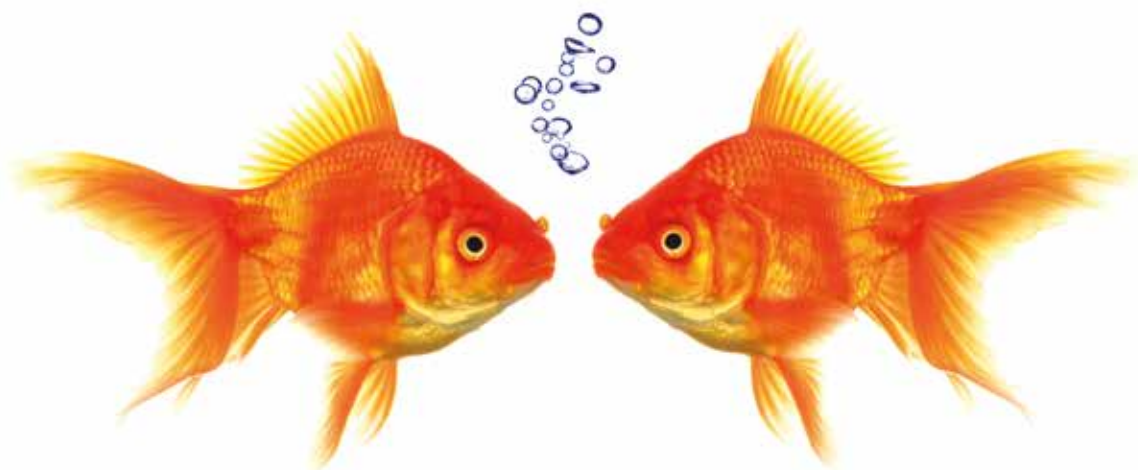


WHITEPAPER ECALL BUSINESS MESSAGING

Rinforzate il vostro rapporto con i clienti con gli SMS



Il vostro gruppo target ignora le pubblicità e ha la capacità di concentrazione di un pesce rosso? Il fatto che le persone ignorino la pubblicità è il risultato di tanti anni di penetrazione di attività push mediante Internet, come i banner online o le newsletter via e-mail. Come potete fare in modo che i clienti o le persone interessate recepiscano con successo i vostri messaggi pubblicitari? Semplicissimo: basta una tecnologia degli anni Novanta, ormai data per spacciata, e piccoli bocconi succulenti, costituiti da parole: SMS e Snack Content.



L'affievolirsi dell'attenzione dei clienti e delle persone interessate è al giorno d'oggi una grande sfida per ogni azienda. Il rapido sviluppo di Internet sommerge letteralmente i consumatori di informazioni. Pertanto non c'è da sorprendersi se il cervello riesce a memorizzare solo qualche impressione ed elimini implacabilmente tutto il resto. Secondo uno studio di Yankelovich, già nel 2007 si riteneva che una persona media dovesse confrontarsi con circa 5'000 messaggi pubblicitari al giorno. Purtroppo il cervello umano e quindi la nostra capacità di comprensione è limitata a una quantità sostanzialmente inferiore.

CAPACITÀ DI CONCENTRAZIONE INFERIORE A QUELLA DEI PESCI ROSSI

Nello studio di Microsoft «Attention Spans» si scoprono cose sorprendenti: la capacità di concentrazione delle persone dal 2000 è quasi dimezzata. Dai 12 secondi nel 2000 la capacità di concentrazione nel 2013 si è ridotta a soli 8 secondi. Persino un pesce rosso, con i suoi 9 secondi, ne ha di più ¹. Di circa 11 milioni di impressioni sensoriali ricevute al minuto, il cervello ne ricorda solamente 40 ².

E come si può lasciare un'impressione duratura nel cliente nonostante questa inondazione di stimoli?

SNACK CONTENT

Create per i vostri clienti e per le persone interessate dei bocconcini succulenti di contenuto, leggeri, digeribili e gradevoli.

Gli Snack Content sono contenuti leggeri da assumere, che non richiedono molto tempo o attenzione. Questo risultato può essere ottenuto soprattutto limitando intenzionalmente i messaggi alle informazioni principali e più rilevanti.

