



Guía de inicio rápido de los SMS masivos



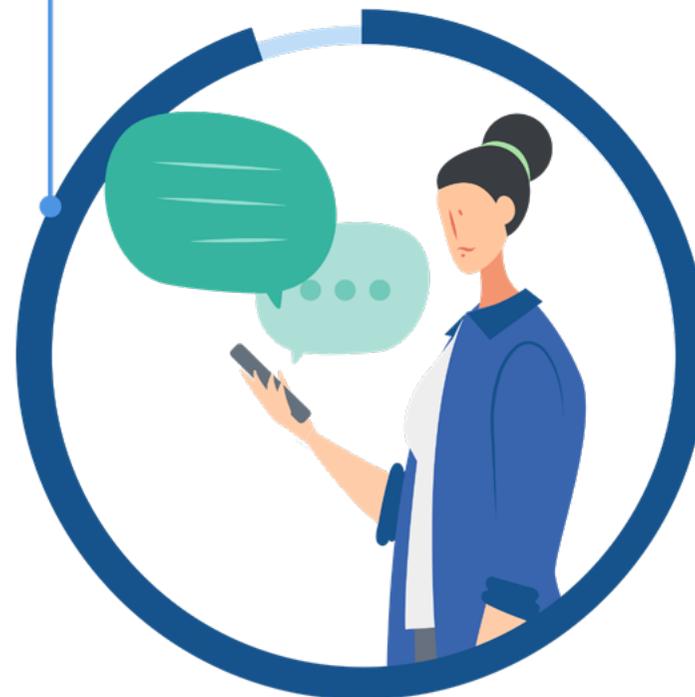
Sí, nos encanta la mensajería por SMS, no podemos ocultarlo. ¿Por qué? Por varios motivos. Es una herramienta accesible para los clientes. En el caso de los SMS, poco importa que la conexión de datos móviles no sea buena o que no haya wifi; además, todos los teléfonos pueden enviarlos y recibirlos. Tampoco hay que descargarse ninguna aplicación para poder utilizarlos. Y, gracias al RGPD, los mensajes no deseados por SMS prácticamente no existen.



Las empresas, por su parte, adoran los SMS porque les permiten llegar a los clientes allí donde ya están y por sus índices de interacción, casi invencibles: una tasa de apertura media de hasta un 98 % y una tasa de respuesta entre 6 y 8 veces superior a la del correo electrónico. Los SMS, además, se pueden rastrear a través de los clics en la URL y las respuestas de los usuarios también se pueden medir fácilmente, por lo que es muy fácil cuantificar la rentabilidad de la inversión.

¿Quieres saber cómo sacar el máximo partido a esta plataforma de mensajería realmente universal? En nuestra guía encontrarás todo lo que necesitas, desde consejos y trucos hasta plantillas, para que puedas empezar a sacarles partido a los SMS de manera rápida y sencilla.

98% tasa de apertura media



Consejos para sacar el máximo partido a los SMS



1. En cuestiones de marketing, menos es más

Todos nosotros dedicamos demasiado tiempo a limpiar la bandeja de entrada y a eliminar correos no deseados de las carpetas personales. Con el aluvión de correos electrónicos que recibimos, puede resultar complicado distinguir entre aquellos que son útiles y los que son completamente inútiles.

