



**KEEP  
CALM  
AND  
SEND  
SMS**

DLACZEGO **SMS?**

**1.** PENETRACJA RYNKU TELEFONII KOMÓRKOWEJ  
W POLSCE: **140,78%** (GUS, Q4 2012)

**1.** PENETRACJA RYNKU TELEFONII KOMÓRKOWEJ  
W POLSCE: **140,78%** (GUS, Q4 2012)

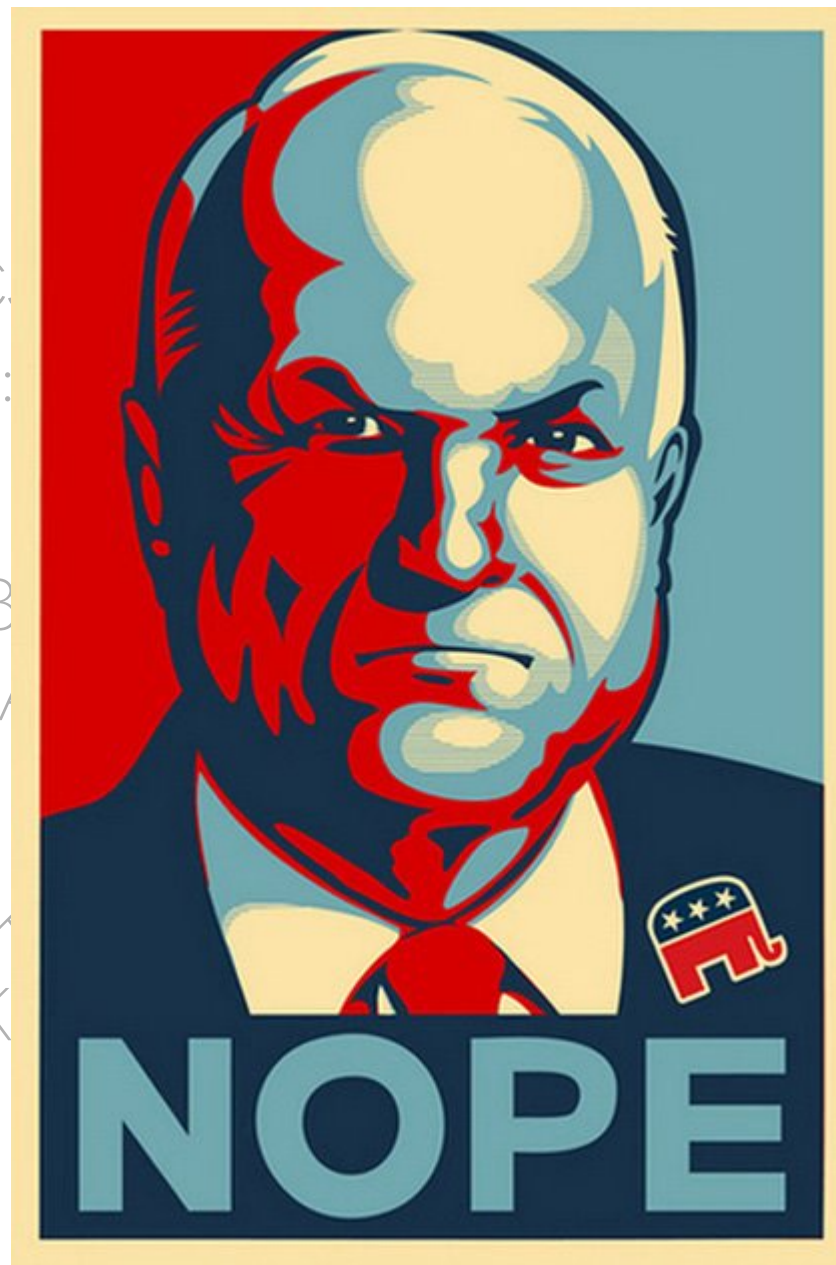
**2.** **93%** OSÓB ODCZYTUJE WIADOMOŚĆ  
NATYCHMIAST PO JEJ OTRZYMANIU (TNS OBOP)

