

ideandum®

SMS
MARKETING

PER LA SEGRETERIA!

Lo Short Text Message compie 25 anni e nel mondo ormai super affollato del mobile marketing rimane uno degli strumenti di comunicazione più efficaci: arriva al cellulare dell'utente che sia connesso o meno ad una rete, ha moltissime probabilità di essere visualizzato, permette di raggiungere gli utenti non web-oriented e, soprattutto, è economico!

Il linguaggio SMS si sviluppa, da subito, in modo dirompente e con l'avvento degli smartphone il suo utilizzo non è stato mai abbandonato seppur rivisto e adattato alle varie chat e applicazioni.

Ciò significa che lo strumento è autorevole ed efficace malgrado il passare degli anni e l'avvicinarsi delle tecnologie. Nonostante ciò, spesso nelle strategie di comunicazione globali viene messo da parte per favorire unicamente strumenti di web marketing.

Lo sapevi che gli SMS promozionali hanno circa il 90% di possibilità di essere visualizzati?

Inoltre, l'apertura dell'SMS avviene statisticamente entro 15 minuti dalla ricezione mentre le email hanno meno del 50% delle possibilità di essere lette e spesso finiscono nella cartella spam.

L'SMS marketing è una soluzione molto performante per inviare messaggi promozionali ai potenziali clienti, ma va usato con criterio altrimenti può rivelarsi un'arma a doppio taglio.

Dunque, come si gestisce una campagna di SMS marketing vincente? La prima regola, la più importante, è racchiusa nella frase “meno è più”: non bisogna abbondare con la quantità di messaggi bensì puntare sulla qualità dei contenuti. Inoltre, dobbiamo considerare che uno studio dentistico ha, solitamente, una clientela eterogenea e quindi è buona regola targetizzare i contenuti del messaggio creando così dei gruppi di invio multiplo a seconda dell’età, del sesso e di altre caratteristiche, individuando per ciascuno di essi un contenuto ad hoc.

Prendi spunto dal nome dello strumento “Short Text Message” e non scrivere poemi! Sii conciso e chirurgico perché lo scopo del messaggio è che gli utenti compiano un’azione, ovvero clicchino sul link che rinvia al vero contenuto promozionale e ne siano catturati.

Ricordati che la maggior parte dei tuoi pazienti lavora o è a scuola, mentre gli altri sono più liberi durante la giornata. Pertanto considera bene come ottimizzare l’efficacia dell’invio dell’SMS in base ai destinatari: è sicuramente uno strumento di marketing economico, ma perché rischiare che non venga visualizzato a causa di un invio in orari del tutto irragionevoli?

Ecco alcuni esempi di SMS in ambito dentale:

- **Tips o piccoli suggerimenti settimanali per aumentare la fedeltà dei pazienti**
- **Promemoria per gli appuntamenti e cambi di programma**
 - **Promozioni**

...oppure? Tu li stai utilizzando per il tuo studio?

Se la risposta è no speriamo di averti fatto cambiare idea!