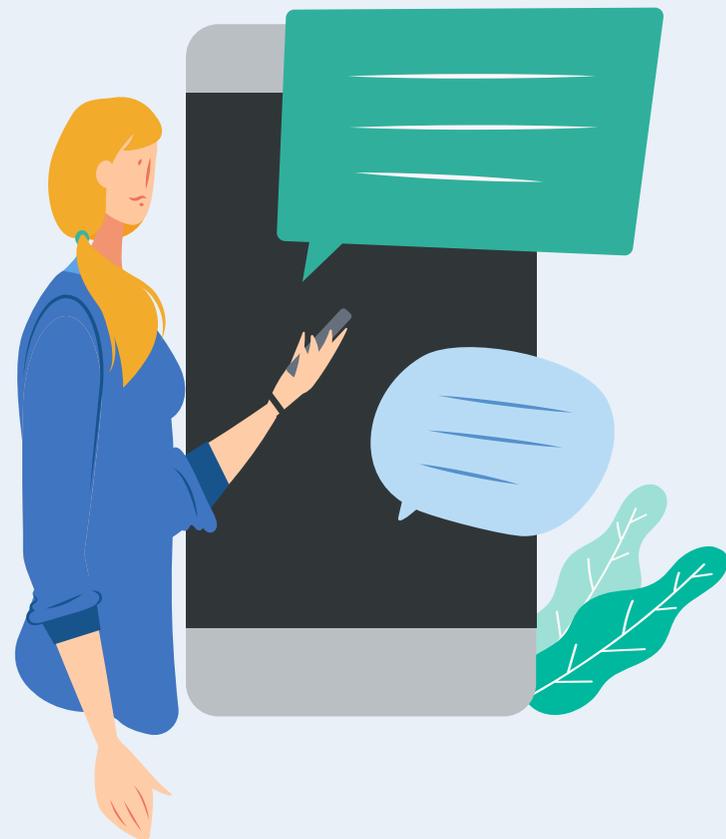
El SMS, en cambio, es un canal que se centra en las personas, por eso la mayoría de empresarios se lo piensan dos veces antes de enviar oleadas de mensajes. El valor de los SMS depende del envío del mensaje adecuado en el momento correcto. La mayoría de clientes desea recibir mensajes con ofertas exclusivas, confirmaciones de pedidos, alertas de reposición de productos y recordatorios de citas.



2. La mejor opción: mensajes cortos y fáciles de entender

La clave de este canal no solo reside en que gran parte de la población posee un teléfono móvil, sino en la gran dependencia que tienen los consumidores de estos dispositivos, ya que la mayoría los tienen muy cerca en todo momento. En el día a día, los clientes no se separan de sus teléfonos, por ello es importante enviar mensajes que se puedan leer y comprender de manera rápida y sencilla, y que, además, permitan interactuar con ellos de este mismo modo.

A la hora de planificar una estrategia de comunicación por SMS, es necesario tener esto presente. Además, solo tienes un margen de 160 caracteres de texto plano, por lo que tus mensajes deben ser mucho más inteligentes e interactivos y estar más orientados.

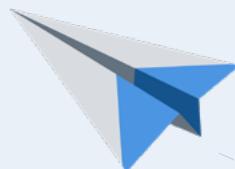


3. Los clientes reciben sólo lo relevante

Para recibir comunicaciones de marketing por SMS, es necesario haberse dado de alta de este servicio. Esto implica que los clientes ya han mostrado interés por lo que haces y quieren recibir tus mensajes porque consideran que es algo relevante.

Para ti, esto supone una ventaja ganadora, ya que es mucho más sencillo crear mensajes específicos en función del comportamiento y los rasgos demográficos de tu público, por ejemplo, cuando vuelves a dirigirte a aquellos que no hayan hecho clic en los mensajes.

Cuando añades cierto grado de personalización a los mensajes, parecerá que tus ofertas están más en sintonía con los clientes que otras que pueden aparecer por casualidad al navegar por distintas plataformas. Además, de este modo también hay menos probabilidades de que tus clientes consideren que tus mensajes son *spam*.



4. Los SMS son instantáneos e interactivos

Los mensajes de texto no solo son un canal de comunicación unidireccional. Hay que recordar que los suscriptores y clientes móviles también querrán contactar contigo del mismo modo.

Existen varios tipos de opciones interactivas que comprenden desde landing pages y encuestas hasta cuestionarios y sondeos. Al emplear la plataforma de SMS en masa adecuada, evitarás este quebradero de cabeza administrativo y podrás gestionar fácilmente las respuestas.