SMS – UNA TECNOLOGIA «VECCHIA» TENTA IL SORPASSO

Le opinioni sugli SMS sono molto diverse. Alcuni specialisti del marketing considerano gli SMS fuori moda e tecnicamente obsoleti, altri invece accolgono con favore il revival degli SMS nel moderno inbound marketing. Lo **Short Message Service** appartiene al passato – ora è l'era dello **Snack Message Service**. Nel B2C e nel B2B la comunicazione con i clienti via SMS è sempre più importante e vanta un numero sempre più crescente di utenti.

COSA DEPONE CONCRETAMENTE A FAVORE DEGLI SMS NELLA COMUNICAZIONE CON I CLIENTI?

Questo tipo di messaggi brevi è lo strumento di comunicazione perfetto per inviare messaggi freschi ai vostri clienti o alle persone interessate. Con poche parole andando direttamente al dunque.

I tassi di utilizzo e di apertura degli SMS parlano da sé. Secondo i dati della rivista Forbes il 95 per cento di tutti gli SMS vengono letti entro tre minuti. Inoltre, non rischiano di rimanere impigliati in qualche filtro spam, dove vengono cancellati senza essere letti, e quindi non finiscono in mezzo a marea di messaggi. Inoltre, **l'SMS continua a essere l'unico standard tecnico che funziona su tutti i cellulari.**

Poiché i messaggi brevi solitamente sono più facili da leggere, il lettore non ha problemi a gestirli nemmeno con una media di 20 messaggi al giorno: li legge semplicemente non appena ha un attimo di tempo.

Contrariamente agli SMS, le e-mail inviate per scopi pubblicitari vengono aperte e lette solo per un **massimo del 27 per cento**: per lo più sono considerate dal lettore troppo lunghe e troppo poco interattive.

A differenza dei messaggi WhatsApp, gli SMS si possono inviare da tutti i cellulari a tutti i cellulari **senza dover essere registrati in qualche WLAN**. Inoltre, non tutti i cellulari supportano l'uso di app mobili. Questo non vale solo per versioni Android precedenti, bensì anche per i cellulari BlackBerry e Nokia.

Rispetto ad altre forme di marketing, la pubblicità SMS è conveniente: non avete bisogno di software speciali e non dovete sostenere spese di stampa e spedizione. Scegliete quindi un servizio di messaggistica SMS adatto, come quello di eCall. Rispetto alle lettere pubblicitarie e agli annunci pubblicitari stampati il marketing SMS ha una Response Rate maggiore: gli esperti valutano che il tasso di risposta sia mediamente del 10-20 per cento. Inoltre, i messaggi SMS sono considerati affidabili e molto sicuri: sono soggetti alle norme sulle telecomunicazioni del rispettivo Paese e della relativa autorità di sorveglianza. Se desiderate utilizzare il sistema CRM o ERP interno all'azienda per ampliare le possibilità pubblicitarie con messaggi brevi, potete farlo senza problemi: interfacce variabili consentono un collegamento semplice dell'invio di SMS nel vostro ambiente IT aziendale.



SETTORI OTTIMALI PER L'UTILIZZO DELLA COMUNICAZIONE CON SMS

I messaggi brevi si possono utilizzare nella comunicazione con i clienti in modo molto versatile. Ecco alcuni nei numerosi ambiti di utilizzo possibili:

- Se siete sviluppatori di app, potete aumentare il download delle app dal vostro sito web pubblicizzando la vostra applicazione mediante SMS. Basta inserire nel messaggio SMS un invito (Call-to-Action) come «Ricevi l'App» o «Ottieni il link». Se i lettori interessati cliccano sul pulsante e inseriscono il loro numero di cellulare, voi inviate loro un messaggio con il link per il download.
- Come medico o dentista ricordate ai vostri pazienti mediante messaggio breve l'appuntamento imminente. Potete inoltre fornire consigli utili, in base ai referti medici individuali. Grazie ai promemoria automatici via SMS riducete fino al 50 per cento il numero delle persone che non si presentano agli appuntamenti³. Così facendo, ottimizzate la gestione dei vostri appuntamenti ed evitate perdite di fatturato.



Esempio di promemoria per appuntamenti

- L'orientamento alla clientela è importante soprattutto nel settore alberghiero e della ristorazione e, in generale, nel settore dei viaggi. Offrite la possibilità di ricevere la prenotazione di un tavolo, di un evento o di un pacchetto direttamente via SMS. Oppure informate i vostri clienti il giorno del viaggio sul meteo previsto nella località di destinazione o sul tasso di cambio aggiornato. Tutto questo indipendentemente da WLAN o Internet.



