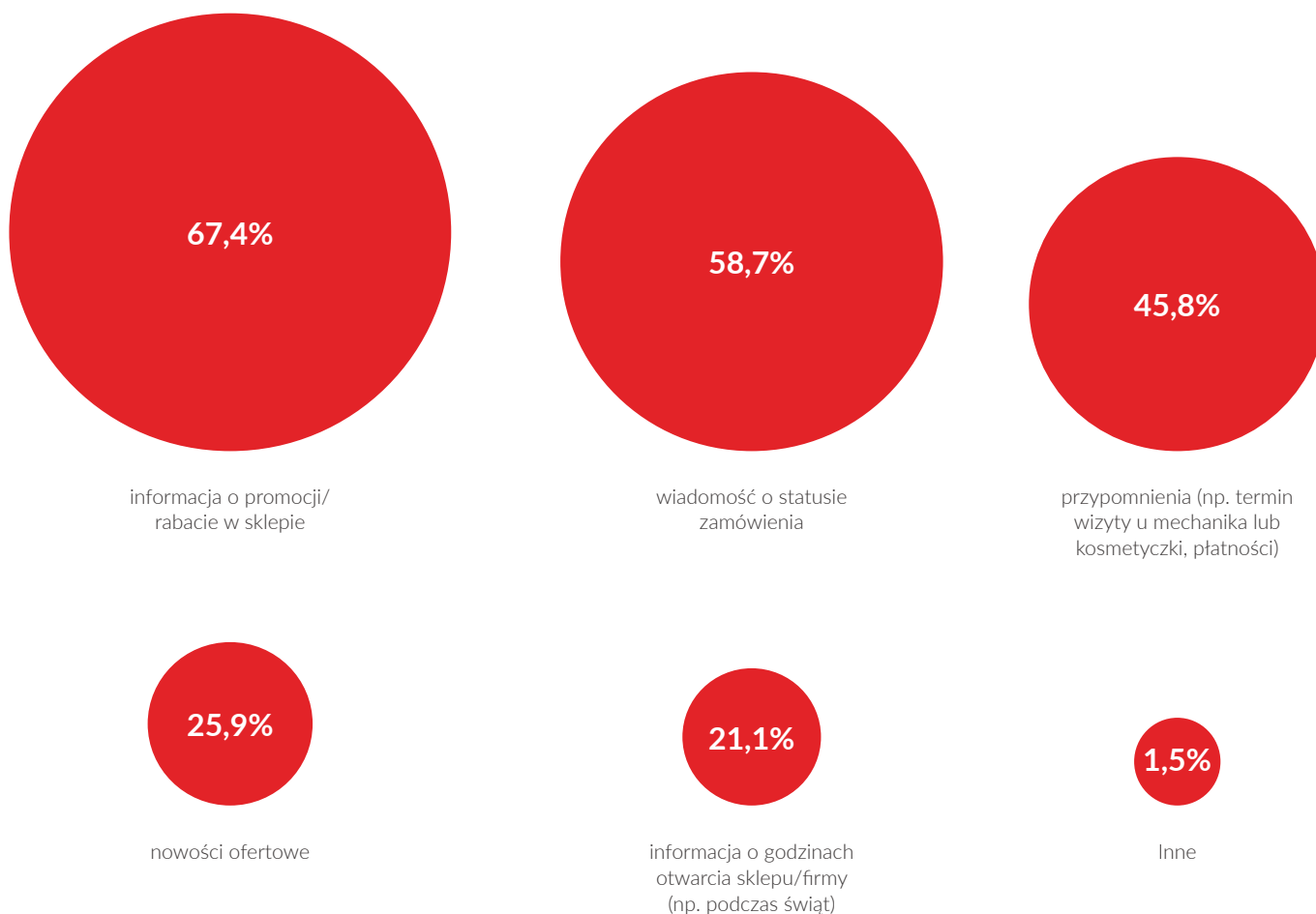
3,3%



### SMS – tak, ale raz w tygodniu

Zdaniem badanych jedna wiadomość o charakterze handlowym tygodniowo, to najbardziej preferowana opcja otrzymywania SMS-ów z rabatami, informacjami o nowościach, statusie zamówienia itp.

## Rodzaj wiadomości od firm lub sklepów, najbardziej atrakcyjny w opinii badanych



## Najbardziej atrakcyjne typy promocji, o których badani chcieliby być informowani za pośrednictwem SMS-a



**61,2%**  
rabaty



**10,3%**  
drugi produkt/usługa gratis



**10,0%**  
jakikolwiek gratis



**9,6%**  
zniżka na kolejne zakupy



**9,0%**  
konkurs z losowaniem



### Liczą się konkretne korzyści

Klienci, którzy są skłonni otrzymywać SMS-y z informacjami o promocjach, za najbardziej przydatne uznali powiadomienia o rabatach (ponad 60% głosów ankietowanych) oraz o gratisach w postaci drugiego produktu lub w innej formie (w sumie 20%). Preferujemy zatem konkretne korzyści – dodatkowy towar lub zaoszczędzone pieniądze.

## Kategorie tematyczne, które wzbudzają największe zainteresowanie badanych w kontekście otrzymywania SMS-ów o promocjach lub usługach