Los SMS también son un canal muy relevante en el ámbito de la atención al cliente, ya que permiten que los usuarios se pongan en contacto contigo incluso en medio del trajín del día a día. A través de este canal, no tendrán que permanecer a la espera ni preocuparse por que se les agote el tiempo de espera en un chat si no responden en un determinado plazo de tiempo. Lo mejor de un canal como el de los SMS es que los clientes pueden responder cuando mejor les convenga y, además, disfrutarán de una experiencia conversacional.

5. Son útiles e informativos

Gracias a la naturaleza no intrusiva y práctica de los SMS, este canal resulta ideal para enviar notificaciones rápidas, entre otros, recordatorios de citas, actualizaciones de entrega y alertas meteorológicas. Esto puede resultar positivo tanto para tus clientes como para tu empresa.

Los recordatorios de citas, por ejemplo, pueden servir para mucho más que para recordar a los pacientes o clientes que próximamente tienen un compromiso, puesto que, al incluir una opción para reprogramar citas, estarás contribuyendo a reducir el absentismo.

Además, existen otros tipos de notificaciones que podrían fortalecer los niveles de interacción de los clientes y promover una fidelización más duradera, por ejemplo, las alertas meteorológicas, los consejos útiles de mantenimiento periódico de los mecánicos o las sugerencias sanitarias de los médicos de familia.

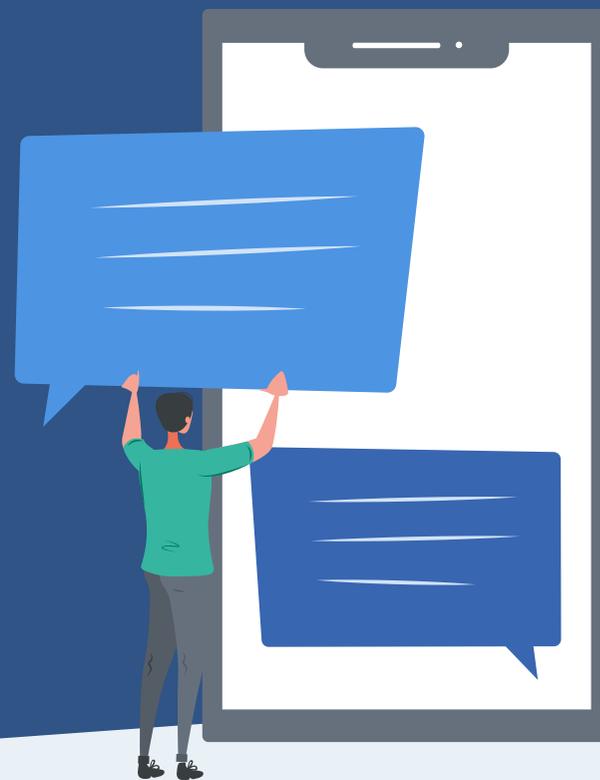
¿Preparado para enviar SMS masivos?

Más fácil, imposible. Sigue leyendo para obtener más información sobre los casos de uso y consultar nuestras plantillas.

Mensajes SMS que deberías enviar

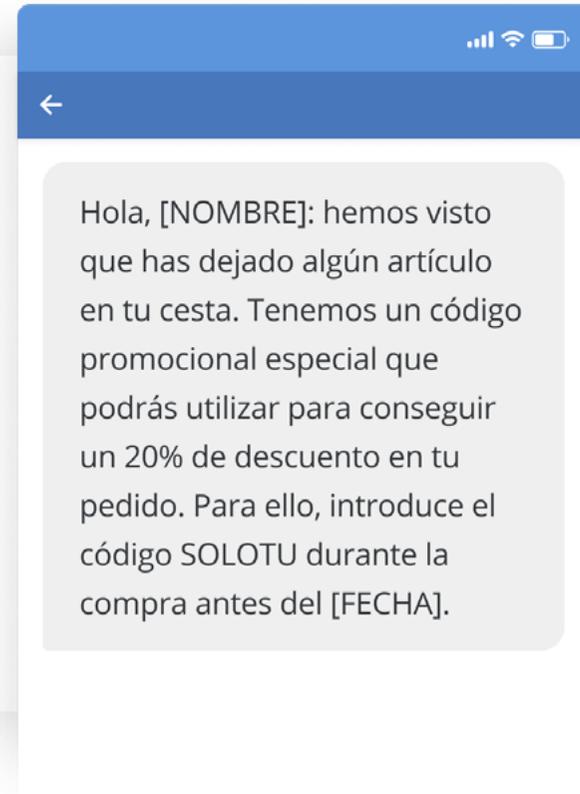
(con sus correspondientes plantillas)