- 1.** PENETRACJA RYNKU TELEFONII KOMÓRKOWEJ W POLSCE: **140,78%** (GUS, Q4 2012)
- 2.** **93%** OSÓB ODCZYTUJE WIADOMOŚĆ NATYCHMIAST PO JEJ OTRZYMANIU (TNS OBOP)
- 3.** **91%** UŻYTKOWNIKÓW SMARTFONÓW WYBIERA KOMUNIKACJĘ SMS (ACXIOM)

1. PENETRACJA  
W POLSCE:

2. **93%** OSÓB  
NATYCHMIA

3. **91%** UŻYTK  
WYBIERA K



DMÓRKOWEJ

OSĆ  
IU (TNS OBOP)

ÓW  
OM)

**1.** MOŻLIWOŚĆ **BEZPOŚREDNIEGO** KONTAKTU  
W KAŻDYM MOMENCIE

**1.** MOŻLIWOŚĆ **BEZPOŚREDNIEGO** KONTAKTU  
W KAŻDYM MOMENCIE

**2.** POWIĄZANIE Z KLIENTEM JEGO **NUMEREM**  
**TELEFONU**, NIE URZĄDZENIEM

- 1.** MOŻLIWOŚĆ **BEZPOŚREDNIEGO** KONTAKTU  
W KAŻDYM MOMENCIE
- 2.** POWIĄZANIE Z KLIENTEM JEGO **NUMEREM**  
**TELEFONU**, NIE URZĄDZENIEM
- 3.** KANAŁ **GOTOWY** DO DZIAŁANIA, BEZ POTRZEBY  
PREINSTALACJI DODATKOWYCH APLIKACJI

# SMS-Y SPRZEDAJĄ



**JAK?**

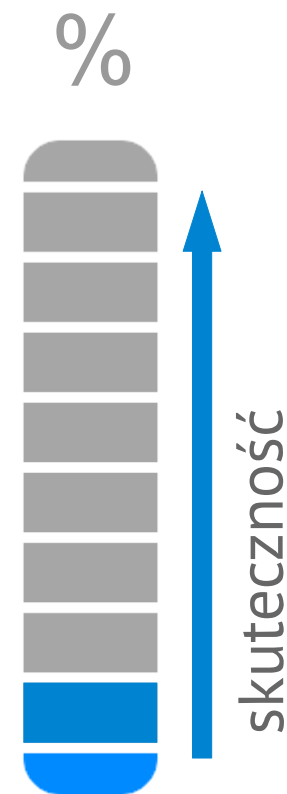
OK, ALE OD CZEGO **ZACZAĆ?**



**TRENING**

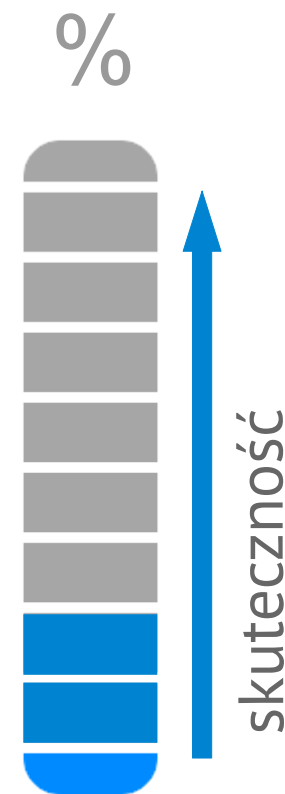
# „LEPSZE CIASNE, ALE WŁASNE”

POSIADANIE WŁASNEJ BAZY  
NUMERÓW ODBIORCÓW JEST  
KLUCZEM DO UDANEJ KAMPANII



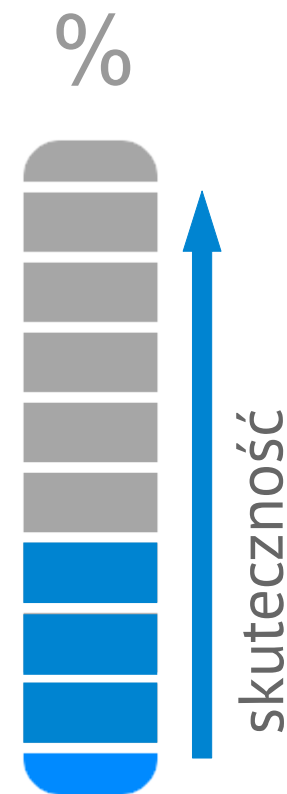
# IM JAŚNIEJ, TYM LEPIEJ

IM BARDZIEJ PRZEJRZYSTE  
WARUNKI AKCJI, TYM LEPIEJ  
BĘDZIE ODBIERANA (WIĘCEJ  
UCZESTNIKÓW)