**61,0%**

odzież/obuwie/akcesoria



**38,8%**

sprzęt ADG/RTV



**30,6%**

produkty spożywcze



**27,9%**

rozrywka/kultura



**22,8%**

turystyka



**22,2%**

restauracje/kawiarnie/puby



**17,1%**

usługi kosmetyczne/  
fryzjerskie



**12,8%**

edukacja



**12,3%**

usługi bankowe/produkty  
finansowe



**5,5%**

ubezpieczenia



**5,4%**

prywatna ochrona zdrowia



**1,0%**

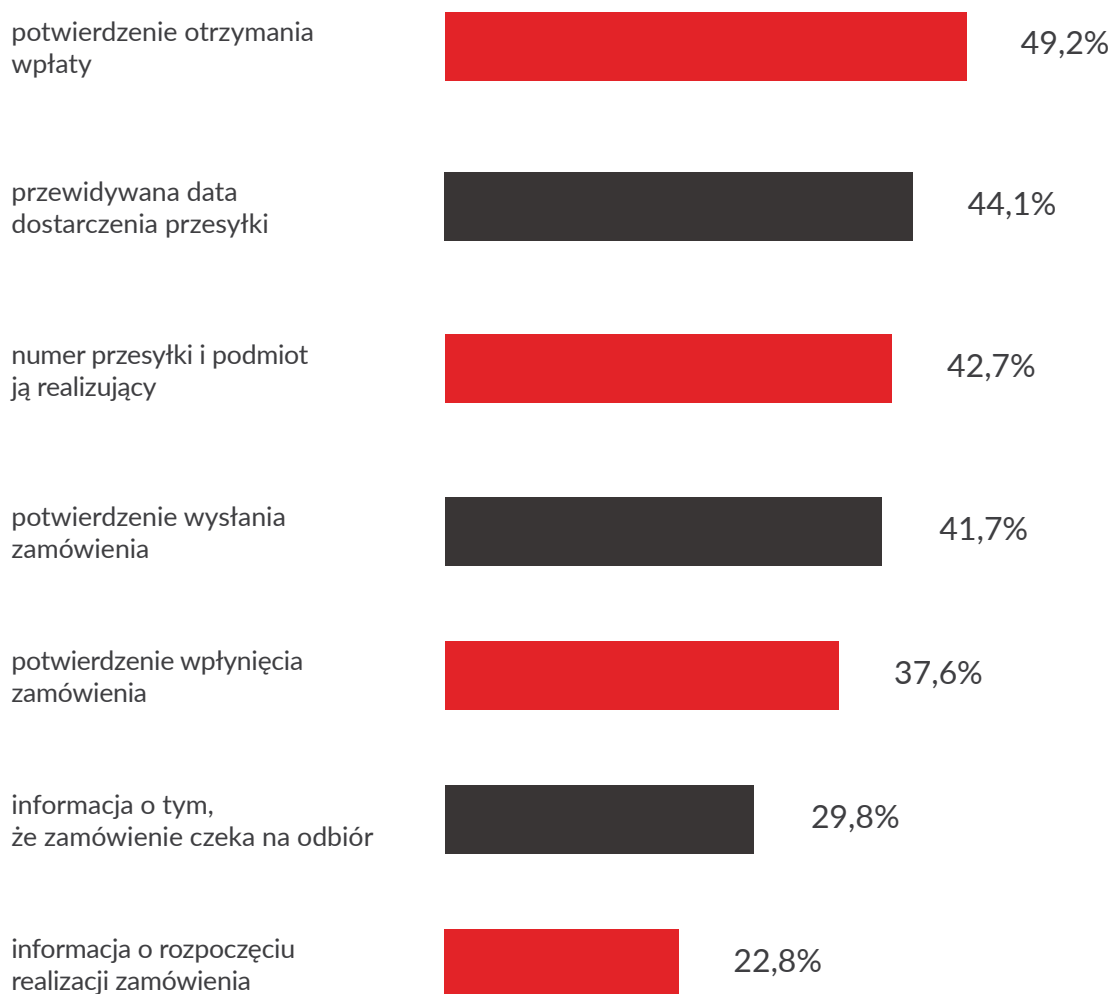
inne



Obszary zainteresowań konsumentów co roku kształtują się dość podobnie. Najbardziej atrakcyjne w kontekście powiadomień o promocjach są dobra szybko zbywalne oraz te, które ze względu na wysoką cenę szczególnie chcielibyśmy zakupić w atrakcyjnej cenie. Na wskaźnik pierwszej (61%) grupy, jaką stanowi odzież, obuwie i akcesoria, z pewnością wpływa również fakt, że interesuje ona w dużej mierze kobiety, które dysponując domowym budżetem, często decydują się na okazjne zakupy właśnie w tym segmencie. Coraz większego znaczenia nabierają dla nas SMS-y dotyczące artykułów spożywczych (30,6%), które w stosunku do roku ubiegłego wyprzedziły powiadomienia o tematyce rozrywkowej, turystycznej i gastronomicznej. Wyniki te powinny stanowić inspirację dla sklepów, bądź usługodawców z danej kategorii tematycznej, a jednocześnie powód do refleksji tych grup, których ofertami konsumenci interesują się mniej – być może zmiana komunikatu, jego forma, przedmiot lub częstotliwość wpłyną na efektywność prowadzonych działań.

**Edyta Godziek**  
PR & Marketing Manager w SerwerSMS.pl

## Zakupy online. Informacje związane z zakupami i transakcją, jakie badani chcieliby otrzymywać SMS-em



### SMS-owe wsparcie zakupów online

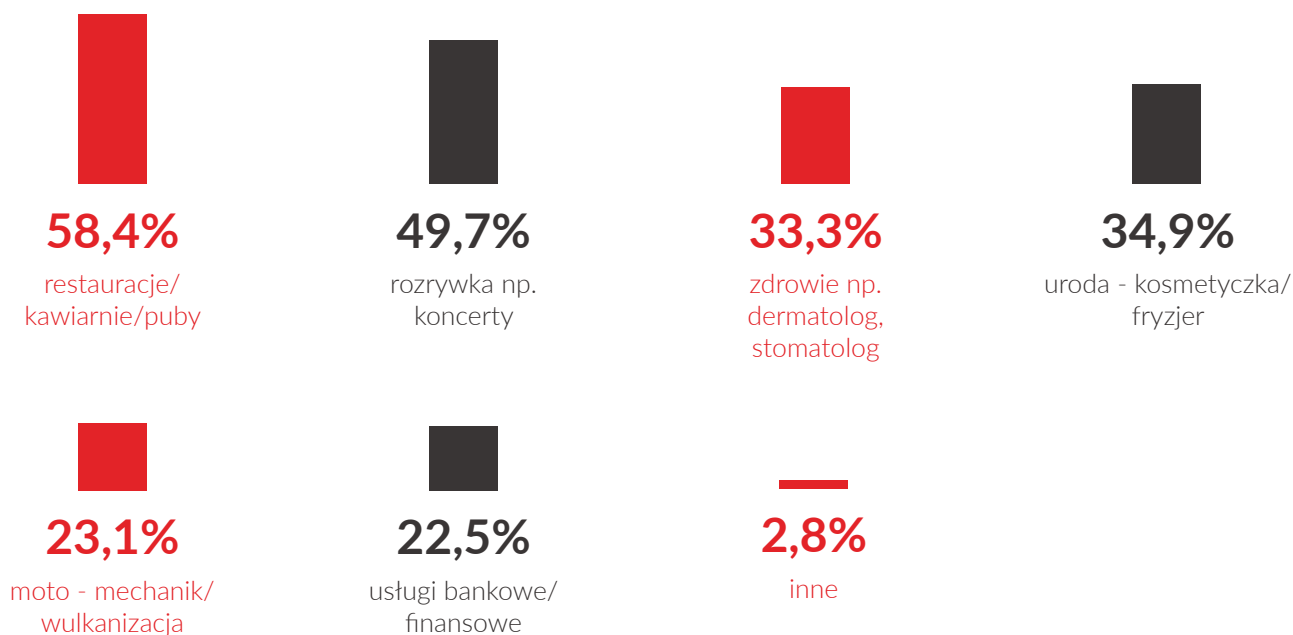
Dla wielu osób robiących zakupy online liczy się przede wszystkim wygoda. Stąd też niemal połowa ankietowanych SMS-em chciałaby dostać informację z potwierdzeniem otrzymania wpłaty za zakupiony towar (tak odpowiedziało 49,2% badanych), zaś drugą równie istotną informacją jest przewidywana data dostarczenia przesyłki (ważne dla 44,1% ankietowanych).



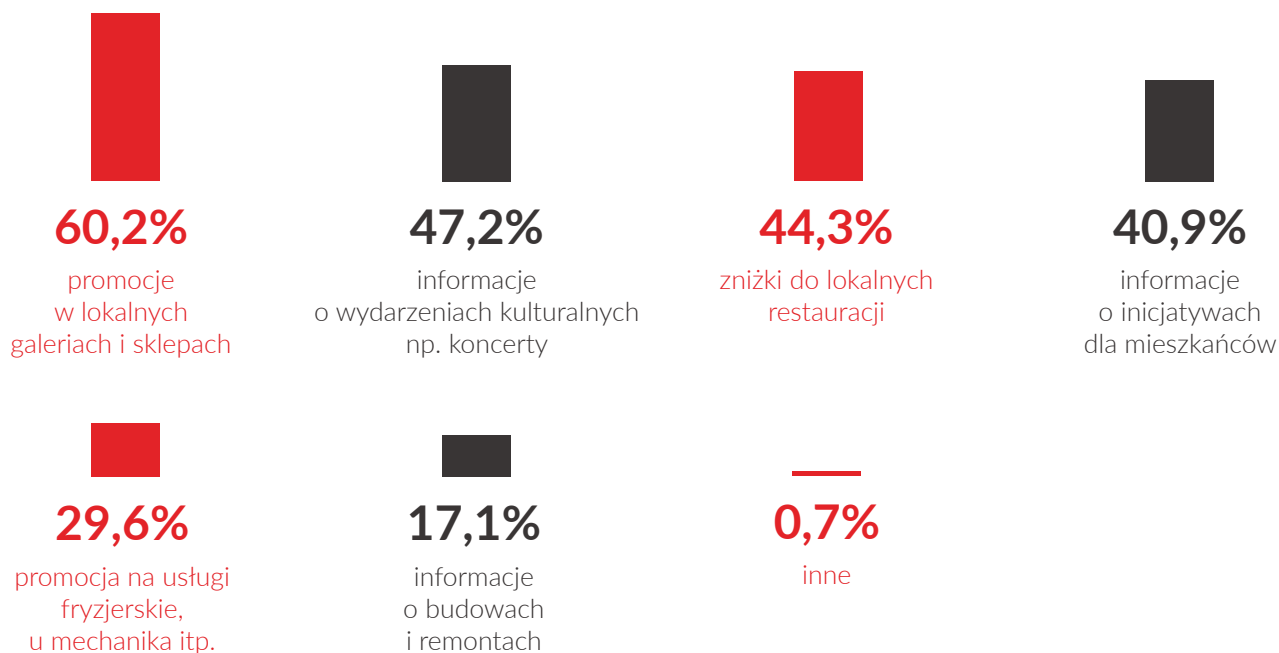
Krótką wiadomość tekstową ma istotne znaczenie dla sektora e-commerce: pomaga autoryzować transakcje, szybko i łatwo powiadamia klientów o statusie zamówienia, czy przekazuje inne informacje niezbędne do sprawnego dostarczenia przesyłki. Badania pokazują, że prawie wszystkie wysłane SMS-y są w całości czytane przez odbiorców i to przeważnie w ciągu kilku minut od ich wysłania. Dzięki temu ten krótki, ale treściwy komunikat, wpływa na wzrost satysfakcji z zakupów.