Si todavía estás empezando a utilizar los SMS, puede que te estés preguntando cómo deberías iniciar una campaña. O a lo mejor llevas un tiempo empleando esta estrategia, pero quieres obtener más resultados. Te presentamos algunos de los casos de uso más destacados, con sus correspondientes plantillas de mensajes, para que puedas sacar el máximo partido a tus campañas por SMS.



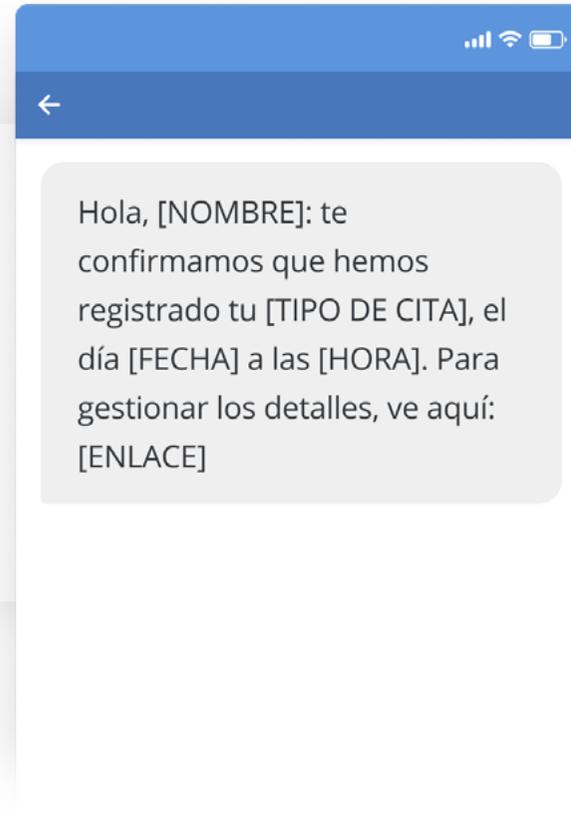
1. Recordatorio de cestas abandonadas

El abandono de cestas es algo inevitable, ya sea por la aparición de costes imprevistos o porque el proceso de compra resulta confuso. Sin embargo, los SMS te pueden ayudar a reducirlo y, de paso, a mejorar tus ventas. Eso sí, no dejes pasar mucho tiempo, ya que el cliente podría olvidarse de que se ha dejado algo en la cesta.



