



# O TREM DO SMS MARKETING

PLANEJAMENTO. CRIAÇÃO. ANÁLISE.

POR RUBEM DIDINI E PEDRO RÊGO

PATROCÍNIO REALIZADO POR MOBIPRONTO.COM

SINOPSE.....	3
CRÉDITOS .....	3
INTRODUÇÃO .....	3
SMS MARKETING. ALTÍSSIMO RETORNO E BAIXO CUSTO.....	4
OS BENEFÍCIOS DO SMS .....	5
O TREM RUMO AO SUCESSO.....	7
ESTAÇÃO PROVEDOR.....	8
ESTAÇÃO CANAL .....	8
ESTAÇÃO BUDGET .....	9
ESTAÇÃO TARGET.....	10
Dados Personalizados .....	10
ESTAÇÃO CONTEÚDO.....	11
Mneumônicos .....	12
ESTAÇÃO CRONOGRAMA .....	13
ESTAÇÃO ANÁLISE E ROI .....	13
CONCLUSÃO .....	15
FONTES DE PESQUISA .....	16

## SINOPSE

Utilizando uma abordagem educacional simples e transparente, o “Trem do SMS Marketing” explica passo-a-passo como planejar, desenvolver e analisar campanhas de SMS Marketing.

## CRÉDITOS

**Autor:** Rubem Didini e Pedro Rêgo

**Patrocínio:** [MobiPronto.com](http://MobiPronto.com)

## INTRODUÇÃO

Após ler vários livros de mídia digital, acabamos chegando sempre a conclusão de que quando o assunto SMS é abordado por autores, o mesmo é sempre abordado pelo lado técnico, ficando difícil para o leitor entender jargões utilizados na indústria de telecomunicação. Esse eBook têm como objetivo explicar para o leitor como planejar, criar e analisar campanhas de SMS Marketing, sem complicações. A tecnologia SMS é aplicável a qualquer budget! Assim como grandes empresas, micro empresas também podem disfrutar do uso de campanhas de SMS Marketing para alavancar seus negócios e fidelizar clientes.

## SMS MARKETING. ALTÍSSIMO RETORNO E BAIXO CUSTO

É um fato que 100% dos telefones celulares existentes possuem a função SMS ativada. Porém, mais interessante do que este percentual, é a informação provida pela Teleco, que nos diz: “O Brasil terminou Julho de 2015 com 281,5 milhões de celulares e densidade de 137,65 cel/100 habitantes” <sup>(\*1)</sup>. Isto significa que além da tecnologia SMS estar disponível, existem mais celulares do que habitantes no Brasil.

As maiores empresas do país, vêm investindo pesadamente em SMS Marketing para se comunicar com seus leads e clientes, pois além da alta capilaridade, 90% das mensagens são lidas em até 3 minutos após serem recebidas no aparelho. A taxa de abertura de SMS é de 98% contra 22% do e-mail <sup>(\*2)</sup>.

Com relação a custo, mensagens SMS são mais baratas quando comparamos a mídia tradicional, estão em um patamar de custo similar a mensagens de voz para linhas fixas e são bem mais em conta do que mensagens de voz para linhas celulares.

Em síntese, qualquer empresa independente do tamanho pode promover seus produtos, serviços e marca com altíssimo retorno, de forma simples e eficaz a baixo custo.

## OS BENEFÍCIOS DO SMS

Se você ainda não considerou utilizar o SMS como canal de comunicação de marketing, agora é a hora de tomar uma providência. O SMS possui grandes benefícios! Abaixo você pode encontrar os principais.

**Flexível.** Mensagens curtas de texto podem ser utilizadas para uma variedade de iniciativas como: ofertas, promoções, lembretes, divulgação de produtos e serviços, convites, premiações, entre outras.

**Entrega instantânea.** O SMS é super rápido, a mensagem chega em questão de segundos após ser enviada.

**Marketing de Permissão.** O destinatário pode se inscrever e se descadastrar com facilidade através de palavras chave.

**Personalização.** O conteúdo da mensagem de texto pode ser personalizado através de mneumônicos (explicado na página 12).

**Interatividade.** O SMS suporta o uso de palavras chave, perguntas e repostas, criando um canal interativo com o destinatário.