**Daniel Zawiliński**  
Managing Director Platforma SerwerSMS.pl

## Usługi z regionu. Najbardziej interesujące branże w kontekście otrzymywania SMS-ów o rabatach lub zniżkach



## Usługi z regionu. Informacje, które chcieliby otrzymywać badani za pośrednictwem SMS



Lokalne wiadomości handlowe są najchętniej odczytywane przez badanych przede wszystkim wtedy, gdy informują ich o promocjach, wydarzeniach kulturalnych oraz niosą za sobą realną korzyść np. w postaci zniżek do restauracji.

## Chęć odwiedzenia sklepu/punktu usługowego w regionie w celu bliższego zapoznania się z ofertą, po otrzymaniu SMS-a promocyjnego

76,6%

TAK

NIE

23,4%

## Chęć odwiedzenia serwisu internetowego w celu bliższego zapoznania się z ofertą, po otrzymaniu SMS promocyjnego

79,5%

TAK

NIE

20,5%

## Ogólna popularność powiadomień. Jaką drogą odbieramy je najczęściej?



41,8%  
e-mail



34,9%  
SMS



12,2%  
aplikacje



10,7%  
nie korzystam



0,4%  
inne



Sposoby wykorzystania SMS-ów w marketingu produktów i usług są nieograniczone i zależą tylko i wyłącznie od wyobraźni twórców kampanii. Wszystko sprowadza się do tego, że konsumenci chcą je otrzymywać. Z badania wynika, że deklaruje to aż 69% użytkowników. Aby komunikacja SMS była skuteczna należy kierować się następującymi zasadami: SMS powinien być wysłany nie częściej, niż raz w tygodniu, SMS musi nieść wartość dodaną np. informację o promocji, o statusie zamówienia lub powiadomienie np. na temat zbliżającego się terminu płatności.

Popularność marketingu SMS plasuje go dzisiaj na drugiej pozycji z wynikiem 34,9%, za e-mail marketingiem (41,8%) i przed powiadomieniami wysyłanymi w wszelkiego rodzaju aplikacjach (12,2%). Dlatego, pomimo że w kontaktach bezpośrednich przesiedliśmy się na komunikatory, SMS czyli pierwszy i pierwotny element marketingu mobilnego ma przed sobą świetlaną przyszłość.

### Łukasz Kłosowski

Założyciel GoMobi.pl, pierwszego serwisu branży mobile i mobile marketing. Wieloletni dziennikarz mediów branżowych. Na swoim koncie ma liczne publikacje także w najważniejszych mediach drukowanych, w tym w dzienniku „Rzeczpospolita” i miesięczniku „Press”. Oprócz serwisu, od 2013 roku upowszechnia wiedzę na temat mobile także na konferencjach branżowych m.in. Mobile Solutions, Mobile Trends Conference, Targi Mobilne. Pomysłodawca, autor oraz wydawca publikacji poruszających specjalistyczne zagadnienia - „Case studies mobile marketing”, raport „mShopper”, „Mobile advertising sprzedaje”, raport „Wideo mobile 2016” czy „Płatności cyfrowe 2016”.





# Smartfony i aplikacje mobilne

a SMS-y



## Deklaracja posiadania aplikacji do wysyłki wiadomości

Czy posiadasz na swoim telefonie jakiegokolwiek aplikacje do wysyłki wiadomości, czyli tzw. komunikatory mobilne?



78,5%

posiadam

nie posiadam

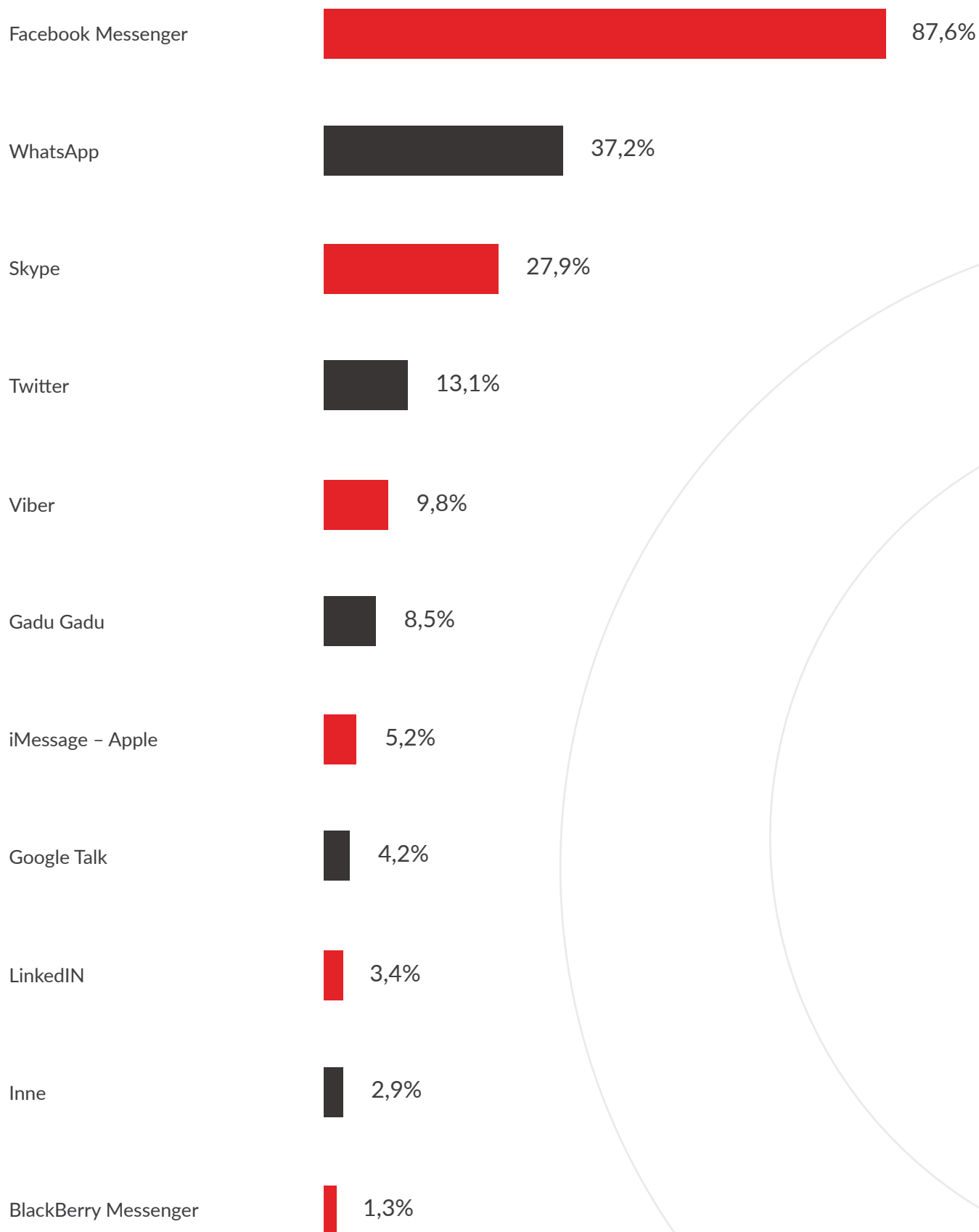
21,5%



Liczba osób korzystających w codziennym życiu z SMS-ów maleje, ale jest to trend bardzo powolny i prawie niezauważalny. W 2012 roku ponad 98% badanych deklarowało korzystanie z SMS-ów, 3 lata później 97% badanych, aktualnie 96,5% badanych. Widać również spadek w częstotliwości korzystania z SMS-ów. Wykorzystują ten sposób komunikacji codziennie w 2012 roku było 73%, obecnie 65%. Są to jednak zmiany bardzo niewielkie, w dobie komunikatorów takich jak Messenger od Facebooka, WhatsApp Messenger czy WeChat wydawać by się mogło nawet zaskakujące.

