

Strefa przedsiębiorcy

2017-12-19

Marketing e-mail i SMS



Za nami rekordowy Black Friday. Podobnie zapowiada się okres poświęceń obniżek

Tylko w Czarny Piątek (Black Friday) klienci firmy REDLINK wysłali do klientów aż 63 mln wiadomości e-mail i SMS informując ich o rabatach i ofertach specjalnych. W sumie w tygodniu 20-27 listopada br. wysłano prawie 230 mln wiadomości. Oznacza to wzrost o 20% w stosunku do roku poprzedniego. Ekspert wskazuje, że takie wyniki stanowią odzwierciedlenie rosnącego znaczenia Black Friday w Polsce. Ten dzień, podobnie jak Cyber Monday, wpisał się już na stałe w handlową tradycję, głównie w branży e-commerce. Kolejnego takiego boomu marketingowego można się spodziewać w czasie poświęceń obniżek cen.

*- Z najnowszego badania Deloitte wynika, że w tym roku aż 42% budżetu przeznaczonego na prezenty zostawimy w sklepach internetowych. I to właśnie one stanowią większość naszych klientów. Branża e-commerce w tym roku jest bardzo aktywna. Tylko w okresie od 20 do 27 listopada przeprowadziliśmy ponad dwa tysiące kampanii marketingowych skierowanych do klientów sklepów internetowych, informując ich o ofertach specjalnych i promocjach na wybrane produkty. Tym samym potwierdziły się nasze przewidywania dotyczące 20% wzrostu liczby wysyłek w stosunku do ubiegłego roku. Ważnym trendem jest również to, że firmy coraz chętniej wykorzystują SMSy i e-maile transakcyjne. W tym roku stanowiły one 30% wszystkich wysłanych przez naszą spółkę wiadomości w tym okresie. Spodziewamy się, że z każdym rokiem rola wiadomości transakcyjnych w procesie kupna i sprzedaży będzie rosła, a ich odpowiednie zabezpieczenie i obsługa stanie się sprawą kluczową – mówi **Marek Kaczmarek, Marketing Manager w REDLINK.***

Marketingowe szaleństwo w Czarny Piątek

Prawie 230 mln wiadomości e-mail i SMS wysłali w okresie od 20 do 27 listopada klienci REDLINK. Szczegółowa analiza natężenia ruchu marketingowego pokazuje, że najwięcej treści reklamowych wysyłano w piątek, czyli Black Friday – 63 mln e-maili i SMSów. Równie intensywna była środa dwa dni

wcześniej (przypadająca na 22 listopada br.), kiedy firmy wysłały ponad 37 mln e-maili i SMSów. Ekspertci EmailLabs podkreślają, że ruch zwiększa się również w poniedziałek następujący po Czarnym Piątku. To dzień nazywany Cyber Monday, który z każdym rokiem zyskuje na znaczeniu.

- Popularność Cyber Monday rośnie z roku na rok. Nadal w tym dniu wysyła się znacznie mniej wiadomości niż w Czarny Piątek, ale widać, że tendencja jest wzrostowa, jeżeli porównamy to z ruchem w sobotę czy niedzielę poprzedzającą Cyber Monday – mówi Michał Walachowski, Dyrektor Zarządzający EmailLabs.

Skąd popularność e-maili marketingowych?

Z badań przeprowadzonych przez EmailLabs wynika, że aż 91% marketerów uznaje newslettery za jeden z najskuteczniejszych kanałów komunikacji z konsumentem przed świętami. E-maile pozwalają bowiem bezpośrednio dotrzeć do klienta ze spersonalizowaną ofertą, czego nie gwarantują inne kanały np. reklama w radiu, telewizji czy social media. Wysyłanie e-maili z informacją ma również tę zaletę, że wirtualną skrzynkę pocztową posiada prawie każdy internauta. Jak podkreślają eksperci, warto jednak pamiętać, że atrakcyjny komunikat to połowa sukcesu. Druga połowa to techniczne aspekty wysyłki e-mail. Jeżeli sami nie jesteśmy w stanie wysłać masowej komunikacji bez ryzyka wpadnięcia do skrzynek SPAM, warto zwrócić się do dedykowanego partnera, który się w tym specjalizuje.

Dobrym rozwiązaniem jest również wykorzystanie e-maili transakcyjnych (m.in. faktur, potwierdzeń zamówień) do informowania o ofertach specjalnych. Tego typu korespondencję odczytuje większość osób, co powoduje, że skuteczność również rośnie.

- Każdego roku pomagamy swoim klientom wysyłać e-maile marketingowe przed świętami. W tym roku przeprowadziliśmy ponad dwa tysiące skutecznych kampanii, które znacząco wpłynęły na wyniki sprzedażowe sklepów internetowych, z którymi pracowaliśmy. Zawsze jednak podkreślamy, że bez odpowiedniego przygotowania przeprowadzenie udanej akcji marketingowej jest bardzo trudne – podsumowuje Marek Kaczmarek.

Źródło: zoom-bsc.pl

Jeżeli szukasz nowoczesnych rozwiązań marketingowych, znajdziesz je podczas organizowanych wyłącznie przez Polską Izbę Paliw Płynnych [XXV Międzynarodowych Targów STACJA PALIW 2018](#), w dniach 9-11 maja 2018 r., na terenie EXPO XXI, Warszawa, ul. Prądzyńskiego 12/14.

[WIECEJ czytaj w styczniowym wydaniu miesięcznika "Paliwa Płynne".](#)

Źródło: <http://www.paliwa.pl/strona-startowa/archiwum/marketing-e-mail-i-sms>