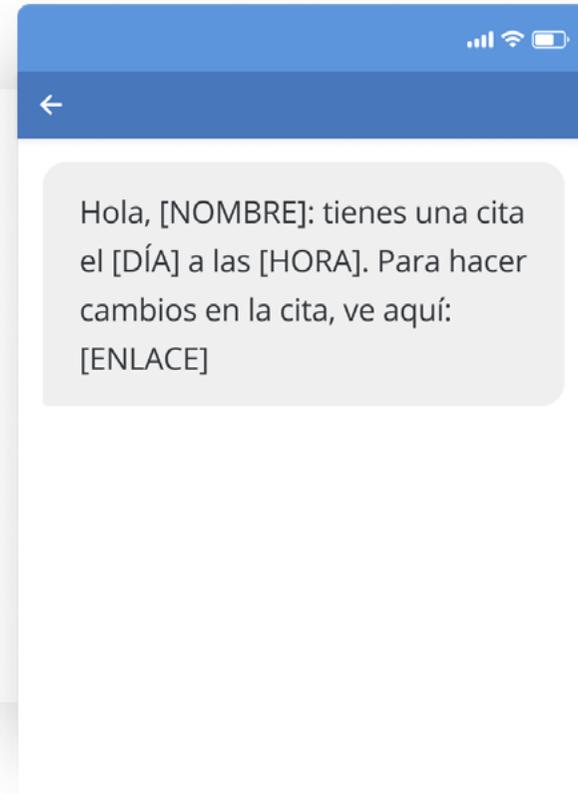
2. Confirmación de citas

Utilizando un sencillo mensaje SMS, podrás informar a tus clientes de que has registrado correctamente desde sus citas médicas hasta una reserva en un restaurante.



3. Recordatorio de citas

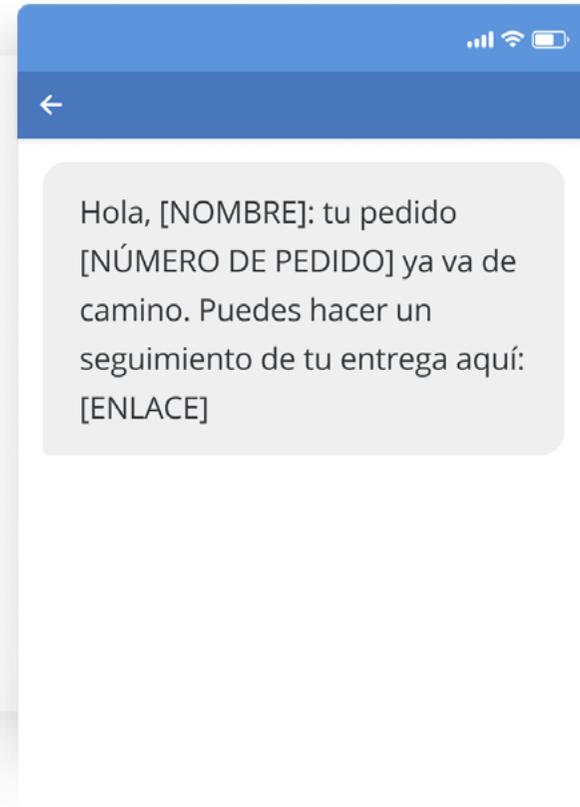
Un mensaje SMS rápido puede ser justo lo que necesitas para recordar a los clientes, o pacientes, que se acerca la fecha de su cita o su reserva. Si fuera necesario, incluso podrías enviar una serie de recordatorios en los días previos, algo especialmente útil en el caso de las consultas médicas.



4. Notificación de entrega

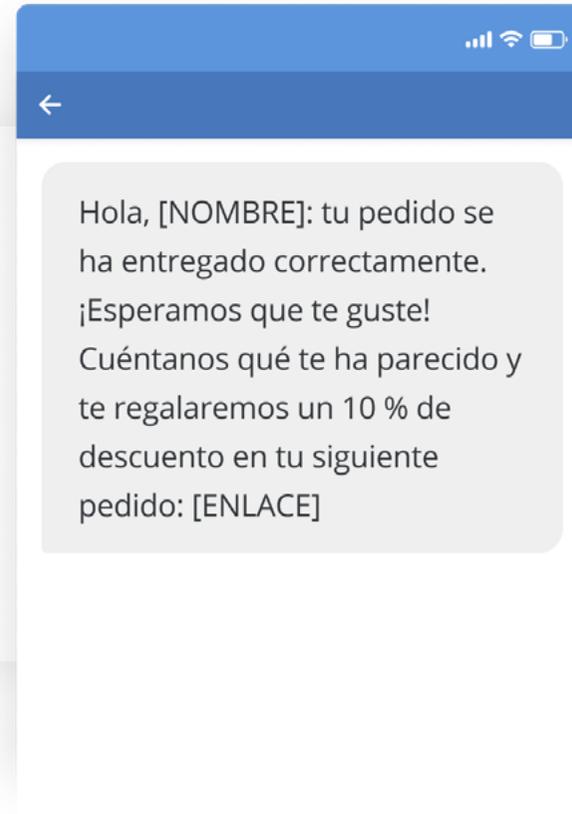
Mantén a tus clientes al tanto de lo que ocurre con sus entregas. Gracias a estos mensajes, los clientes no solo se quedarán tranquilos al saber que su pedido va de camino, sino que también podrán saber cuándo deben estar en casa para recibir el paquete, lo cual, a su vez, mejorará las tasas de entrega al primer intento.