**Robert Rachwał**  
Redaktor naczelny serwisu [MobileTrends.pl](http://MobileTrends.pl)

## Popularność aplikacji do komunikowania się na smartfonach





Wśród popularnych aplikacji znajdują się również Instagram oraz Snapchat, jednak w ich obszarze komunikacja odbywa się głównie w oparciu o obraz i video, gdzie szczególnie to pierwsze, nie zawsze jest w stanie w pełni przekazać treść komunikatu. Oczywiście sytuacja w tym obszarze może się dynamicznie zmieniać, w miarę jak poszczególne platformy, aplikacje i komunikatory będą ewoluować. W tym momencie jednak trzy aplikacje mają tak znaczną przewagę, że w najbliższym czasie wydają się być w swojej kategorii bezkonkurencyjne.



Polska Facebookiem stoi. Pozostałe komunikatory nie przyjęły się u nas tak mocno i nie ulegnie to zmianie, biorąc pod uwagę kompleksowy charakter Messengera. Zresztą, drugi w kolejności WhatsApp to również własność Facebooka, co jest bardzo wymowne. Teoretycznie mogłoby się wydawać, że aplikacje te nie mają znaczących przewag nad SMS-ami. Z tabeli zalet SMS-ów i komunikatorów mobilnych wynika, że zarówno jedna jak i druga forma komunikacji jest oceniana jako szybka, prosta, wszechstronna i raczej niezawodna. SMS-y przegrywają jedynie, jeśli chodzi o koszty, ale i tutaj ulega to zmianie – zdecydowana większość ofert operatorów pozwala na nielimitowane wysyłanie tych wiadomości bez żadnych dodatkowych opłat.

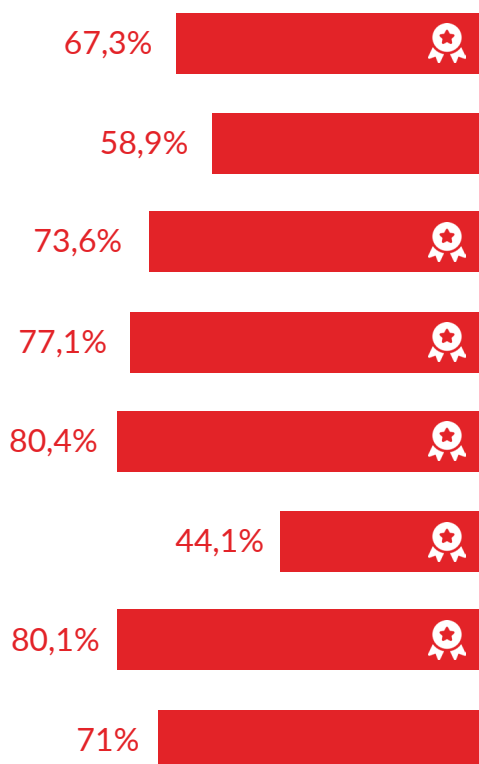
Badanie kreuje obraz użytkownika, który chętnie korzysta z aplikacji do komunikowania – właściwie są to najczęściej używane przez nas programy. Są w końcu bardzo wygodne oraz dają dostęp do ogromnej liczby zaawansowanych funkcji: udostępniania lokalizacji, łatwego przesyłania multimediiów, popularnych naklejek i gif-ów. Nie traktujemy ich jednak jako alternatywy dla SMS-ów, a ich dopełnienie. Krótkie wiadomości tekstowe wciąż są oceniane bardzo pozytywnie i cenione przede wszystkim za prostotę. Można się spodziewać, że w miarę ich rozwoju (a ten zakłada pójście w kierunku modelu przypominającego dzisiejsze komunikatory), liczba użytkowników będzie utrzymywała się raczej na stałym poziomie, a być może nawet lekko wzrośnie.

**Tomasz Popielarczyk**

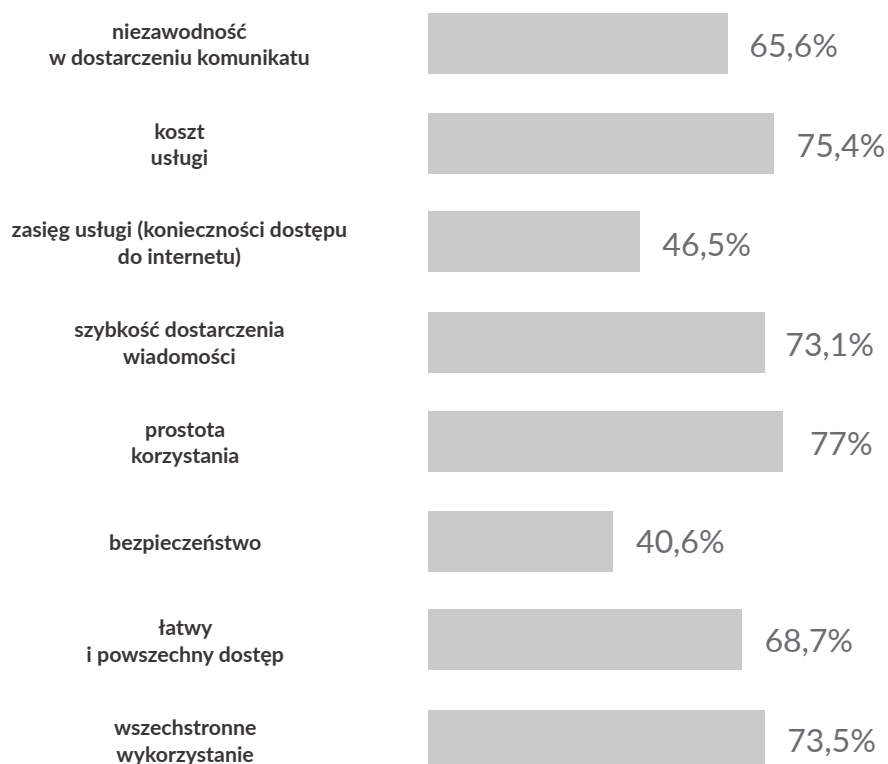
Z wykształcenia dziennikarz, prywatnie wielki fan technologii i gadżeciarz. Od 6 lat w Antyweb.pl – obecnie jako redaktor prowadzący. Specjalizuje się w zagadnieniach związanych z rynkiem mobilnym oraz smartfonami.

# Popularność aplikacji do komunikowania się na smartfonach

SMS-y



Komunikatory mobilne



## SMS a komunikatory

W ostatnich latach komunikatory internetowe cieszą się sporą popularnością, co jednak nie wpływa na popularność SMS-ów. Ankietowani w swoich odpowiedziach podkreślają, że krótkie wiadomości tekstowe są bardziej niezawodne od komunikatorów, szybsze, prostsze w obsłudze i bardziej bezpieczne. Nie bez znaczenia pozostaje również zasięg – do wysyłki SMS-a wystarcza bowiem sieć komórkowa, a komunikatory wymagają jednak dostępu do Internetu, co może rodzić pewne problemy w miejscach, gdzie nie sposób uruchomić przesyłania danych.



Aż 87,6-procentowa popularność Facebook Messengera wśród użytkowników smartfonów w Polsce pokazuje, jak słusznym kierunkiem jest sięganie przez kolejne firmy po narzędzie, jakim są boty. Sporo do zrobienia ma na tym polu Sztuczna Inteligencja (AI), która będzie gotowa w kanałach społecznościowych zastąpić typowego konsultanta reprezentującego interesy firmy. Po takie narzędzie dość odważnie sięgnął jeden z polskich banków. Wszystkie formalności przed udzieleniem pożyczki, można sfinalizować poprzez kontakt z Wirtualną Asystentką. SMS-y jednak przetrwają, bo ten sam raport pokazuje też, że Polacy cenią je za ich niezależność od warunków dostępowych do Internetu (73,6% vs 46,5%), uważają je tym samym za pewniejsze od aplikacji komunikacyjnych w przekazywaniu ważnych informacji (67,3% vs 65,6%), bezpieczniejsze (44,1% vs 40,6%) oraz cenią je za łatwy i powszechny dostęp (80,1% vs 68,7%). Nie da się jednak ukryć, że zmiany na korzyść aplikacji będą postępowały, szczególnie z kolejnymi pokoleniami, wychowywanymi wyłącznie w kulturze komunikatorów.