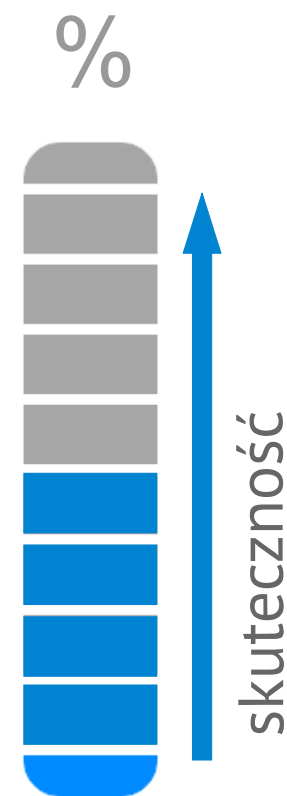
# SMS NA CZAS

DOBRZE JEST PILNOWAĆ CZASU  
WYSYŁKI WIADOMOŚCI



# WARTOŚĆ DODANA

KAŻDY KOMUNIKAT MARKETIN-  
GOWY MUSI ZAWIERAĆ  
WARTOŚĆ DODANĄ,  
MOBILIZUJĄCĄ KLIENTA  
DO DZIAŁANIA



# PERSONALIZACJA

ZNIWELOWANIE DYSTANSU  
MIĘDZY FIRMAŃ A KLIENTEM  
DZIĘKI PERSONALIZACJI



# ZGODA ODBIORCY

LEPSZY 1 KLIENT, KTÓRY CHCE  
OTRZYMAĆ WIADOMOŚĆ, NIŻ  
10, KTÓRYM SIĘ TO NIE  
SPODOBA



# ZGODA ODBIORCY

1. ZGODA NA OTRZYMYWANIE  
INFORMACJI HANDLOWYCH  
(ART. 10 UST. 1 „UŚUDE”)

2. ZGODA NA PRZETWARZANIE  
DANYCH OSOBOWYCH  
(UST. Z DN. 27.08.'97 „UODO”)



CZY COŚ MOŻE PÓJŚĆ **NIE TAK?**



**MOŽE!** ot

Top 129,- Nederdel 159,- Bælte 99,-