**Alta taxa de abertura.** A taxa média de abertura de mensagens de texto via SMS é de 98% <sup>(\*)</sup>.

**Alta taxa de conversão.** O SMS possui uma taxa de conversão extremamente alta quando comparada a outros canais de marketing.

**Confiável.** Diferentemente do email, o SMS não precisa passar por filtros anti-spam. As mensagens sempre chegam aos seus destinatários.

**Transparente.** Pelo fato do SMS possuir 160 caracteres, o conteúdo e objetivo da mensagem é sempre claro.

**Aderente.** A tecnologia do SMS está ativa em 100% dos telefones fabricados hoje em dia.

**Ecologicamente correto.** Diferentemente do material de marketing impresso, o SMS é uma alternativa green para realizar sua comunicação de marketing.

**Integração com outros canais.** O SMS suporta links, click to call e funções que interagem com outros canais de comunicação.

## O TREM RUMO AO SUCESSO

Para melhor compreensão das fases de elaboração de uma campanha de SMS Marketing, criamos uma analogia com o meio de transporte que todo mundo conhece: “o trem”.

Iremos viajar de trem no mundo do SMS Marketing. Iremos partir da origem, visitar “estações” nas quais iremos aprender passo-a-passo sobre um determinado tópico e chegar ao nosso destino. No final desta jornada, você estará preparado para criar campanhas de SMS Marketing de sucesso.

## ESTAÇÃO PROVEDOR

Nossa primeira estação é a “Estação do Provedor”. Esta estação é muito importante pois nela, você irá escolher seu parceiro tecnológico, o chamado provedor de SMS, ou agregador. Esta empresa está conectada com as operadoras de telefonia móvel, oferta a plataforma/sistema na qual você irá compor suas mensagens e analisar os resultados de suas campanhas.

Sugerimos que você utilize a plataforma do MobiPronto, a mesma irá garantir alta entregabilidade de suas mensagens a um excelente custo benefício. Você pode criar uma conta teste acessando [www.mobipronto.com](http://www.mobipronto.com) e testar o serviço de campanhas gratuitamente.

## ESTAÇÃO CANAL

Existem dois métodos de comunicação quando falamos da tecnologia de envio de SMS, são eles: o short code (número curto) e o long number (número longo). Estes números são designados pelas operadoras de telefonia móvel, ofertados como canal de envio pelos provedores de SMS e você, como provedor de conteúdo, irá utilizar estes números para enviar



mensagens para o seu público-alvo. Vamos analisar as diferenças entre o short code e o long number.

O short code é um número constituído de 3 a 6 dígitos, o mesmo é fácil de memorizar e funciona no território nacional onde foi contratado. Mensagens enviadas através de short codes são mais caras quando comparamos ao long number.

O long number é um número de 12 dígitos, como o número de um telefone celular convencional. O mesmo possui cobertura internacional e o preço por mensagem é bem mais em conta quando comparamos ao short code.

A escolha entre um ou outro canal depende exclusivamente de suas necessidades específicas.

## **ESTAÇÃO BUDGET**

Toda campanha possui um budget, isto é, o quanto você está disposto a investir para realizar a sua ação promocional. O MobiPronto oferece uma calculadora de créditos ( <http://www.mobipronto.com/pt-br/preco.htm> ) na qual você pode verificar o preço por mensagem baseado no canal de

sua preferência. Não existem compromissos mensais ou taxa de setup, seus créditos são válidos por 12 meses e o suporte técnico é incluso em qualquer compra, independente do valor.

### **ESTAÇÃO TARGET**

Quem são seus destinatários? Isto é, o grupo de pessoas que irá receber sua mensagem, o seu público-alvo. É importante que você entenda as características específicas dos seus destinatários, pois desta forma, você irá compor um conteúdo que atenda as necessidades deles.

Através da plataforma do [MobiPronto.com](https://mobi pronto.com), você pode segmentar o seu público-alvo baseado em dados básicos (aniversário, gênero) e campos personalizados.

### **Dados Personalizados**

Dados personalizados abrigam informações específicas do seu lead ou cliente. A empresa de linhas aéreas, American Airlines, por exemplo, pode adicionar dados personalizados como: número de milhas, tipo de cliente, último trecho de viagem e etc.