### Michał Brożyński

ROAR! Redaktor Naczelny bloga technologicznego 90sekund.pl i wielki entuzjasta Chromebooków oraz urządzeń pracujących pod kontrolą Chrome OS. Przejęty problematyką relacji Człowieka i Maszyny. Zafascynowany literaturą Wiesława Myślińskiego, Orhana Pamuka i Jaume Cabre'a.



Rosnąca popularność komunikatorów mobilnych (znacznie przekraczająca popularność aplikacji społecznościowych) nie wpływa na zmniejszenie korzystania z tradycyjnej formy komunikacji mobilnej, jaką są SMS-y. Potwierdzają to również inne badania, także takie korzystające z pomiarów pasywnych (tj. faktycznego wykorzystywania poszczególnych aplikacji mobilnych na telefonie), a nie tylko badań deklaratywnych. Co ciekawe, nawet w najmłodszej grupie wiekowej (wśród nastolatków) przy ogromnej popularności komunikatorów mobilnych wyraźnie widać intensywne korzystanie z SMS-ów. Wbrew pozorom, są to zupełnie inne formy wiadomości, służące przekazywaniu zupełnie innych typów informacji. Planując skuteczną komunikację ze swoją grupą docelową, z wykorzystaniem smartfonów, trzeba mieć po prostu świadomość tych różnic.

**Monika Mikowska**

CEO i współwłaścicielka agencji Mobee Dick, badającej i projektującej rozwiązania internetowe i tworzącej strategię produktowe dla największych marek w Polsce. Wiodąca w Polsce specjalistka ds. mobile UX design. Autorka popularnego bloga jestem.mobi.

## Częstotliwość pobierania aplikacji mobilnych w ciągu ostatnich 12 miesięcy

83,7%

TAK

NIE

16,3%



Zdecydowana większość badanych pobrała minimum jedną aplikację mobilną w ciągu ostatniego roku. Jedyne 16,3% badanych nie pobrało ani jednej aplikacji.



Od lat słyszymy pytanie z retorycznym zabarwieniem: czy komunikatory mobilne wyprą tradycyjne SMS-y? Odpowiedź nieodmiennie brzmi „nie”. Naturalnie nowe formy komunikacji stopniowo zastępują starsze, jednak nie oznacza to, że we współczesnych kanałach komunikacji nie będzie dla nich miejsca.

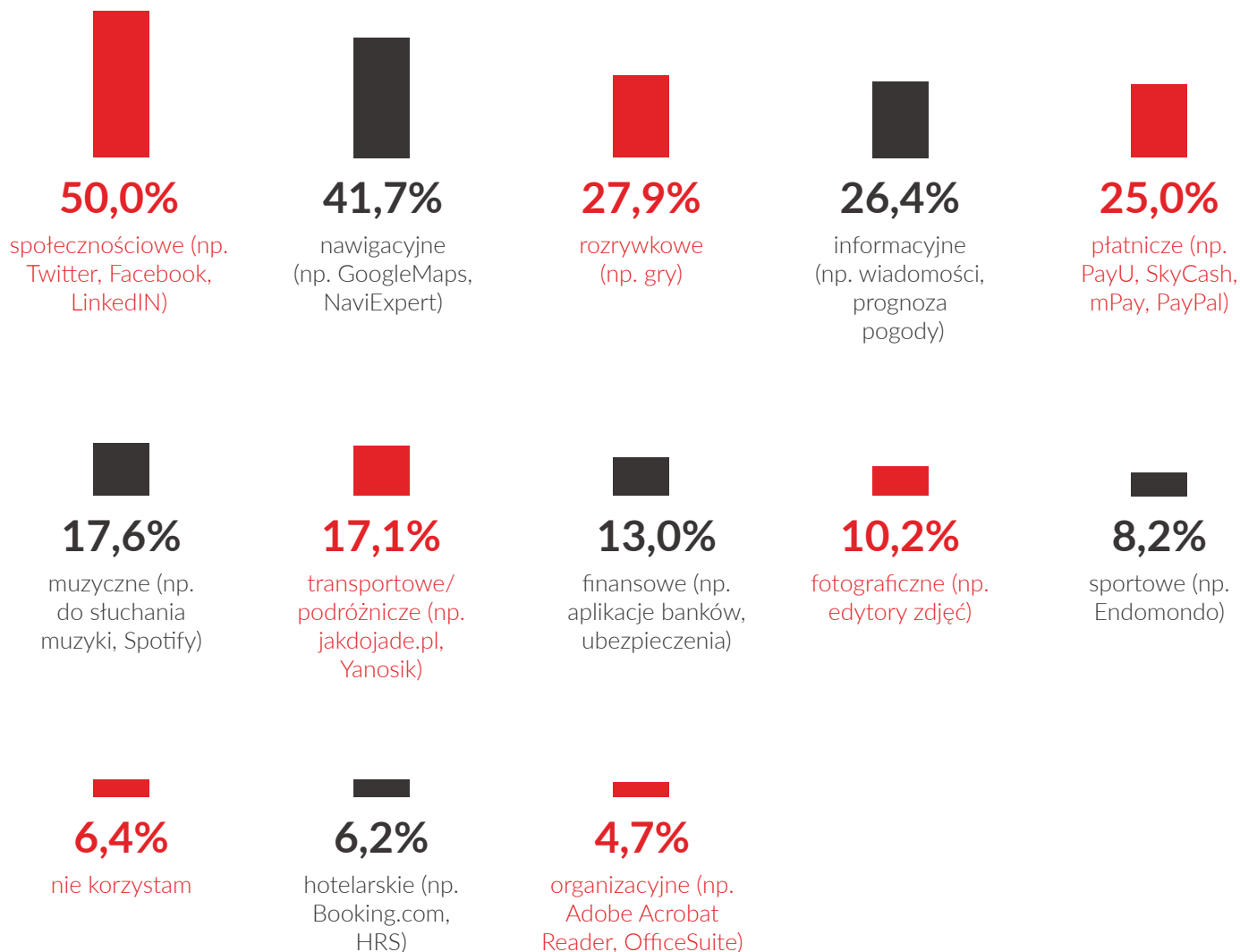
Komunikatory mobilne mają wiele plusów - liczne funkcje multimedialne i społecznościowe, lecz najważniejszym z nich jest opcja szyfrowania komunikacji. Zniesienie dodatkowych opłat roamingowych na terenie UE tylko przyczyni się do wzrostu znaczenia komunikatorów. Pamiętajmy jednak, że ich minusem jest dostępność. Aby użytkownik A mógł porozmawiać z użytkownikiem B, obaj muszą mieć zainstalowaną tę samą aplikację. W przypadku SMS-ów ten problem nie istnieje - ktokolwiek ma numer telefonu, ten ma możliwość odczytania SMS-a, czy to na starym czy nowym telefonie.

Wreszcie, obserwujemy obecnie coś, co można nazwać „usnapchatowaniem” komunikatorów. To multimedialne dodatki, filtry zdjęć, nakładki, emotikony, słowem: komunikacja charakterystyczna dla nastolatków i ludzi młodych. Tego rodzaju oprawa nie każdemu musi pasować, pomijając już fakt, że im bardziej rozbudowany komunikator, tym wolniej działa na urządzeniach ze słabszymi podzespołami. Tymczasem SMS oferuje wciąż tę samą „spartańską” przejrzystość.

**Krzysztof Majdan**

Redaktor naczelny serwisu INN:Poland. Interesuje się tematyką nowych technologii, cyberbezpieczeństwa i telekomunikacji. Wcześniej współtworzył polską wersję Business Insider Polska, pisał dla „Gazety Wyborczej” i „Dziennika Gazety Prawnej”.