Esempio di conferma di prenotazione

- Offrendo i servizi di hosting, potete migliorare il vostro servizio clienti comunicando ai vostri clienti in caso di guasto del server via SMS quando il problema sarà risolto.

- Se ad esempio siete titolari di un negozio online di moda femminile, informate le vostre lettrici mediante newsletter SMS sui vostri nuovi articoli e inviate loro un coupon di sconto oppure informatele attivamente sullo stato aggiornato della spedizione. I clienti apprezzano le comunicazioni rapide e dirette, soprattutto quando si tratta di essere informati con precisione su un ordine effettuato e sullo stato della consegna.



Esempio di comunicazione ai clienti

- Se ad esempio siete titolari di un negozio online di moda femminile, informate le vostre lettrici mediante newsletter SMS sui vostri nuovi articoli e inviate loro un coupon di sconto oppure informatele attivamente sullo stato aggiornato della spedizione. I clienti apprezzano le comunicazioni rapide e dirette, soprattutto quando si tratta di essere informati con precisione su un ordine effettuato e sullo stato della consegna.

ASPETTI DA CONSIDERARE NELLA COMUNICAZIONE VIA SMS

Se desiderate utilizzare i messaggi brevi come parte del vostro marketing mix, dovete innanzitutto raccogliere i dati sui destinatari – ma solo quanto basta. Infatti, solo in questo modo potete inviare i vostri messaggi in modo mirato. Fate una selezione per regione e gruppo anagrafico. Anche lo stato del cliente è importante: i clienti in essere ricevono **offerte personalizzate** in cui sono state considerate le loro preferenze. Inviare messaggi pubblicitari alle persone interessate all'acquisto con offerte forfettarie. Inserite nel vostro elenco SMS solo le persone che hanno acconsentito all'invio. Effettuate la vostra campagna pubblicitaria via SMS in un modo orientato al vostro gruppo target: inserite offerte e promozioni interessanti per i clienti più fedeli. Completate le informazioni sui clienti inserendo possibilità di contatto come link alla vostra landing page o al vostro sito web aziendale. Utilizzate a causa della limitazione dei 160 caratteri un URL più breve, che tuttavia non sia stato elaborato con un Link Shortener come **«Bitly»**: questo peggiora la Conversion Rate.

Rispettate le normative di legge svizzere e le direttive europee sulla protezione dei dati.

Anche se può essere allettante: non inondate le persone interessate e i vostri clienti di SMS. Ed evitate di inviare i messaggi di prima mattina o in tarda serata. Non dimenticate che, per effetto dell'elevata raggiungibilità dei dispositivi mobili, gli SMS possono essere più rapidamente percepiti come di disturbo. Scegliete preferibilmente gli orari della giornata che meglio si addicono alla vostra azienda e al comportamento della clientela. Se per esempio avete una pizzeria per asporto, inviate la vostra offerta preferibilmente verso le 11 o le 18. Se non siete certi di quale formato SMS e testo pubblicitario meglio si addicano a quale gruppo target, effettuate dei test A/B. Controllate regolarmente anche nei vostri clienti in portafoglio il contenuto e il timing ed effettuate ottimizzazioni dopo aver concluso l'analisi.

Altri esempi e modelli sono disponibili qui: www.ecall.ch

DISPOSIZIONI NORMATIVE

Per poter inviare messaggi pubblicitari sul cellulare dei lettori, è necessario che siano registrati nel vostro elenco SMS. Con questo Opt-In i lettori vi inviano il loro consenso. Non importa dove si iscrivono i lettori: potete inserire l'Opt-In nelle vostre e-mail, nei testi SMS, nella vostra landing page e nel vostro formulario di contatto. La procedura è la stessa della dichiarazione di consenso via e-mail. L'importante è che il numero SMS sia utilizzato successivamente solo per questo scopo. Siete inoltre tenuti per legge a offrire al lettore la possibilità di Opt-Out. Se ne fa uso, non potete più inviargli messaggi pubblicitari. Inoltre, i suoi dati devono essere cancellati irrevocabilmente (secondo le norme del Regolamento generale sulla protezione dei dati GDPR dell'UE). Lo stesso vale se inviate degli SMS di massa a dei destinatari senza previo consenso.