Dados personalizados lhe dão o poder de segmentar a sua lista de contatos de forma a realizar campanhas de SMS Marketing com foco em características específicas do seu público-alvo. A American Airlines, através de dados personalizados pode realizar uma campanha apenas para clientes que possuem 25 mil a 50 mil milhas no qual o último trecho de viagem foi Rio de Janeiro para Boston.

Quais informações a sua empresa pode utilizar como campos personalizados?

## ESTAÇÃO CONTEÚDO

Na Estação Conteúdo, você irá definir o conceito da sua campanha, compor o texto promocional de 160 caracteres, incluir links para landing pages, canal de mídia social ou adicionar um telefone para que o destinatário possa tomar a ação desejada. Lembre-se, a mensagem deve ser direta e objetiva, de forma que os destinatários não fiquem confusos e a oferta possa vir a se tornar uma conversão.

Através da plataforma do [MobiPronto.com](https://mobi-pronto.com), você tem a oportunidade de personalizar o conteúdo das suas mensagens de texto com mneunônimos.

## Mneumônicos

Mneumônicos são pequenos trechos de código, utilizados para criar mensagens com conteúdo variável. Veja o exemplo abaixo que contém o mneumônico de “Nome do destinatário”.

“EMPRESA XYZ: [ni], o nosso evento de final de ano será no dia 27/12/2016. Apresente este cupom PROMO150FF em nossa loja e ganhe um super desconto”.

Ao enviar sua campanha as mensagens SMS serão enviadas para cada destinatário e o mneumônico [ni] será substituído pelo nome de cada contato. Exemplo:

“EMPRESA XYZ: João, o nosso evento de final de ano será no dia 27/12/2016. Apresente este cupom PROMO150FF em nossa loja e ganhe um super desconto”.

Amanda, também cliente da EMPRESA XYZ, irá receber a seguinte mensagem:

“EMPRESA XYZ: Amanda, o nosso evento de final de ano será no dia 27/12/2016. Apresente este cupom PROM0150FF em nossa loja e ganhe um super desconto”.

### **ESTAÇÃO CRONOGRAMA**

Na Estação Cronograma, você irá estabelecer um cronograma de envio das suas campanhas de SMS Marketing. Seu cronograma pode considerar datas comemorativas, lançamentos de produtos e serviços, e outros eventos que você julgue ser importante.

Não esqueça de considerar também o horário em que você irá “disparar” as suas campanhas. Sua campanha deve ser processada dentro do horário comercial, considerar fuso horário e caso seja aplicável, recursos de atendimento pós a ação promocional.

### **ESTAÇÃO ANÁLISE E ROI**

Após seguir e aplicar o passo-a-passo explicado neste eBook, chegamos no destino final da nossa viagem, a Estação Análise e ROI. Neste estação,

você deverá analisar os resultados da sua campanha através de dados estatísticos, gráficos e relatórios que a plataforma do [MobiPronto.com](https://mobi-pronto.com) oferece.

O ROI, ou retorno do investimento, é a relação entre o investimento realizado na campanha e o lucro gerado por conversões (vendas, aquisição de leads e etc).

**A fórmula para o cálculo do ROI é simples!**

(Lucro do Investimento - Custo do Investimento) / Custo do Investimento.

**Exemplo.** Imagine que você tenha lucrado R\$4000 e o investimento realizado na sua campanha foi de R\$1000. O cálculo realizado será  $(4000 - 1000) / 1000 = 3$ , onde 3 é igual a 300%, ou seja, seu ROI nesta ação promocional foi de 300%.

## CONCLUSÃO

O SMS é um canal de comunicação fantástico, uma realidade no mercado corporativo mundial onde as possibilidades de uso da tecnologia na comunicação móvel são infinitas. Como provedor de conteúdo, você pode conquistar a atenção e fidelidade de seus destinatários, realizando um planejamento como apresentado neste eBook. Dê asas a sua imaginação na hora utilizar os 160 caracteres, analise o resultado de suas campanhas e refine o processo de forma que cada vez mais você conheça as preferências e necessidades do seu público-alvo.

## FONTES DE PESQUISA

\*1 Teleco. Inteligência em telecomunicações.

<http://www.teleco.com.br/ncel.asp>

\*2 Growth Hackers

<https://growthhackers.com/articles/sms-marketing-wallops-email-with-98-open-rate-and-only-1-spam>