## Najbardziej popularne kategorie aplikacji pobieranych na smartfony



Niemal 80% ankietowanych ma w smartfonie – poza oczywistą możliwością wysyłania SMS-ów – także jedną lub więcej aplikacji do wysyłania wiadomości. Króluje Facebook Messenger a na drugim miejscu, jak podejrzewam, jest nieujęty w zestawieniu Instagram (który możliwość wysyłania bezpośrednich wiadomości wprowadził stosunkowo niedawno). Czy komunikatory zastąpią SMS-y? Tak, jeśli te pierwsze nadrobią kilka niedociągnięć. SMS-y mają przewagę łatwości użycia (są dostępne na każdym telefonie, nie ma problemów z kompatybilnością między platformami) i dostępności nawet, kiedy telefon jest odłączony od internetu. Z drugiej strony badani zwracają uwagę na przewagę komunikatorów: koszty oraz „wszechstronność” (w rozumieniu: możliwość wysyłania także zdjęć, filmów i innych materiałów). Jeśli SMS-y nie ewoluują, przyszłość należy do komunikatorów. Pod warunkiem, że fragmentacja przestanie być problemem. Najbardziej prawdopodobny scenariusz? Dominacja Facebook Messengera...

### Paweł Tkaczyk

Mówca publiczny, wykładowca, szkoleniowiec. Buduje silne marki, doradza przedsiębiorcom i startupom. To również autor dwóch marketingowych bestsellerów - „Zakamarki marki” oraz „Grywalizacja”.



## Badani w raporcie

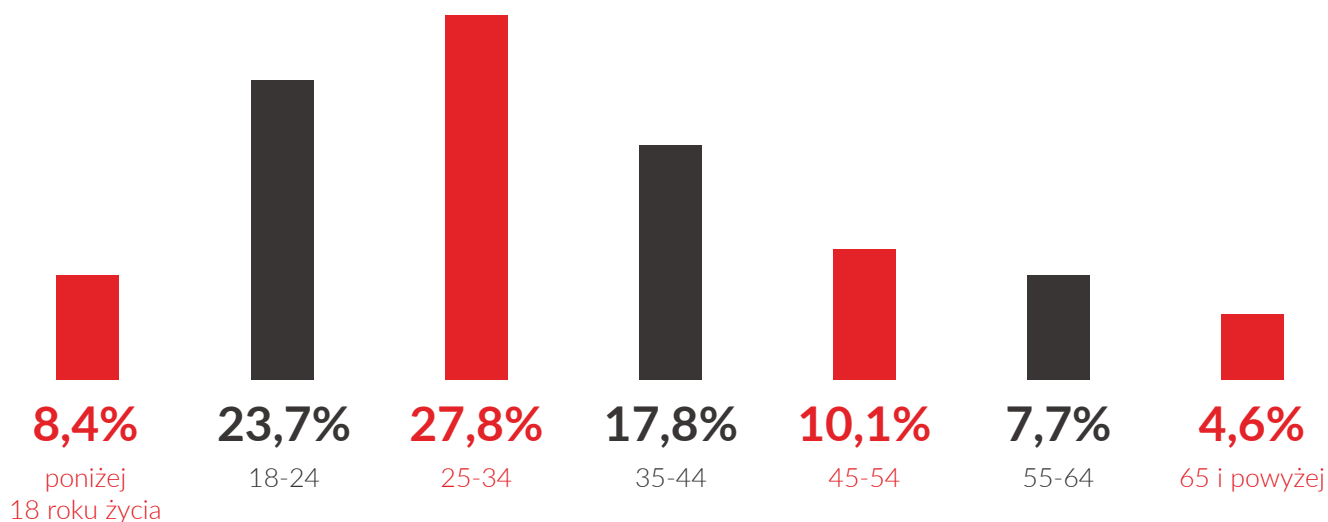
„Komunikacja SMS w Polsce 2016/2017”