# 1. WŁASNA BAZA ODBIORCÓW



1. WŁASNA BAZA ODBIORCÓW



2. WARTOŚĆ DODANA



1. WŁASNA BAZA ODBIORCÓW



2. WARTOŚĆ DODANA



3. PERSONALIZACJA



1. WŁASNA BAZA ODBIORCÓW



2. WARTOŚĆ DODANA



3. PERSONALIZACJA



4. TARGETOWANIE



1. WŁASNA BAZA ODBIORCÓW



2. WARTOŚĆ DODANA



3. PERSONALIZACJA



4. TARGETOWANIE



5. POBUDZENIE DO DZIAŁANIA



1. WŁASNA BAZA ODBIORCÓW



2. WARTOŚĆ DODANA



3. PERSONALIZACJA



4. TARGETOWANIE



5. POBUDZENIE DO DZIAŁANIA

6. WYSOKA SKUTECZNOŚĆ



1. WŁASNA BAZA ODBIORCÓW



2. WARTOŚĆ DODANA



3. PERSONALIZACJA



4. TARGETOWANIE

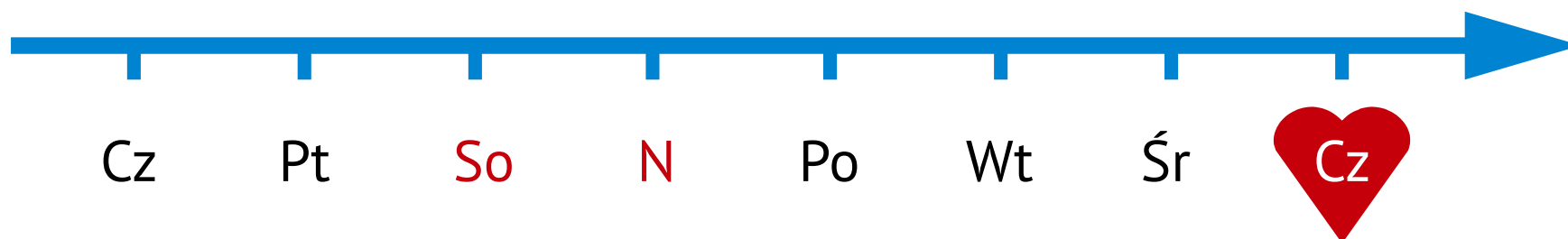


5. POBUDZENIE DO DZIAŁANIA



~~6. WYSOKA SKUTECZNOŚĆ~~

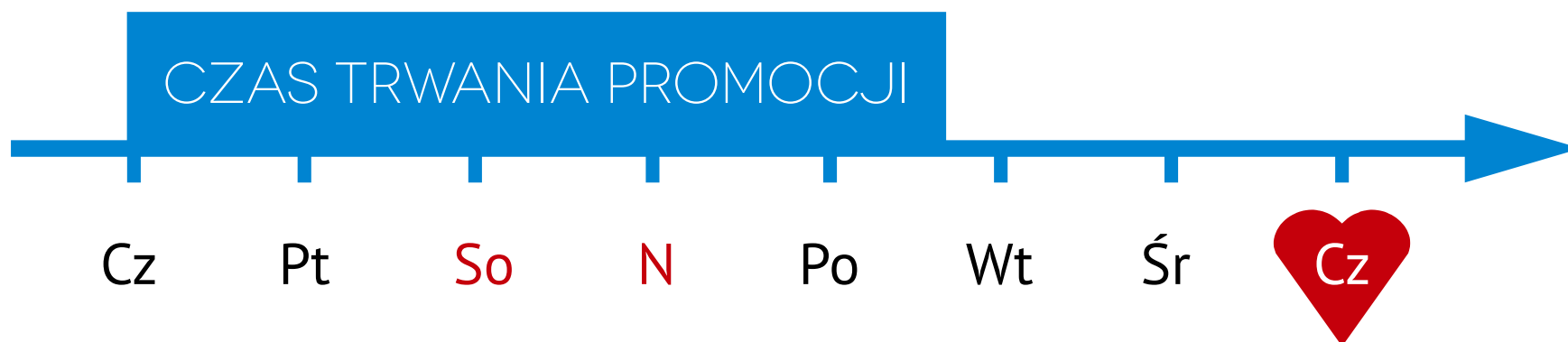
# CO POSZŁO NIE TAK...