COME OTTENERE PIÙ OPT-IN

Per poter ricevere quante più registrazioni possibile, dovrete sottoporre ai vostri lettori un'offerta particolarmente appetibile. Interessante è anche una prima consulenza gratuita oppure un download di software gratuiti. Con gli SMS pubblicitari la prassi è simile agli altri contenuti: dovette essere interessanti, rispondere alle esigenze del lettore e offrire naturalmente un elevato valore aggiunto. Anche con informazioni speciali per il cliente, che incontrano gli interessi del lettore, potete aumentare il numero dei vostri Opt-In.



ECALL – IL VOSTRO PARTNER FORTE E AFFIDABILE NELLA COMUNICAZIONE SMS

Mit dem SMS-Gateway von eCall schaffen Sie die Basis für hohe Reichweiten und Interaktionsraten. Eine einfache und effektive Lösung, die problemlos in Ihre bestehende IT-Infrastruktur mittels Schnittstellen implementiert werden kann. Dies ermöglicht Ihnen grösstmögliche Flexibilität.

Con il Gateway SMS di eCall create la base per una raggiungibilità e tassi di interazioni elevati. Una soluzione semplice ed efficace, implementabile senza problemi mediante interfacce nella vostra infrastruttura IT esistente. Questo vi assicura la massima flessibilità possibile. La piattaforma basata sul cloud eCall vi offre soluzioni multifunzionali per inviare e ricevere in tutto il mondo messaggi testuali e vocali per il settore commerciale. eCall è un provider di Software-as-a-Service (SaaS) e perciò non ha bisogno né di una speciale infrastruttura informatica né di ulteriori software. In questo modo aumentate non solo l'efficienza della comunicazione, ma anche i benefici per i vostri clienti e collaboratori.

Informazioni sulla fonte:

¹ <http://time.com/3858309/attention-spans-goldfish/>

² Häusel, H.-G. (2014). Neuromarketing: Erkenntnisse der Hirnforschung für Markenführung, Werbung und Verkauf (S. 83). Haufe-Lexware.

³ <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5915671/>



F24 – Il vostro partner solido per i sistemi di segnalazione, di gestione delle crisi e della comunicazione aziendale di livello critico.

F24 è il più rinomato fornitore in Europa di software-as-a-service per sistemi di segnalazione e di gestione delle crisi (FACT24) e per la comunicazione di dati sensibili e di livello critico. Con FACT24, F24 offre ai clienti di tutto il mondo una soluzione altamente innovativa per la gestione ottimale dei casi di emergenza e di crisi o in generale di elevato livello di criticità. In qualità di primo e unico fornitore non americano, F24 è citata nell'elenco dell'attuale report Gartner per i servizi di notifica in caso di emergenza e di messaggistica di massa (in inglese EMNS).

Con la sede principale a Monaco di Baviera, l'azienda risponde alle direttive tedesche in materia di protezione dei dati e l'hosting del suo sistema SaaS FACT24 avviene esclusivamente in centri di calcolo tedeschi. F24 offre inoltre protezione aggiuntiva a clienti di FACT24 sia nazionali che internazionali grazie a numerose altre misure. FACT24 permette alle aziende di affrontare al meglio e a 360 gradi le situazioni di pericolo, senza ovviamente trascurare gli aspetti legati alla sicurezza e alla protezione dei dati.

Da aprile 2016, Dolphin Systems AG con sede a Wollerau fa parte del gruppo F24. A partire da ottobre 2019 è stata rinominata F24 Schweiz AG. Con eCall l'azienda vanta 25 anni di esperienza nella realizzazione di soluzioni IT e di telecomunicazione sul mercato svizzero. Con questa piattaforma, F24 offre in particolare soluzioni per la comunicazione di grandi volumi di dati di carattere critico e riservato in ambiente aziendale.

Per ulteriori informazioni, non esitate a contattarci in qualsiasi momento o visitate il nostro sito web www.f24.com.

F24

WWW.F24.COM

F24 Schweiz AG
Samstagernstrasse 45
8832 Wollerau, Svizzera

T +41 44 787 30 70
F +41 44 787 30 71
office_ch@f24.com