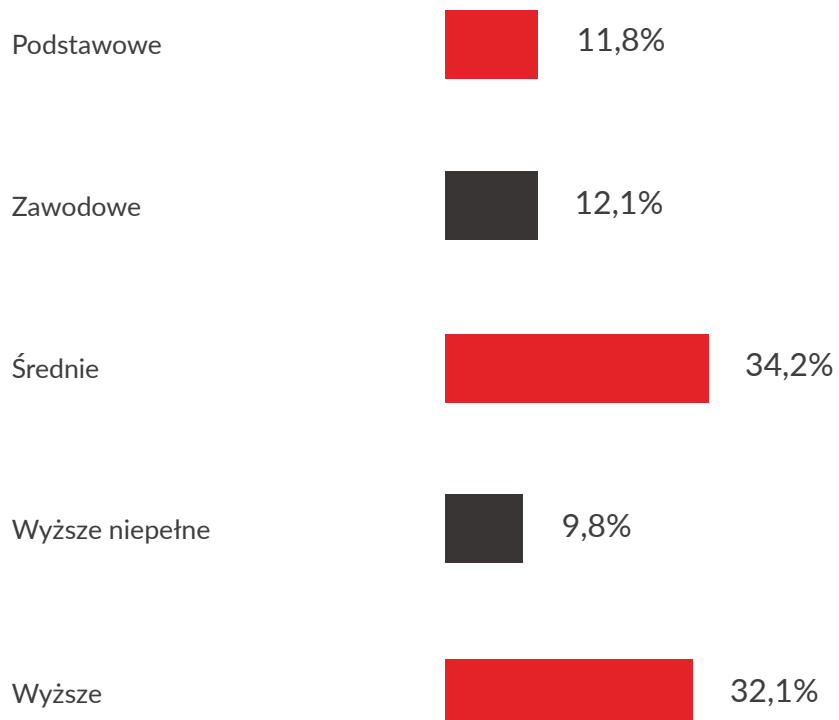
### Demografia



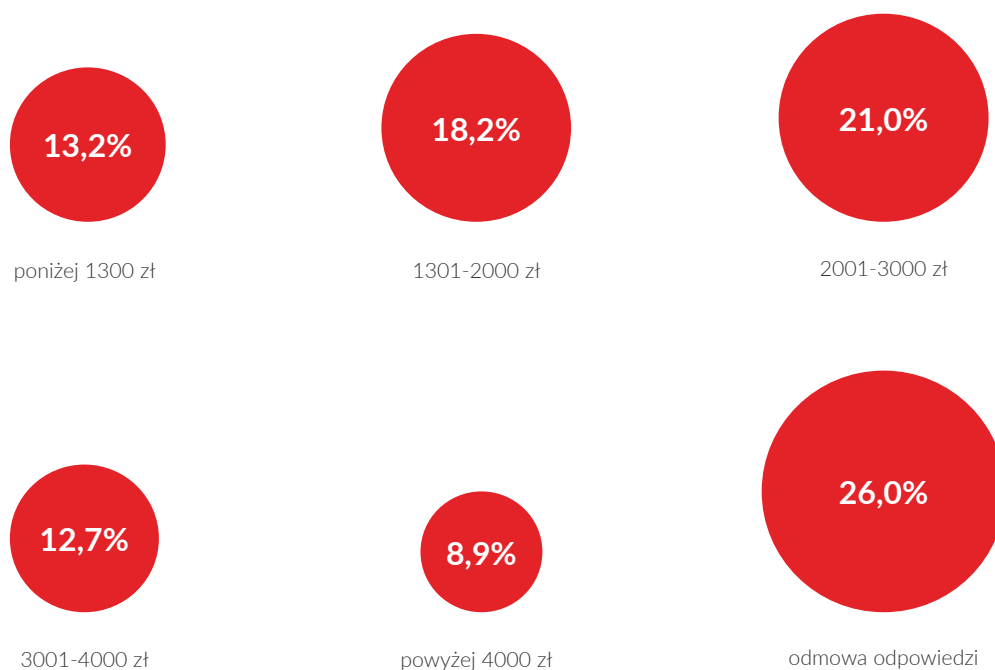
### Wiek



## Wykształcenie

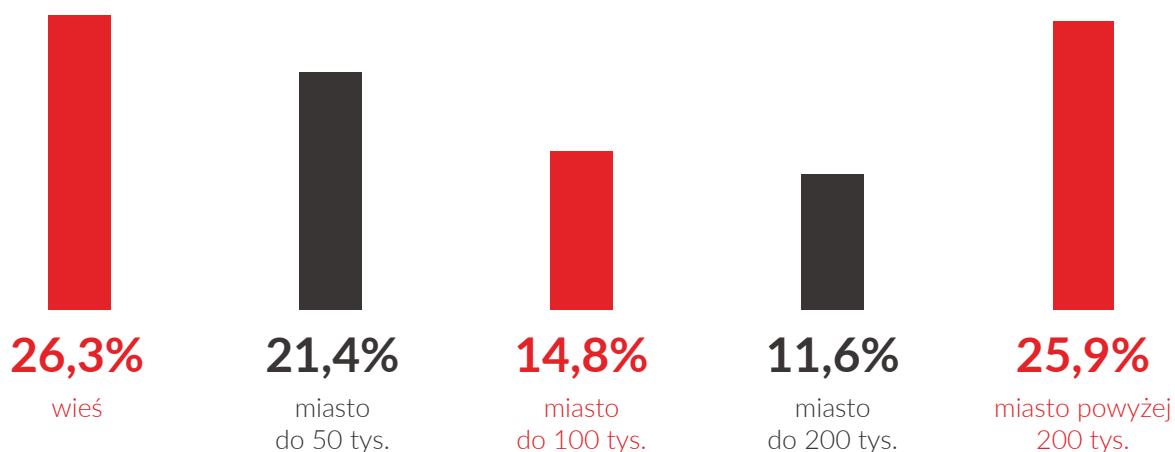


## Dochody netto

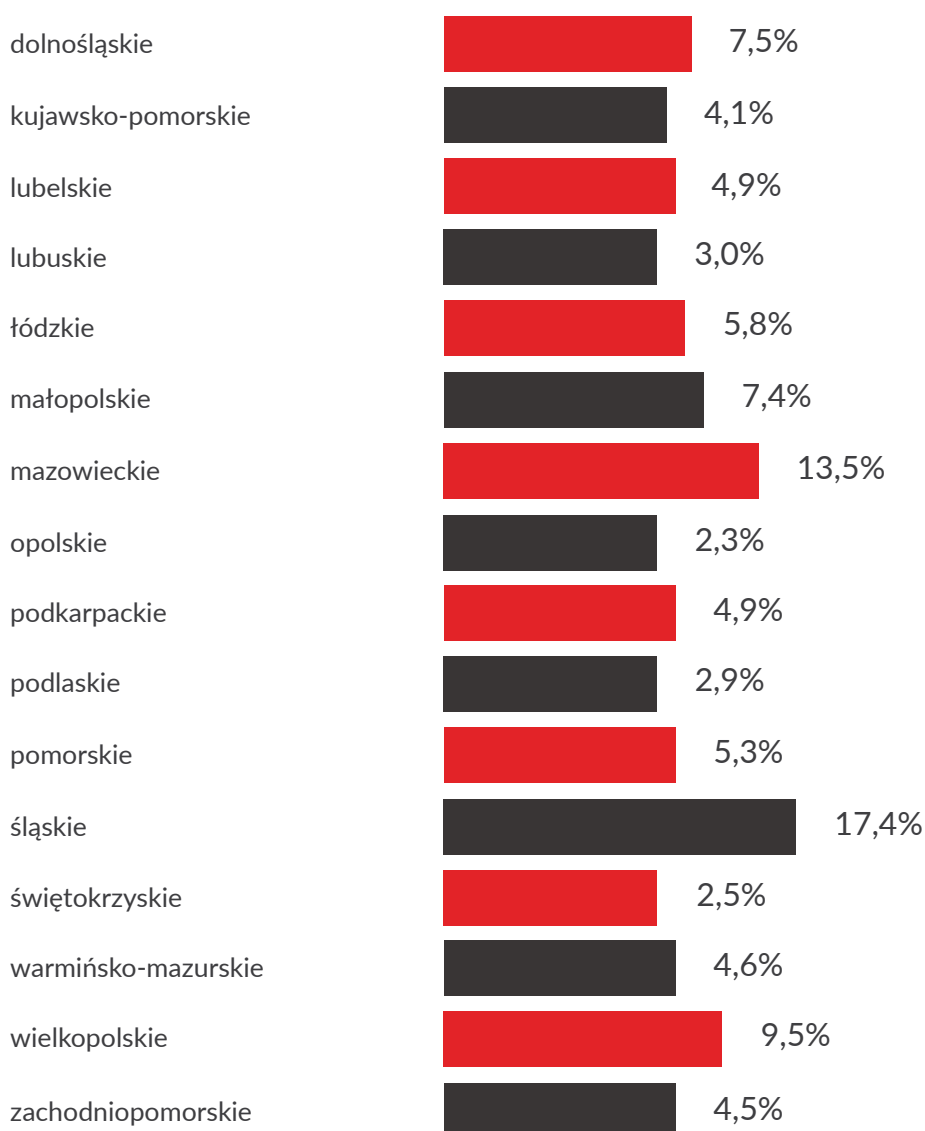




## Miejsce zamieszkania



## Miejsce zamieszkania



# Najważniejsze wnioski z raportu „Komunikacja SMS w Polsce 2016/2017”

## Ogólne informacje o wykorzystaniu SMS-ów w codziennym życiu Polaków

- Smartfony to dziś najbardziej popularne urządzenia mobilne: aż 86% badanych deklaruje posiadanie tego rodzaju telefonu, a zaledwie 14% użytkowników na co dzień korzysta z tradycyjnego aparatu komórkowego;
- Popularność SMS-ów, pomimo upływu lat i pojawienia się nowych narzędzi komunikacji, nie maleje. Z SMS-ów korzystają niemal wszyscy badani (aż 96,5% osób), a z MMS-ów 71,8%. SMS-y codziennie wysyła 6 na 10 badanych;
- Za co cenimy SMS-y? Przede wszystkim za prostotę korzystania (80,4%), łatwy dostęp (80,1%), szybkość dostarczenia wiadomości (77,1%) oraz zasięg usługi (73,6%);
- Komunikacja SMS jest najczęściej wykorzystywana przez badanych w następujących sytuacjach: w sprawach bieżących (60,4%), jako potwierdzenie informacji o spotkaniu, np. godziny czy miejsca (50,4%) oraz podtrzymanie kontaktu (45%). Nadal istotną motywacją do wysłania SMS-a jest złożenie życzeń (37,8%);
- Badani deklarują największe zainteresowanie następującymi praktycznymi obszarami wykorzystania SMS: przypomnienia, np. informacja o niezapłaconej fakturze (71,5%), informacje o realizacji usługi, np. status wysyłki (70%), informacje z urzędów (49,5%).

## Korzystanie z usług SMS Premium

- Korzystanie z wiadomości SMS Premium deklaruje 60,8% badanych. Zdecydowana większość, bo 66,8% przyznaje, że SMS-y o podwyższonej opłacie wysyła kilka razy w roku. Warto jednak zauważyć, że 6% ankietowanych twierdzi, że z SMS-ów Premium korzysta nawet kilka razy w tygodniu;
- 9 na 10 osób (87,4%) jest świadoma kosztów wysyłki SMS-a Premium. Deklarowana kwota, którą badani najczęściej (36,5% wskazań) byliby skłonni przeznaczyć w skali miesiąca na skorzystanie z tej usługi, to maksymalnie 15 zł;
- Osoby deklarujące korzystanie z SMS Premium, zdecydowanie najczęściej wspierają w ten sposób inicjatywy charytatywne (71,2% odpowiedzi);
- Istnieje też znaczna grupa, która korzysta z SMS Premium dla rozrywki, by brać udział w konkursach czy quizach (46%) lub zagłosować na swojego faworyta w programach telewizyjnych lub radiowych (29%).

## Wykorzystanie SMS-ów w działalności instytucji publicznych

- Lokalne instytucje publiczne chętnie korzystają z możliwości przeprowadzenia wysyłek do mieszkańców regionu. Już niemal połowa badanych (44,2%) przyznaje, że w ciągu ostatniego roku miała okazję otrzymać SMS od instytucji publicznej, a konkretnie od: urzędu (49,7%), szpitala lub przychodni (46,7%), szkoły bądź uniwersytetu (18,5%);
- W jakich sytuacjach najbardziej są przydatne SMS-y od instytucji publicznych? Ankietowani wskazali na przypomnienie o umówionej wizycie lekarskiej (46,9%), na drugim miejscu informacje dotyczące statusu spraw urzędowych (43,3%), a dalej zaproszenie po odbiór wyników badań i recept (31,9%);
- Niemal wszyscy badani (97%) uznali komunikację SMS prowadzoną na linii urząd-mieszkańcy za bardzo przydatną lub przydatną. Wśród najważniejszych zalet SMS-ów od instytucji publicznych wskazano: oszczędność czasu (61,1%), bezpośredniość dotarcia do zainteresowanej osoby (59,3%), szybkość dostarczenia (50,5%).