# CO POSZŁO NIE TAK...



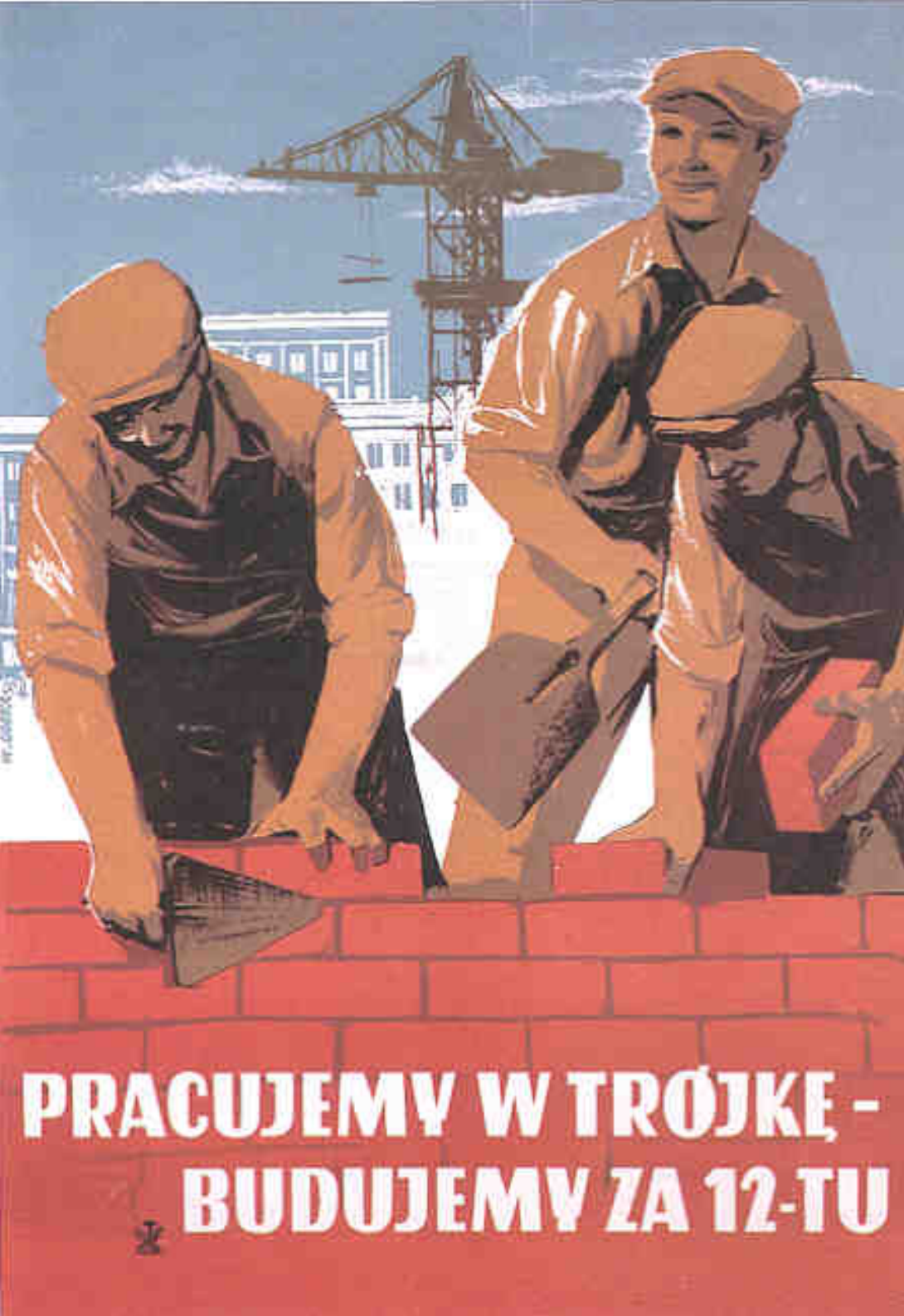
# CO POSZŁO NIE TAK...





**GREAT SUCCESS**

JAK WYCISNAĆ **WIĘCEJ** Z SMS-A?



**PRACUJEMY W TRÓJKE -  
BUDUJEMY ZA 12-TU**

**WIELO  
KANA  
ŁOWOŚĆ**

**DZIAŁANIE**



The image shows a blank Cartesian coordinate system. The vertical axis is labeled 'DZIAŁANIE' (Action) and the horizontal axis is labeled 'CZAS' (Time). Both axes are represented by thin black lines with arrowheads at their ends. The axes meet at an origin in the bottom-left corner. The rest of the page is empty.