CONSEJO Como recordatorio adicional, también puedes programar notificaciones para el día antes y el mismo día de la entrega.



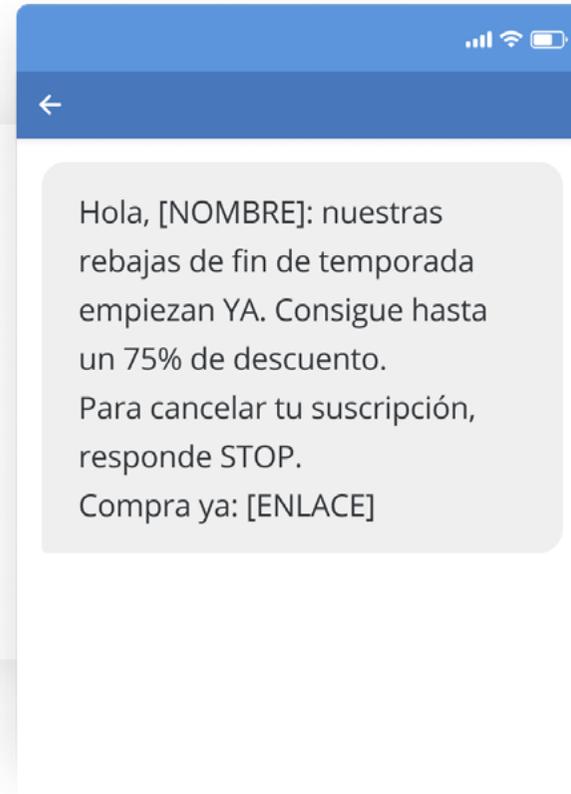
5. Confirmación de entrega

Informa a tus clientes de que el pedido se ha entregado correctamente. De este modo, los clientes tendrán presente tu marca y, además, podrán transmitirte sus opiniones.



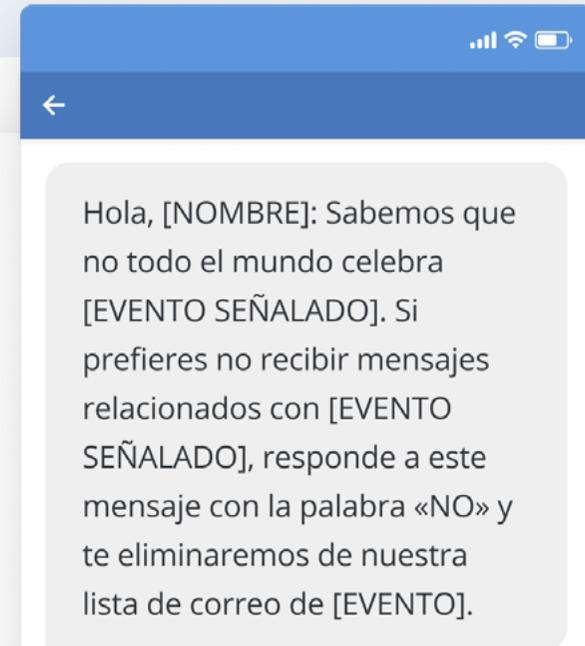
6. Promoción de marketing

Los SMS son un canal fantástico para dar a conocer tus rebajas, promociones y ofertas. Si además los combinas con los correos electrónicos, aumentarás tu alcance al máximo.