## Wykorzystanie SMS-ów w marketingu produktów i usług

- Ponad 3/4 badanych (76%) otrzymuje SMS-y promocyjne lub informacyjne od firm i sklepów, a ponad 2/3 (69%) deklaruje, że chce je otrzymywać nadal, co świadczy o tym, iż są to wiadomości przydatne;
- Jedna wiadomość o charakterze handlowym na tydzień to najczęściej preferowana częstotliwość otrzymywania SMS-ów z ofertami lub rabatami (40,5%), ale już 1/3 badanych chętnie dostawałyby je nawet kilka razy w tygodniu (31,9%);
- Według konsumentów najbardziej wartościową informacją handlową otrzymywaną przez SMS jest informacja o promocjach lub rabatach do sklepu (67,4%) albo wiadomość dotycząca statusu zamówienia (58,7%). Najmniejszym zainteresowaniem cieszą się informacje dot. godzin otwarcia czy ewentualnych przerw urlopowych sklepu (21,1%);
- Jakie oferty są dla konsumentów najbardziej atrakcyjne? Przede wszystkim: rabaty (61,2%), drugi produkt/usługa gratis (10,3%), a nawet jakikolwiek gratis (10%), konkurs z losowaniem (9%) czy zniżka na kolejne zakupy (9,6%);
- Branże, które cieszą się największym zainteresowaniem konsumentów, w kontekście otrzymywania SMS-ów promocyjnych to kolejno: odzież/obuwie/akcesoria (61%), RTV/AGD (38,8%), produkty spożywcze (30,6%), rozrywka/kultura (27,9%). Najmniejsze zainteresowanie wzbudzają oferty ubezpieczeń czy prywatnej ochrony zdrowia;
- Najbardziej atrakcyjne branże z regionu, jakie interesują ankietowanych w kontekście otrzymywania SMS-ów promocyjnych lub informacyjnych, to: restauracje/kawiarnie/puby (58,4%), rozrywka, np. zniżki na koncerty (49,7%), zdrowie, np. dentysta, dermatolog (33,3%);
- O skuteczności SMS-ów w handlu świadczy fakt, że 76,6% odbiorców odwiedziłoby sklep po otrzymaniu informacji o promocji, zaś 79,5% odwiedziłoby stronę internetową, by przyjrzeć się bliżej ofercie.

## Smartfony, a aplikacje mobilne i SMS-y




- Aplikacje do wysyłki wiadomości to dla zdecydowanej większości ankietowanych codzienność w komunikacji – aż 78,5% badanych posiada choć jedną aplikację do wysyłania wiadomości na swoim telefonie. Są to kolejno: Facebook Messenger (87,6%), WhatsApp (37,2%), Skype (27,9%), Twitter (13,1%), Viber (9,8%), Gadu Gadu (8,5%), iMessage – Apple (5,2%), Google Talk (4,2%), LinkedIn (3,4%), (inne 2,9%), BlackBerry Messenger (1,3%);
- Aplikacje społecznościowe stanowią już 50% pobieranych aplikacji na smartfony. Jakie inne są najczęściej pobierane? Nawigacyjne (41,7% wskazań), rozrywkowe (27,9%), informacyjne (26,4%), płatnicze (25%), muzyczne (17,6%), transportowe/podróżnicze (17,1%), finansowe (13%), fotograficzne (10,2%), sportowe (8,2%). 6,4% badanych twierdzi, że nie korzysta z aplikacji mobilnych.

# POZNAJ TWÓRCÓW RAPORTU

**SerwerSMS.pl** promuje wartościowe i pożyteczne zastosowania komunikacji SMS w firmie, instytucji i urzędzie. Świadczymy zaawansowane usługi teleinformatyczne i mobilne **od 2003 roku**.

Nasz system zapewnia najwyższe bezpieczeństwo powierzonych danych oraz usługę zgodną z regulacjami **RODO**.

**SerwerSMS.pl**  
System Obsługi Marketingu Mobilnego

-  800 900 220 (dla telefonów stacjonarnych)
-  22 211 20 40 (dla telefonów komórkowych)
-  [biuro@serwersms.pl](mailto:biuro@serwersms.pl)

## Biuro główne Rybnik

ul. Ogrodowskiego 27  
44-203 Rybnik

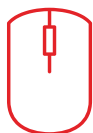
tel.: +48 32 750 00 01  
fax: +48 32 750 00 03

**Oddział Warszawa** tel.: +48 22 211 20 40

**Oddział Poznań** tel.: +48 61 646 70 70

# PRODUKTY I USŁUGI

Platformy SerwerSMS.pl



## Aplikacje, internet

Monitoring pracy urzędów  
poprzez SMS  
SMS-owe zarządzanie pracą  
urzędów



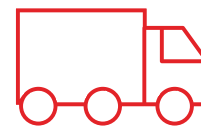
## Handel

Płatności SMS  
Autoryzacje  
i uwierzytelnienia  
SMS-owa lojalność  
Konkursy SMS



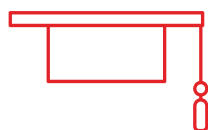
## Prawo, finanse

Przypomnienia SMS  
o spotkaniu  
Windykacja SMS  
Powiadomienia SMS



## Transport, spedycje

Powiadomienia  
od pasażerów  
SMS-owe dyspozycje  
dla kierowców  
Rozkład jazdy na telefon



## Edukacja

Powiadomienia SMS  
dla rodziców  
SMS-owe dyspozycje dla  
pracowników przedszkola  
Informacje SMS podczas  
rekrutacji



## Wydawnictwa, media

Przypomnienia  
o prenumeracie  
Ogłoszenia przez SMS  
Konkursy SMS  
Płatny dostęp do artykułów



## Urzędy, instytucje

Powiadomienia SMS  
o statusie spraw urzędowych,  
zagrożeniach  
Komunikaty urzędowe  
Głosowe powiadomienia  
dla osób niewidzących



## Nieruchomości

Automatyczne  
powiadomienia SMS  
o nowych ofertach  
Przypomnienia SMS  
Indywidualne wysyłka  
do poszczególnych klientów



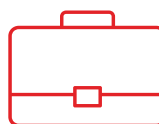
## Rozrywka, sport

Rabaty, zniżki  
Przypomnienia SMS  
o wydarzeniach  
Rezerwacje SMS



## Uroda, zdrowie

SMS-owe zarządzanie  
rejestracją  
SMS-owe powiadomienia  
lub przypomnienia  
SMS dla pracowników



## Usługi dla firm

Komunikacja mobilna  
w każdej ofercie  
SMS jako usprawnienie  
pracy agencji  
Windykacja SMS



## Inne

Reprezentujesz inną branżę?  
Skontaktuj się z nami!  
Pomożemy.



IZBA GOSPODARKI ELEKTRONICZNEJ



## ZOSTAŃ CZŁONKIEM IZBY GOSPODARKI ELEKTRONICZNEJ

Chcesz się wyróżniać w branży e-commerce spośród innych sprzedawców produktów i usług on-line?

**Dołącz do Izby Gospodarki Elektronicznej.**

Z nami nie pozostaniesz niezauważony.

Członkostwo w e-Izbie to nie tylko wstęp do elitarnego grona firm. To także realna pomoc w prowadzeniu e-biznesu.



CZŁONEK  
E-IZBY



PARTNER  
E-IZBY

Znajdź nas na:





**eGospodarka.pl**

*Poradnik Internetu dla Twojej Firmy*

Aktualności

Przetargi

Gospodarka

Praca

Finanse

Prawo

<http://www.eGospodarka.pl>



# SMS KLUCZEM W KOMUNIKACJI



Serwer **SMS**.pl<sup>®</sup>  
System Obsługi Marketingu Mobilnego



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



[Facebook.com/SerwerSMS](https://Facebook.com/SerwerSMS)



[Twitter.com/SerwerSMSpl](https://Twitter.com/SerwerSMSpl)