**CZAS**

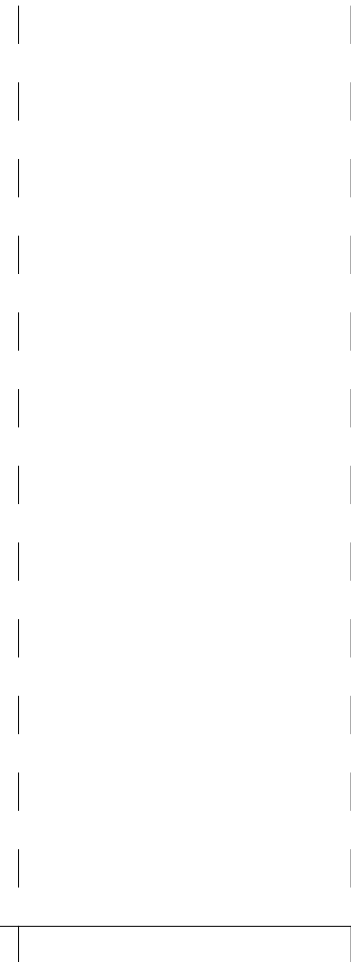


**DZIAŁANIE**

**MATERIAŁY DRUKOWANE**

**PROMOCJA**

**CZAS**



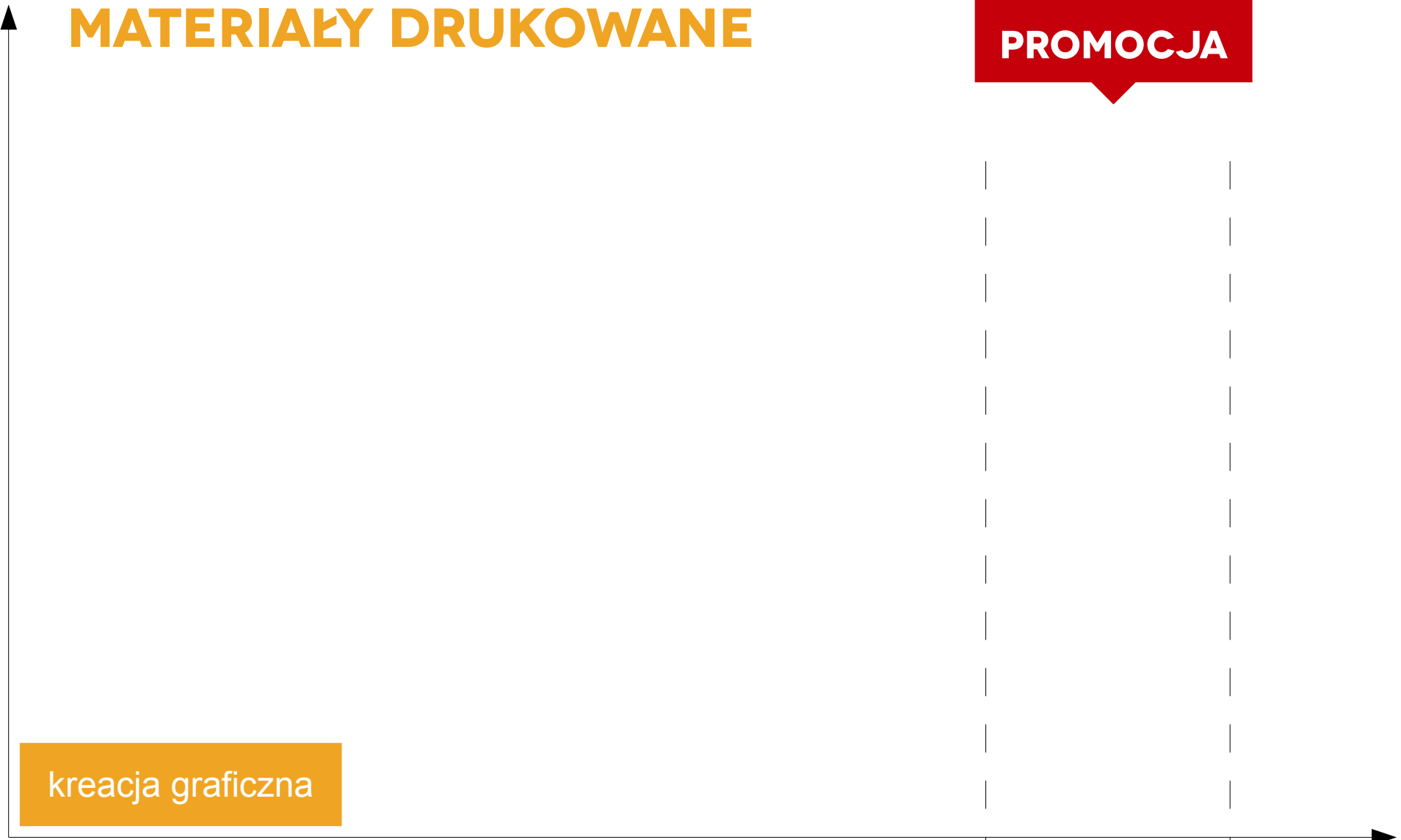