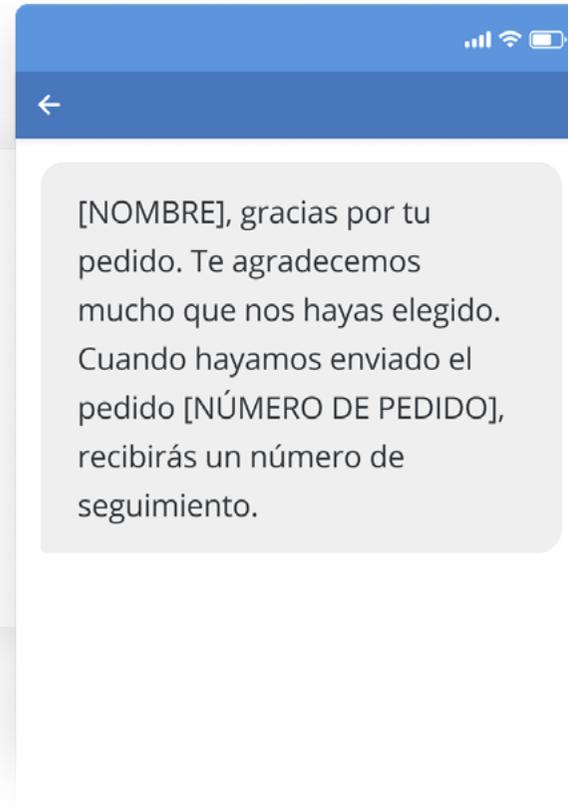
7. Baja en las comunicaciones

Es muy recomendable que siempre des a tus clientes la posibilidad de no seguir recibiendo tus comunicaciones a través de SMS. Además de mencionar esta opción en tus SMS, también puedes enviar un mensaje independiente para informar a los usuarios de cómo pueden cancelar su suscripción en caso de que no les interesen tus mensajes. Esta puede ser una opción muy interesante antes de alguna campaña señalada, por ejemplo, Navidades o el día de la madre o el padre, ya que no todo el mundo celebra estas ocasiones.



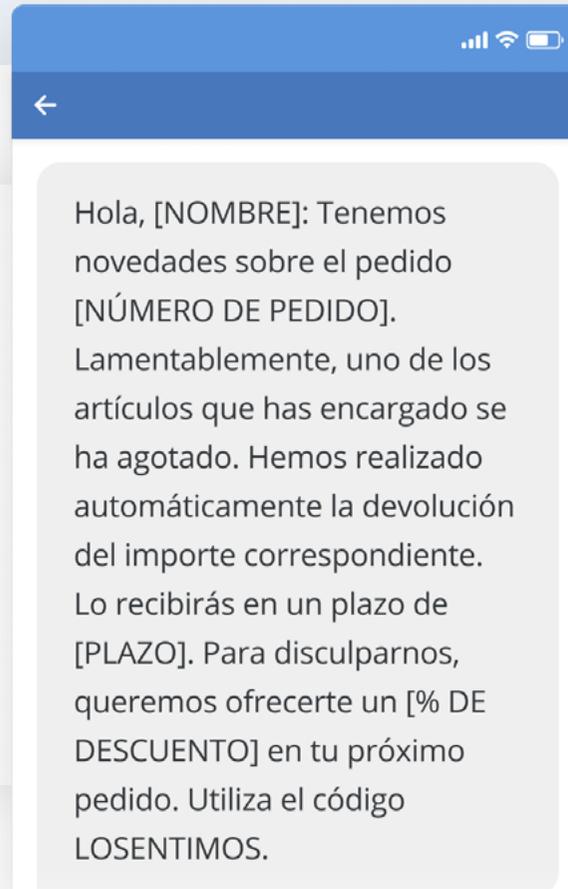
8. Confirmación de pedidos

Al igual que sucede con las confirmaciones de citas o reservas, puedes enviar a tus clientes confirmaciones sobre sus pedidos por SMS y por correo electrónico.



