

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!

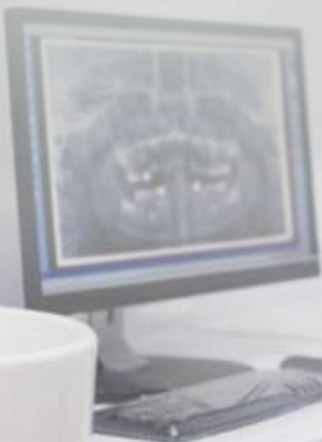
Il linguaggio SMS si sviluppa, da subito, in modo dirompente e con l'avvento degli smartphone il suo utilizzo non è stato mai abbandonato seppur rivisto e adattato alle varie chat e applicazioni.

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!**



Vuoi imparare a fare delle corrette diagnosi e prognosi del tuo studio dentistico? Vuoi migliorare la tua leadership verso il tuo staff o i tuoi pazienti? Vuoi creare un brand riconoscibile e aumentare la tua visibilità? Abbiamo creato un modulo formativo di due giornate, puoi scoprire qui maggiori informazioni:



Utilizza il tuo smartphone per scannerizzare il QR CODE e visualizzare la pagina con tutte le informazioni che vuoi riguardo al corso Improve Yourself.