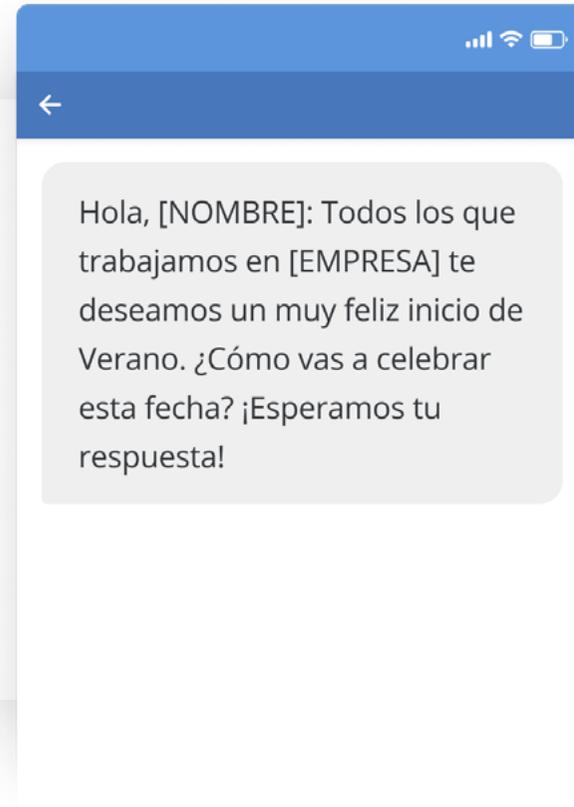
9. Información sobre pedidos

Cuando tengas que enviar alguna actualización a tu cliente acerca de su pedido, ya sea un aviso de envío o de que un artículo se ha agotado, utiliza los mensajes SMS para asegurarte de que no pasan por alto esta notificación.



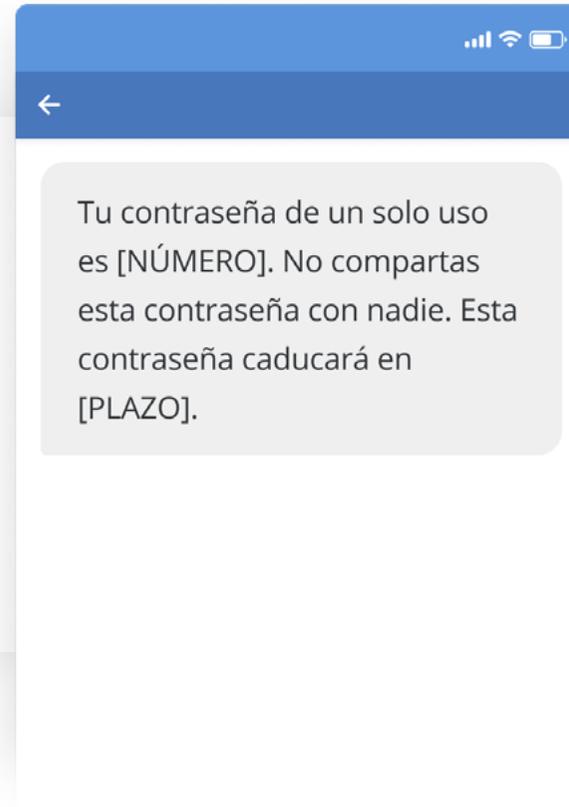
10. Felicitación de celebraciones

Transmite tus mejores deseos a tus clientes durante celebraciones como Semana Santa o las Navidades, o incluso para celebrar la llegada de la temporada primavera-verano. Puede ser una muy buena forma de iniciar una conversación bidireccional.



11. Autenticación de dos factores

La autenticación de dos factores o de múltiples factores constituye una medida de seguridad adicional que ofrece a tus clientes la tranquilidad de saber que tanto sus datos como su cuenta están bien protegidos.



¿Todo listo para comenzar a transformar tus SMS?

Si ya tienes todo preparado para comenzar hoy mismo tu estrategia de SMS en masa y, con ello, para convertir a este canal en una parte indispensable de tu plan de mensajería empresarial, ponte en contacto con nosotros.

 www.smspubli.com

 info@smspubli.com

 911 100 120