**DZIAŁANIE**

**MATERIAŁY DRUKOWANE**

**PROMOCJA**

kreacja graficzna

**CZAS**



**DZIAŁANIE**

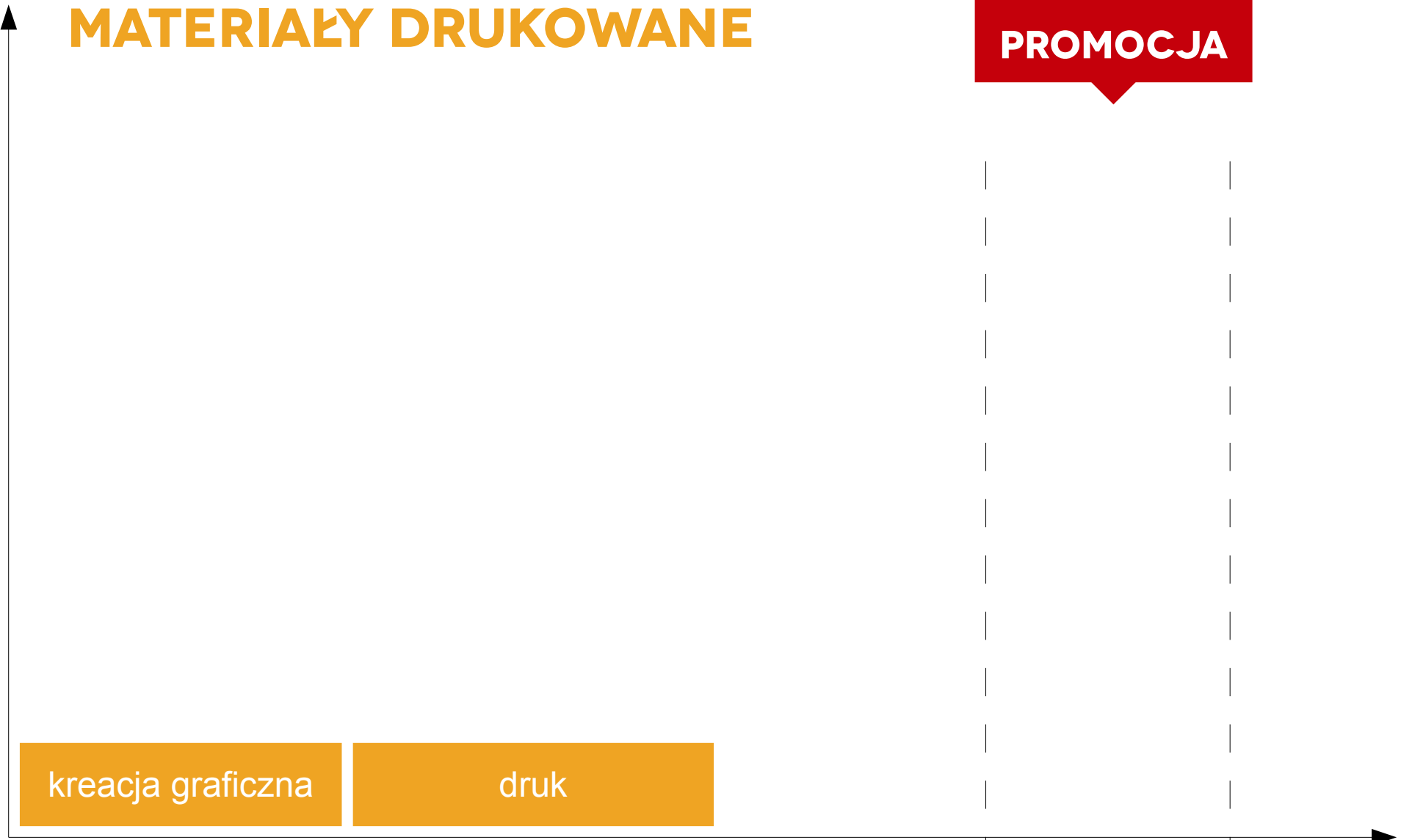
# MATERIAŁY DRUKOWANE

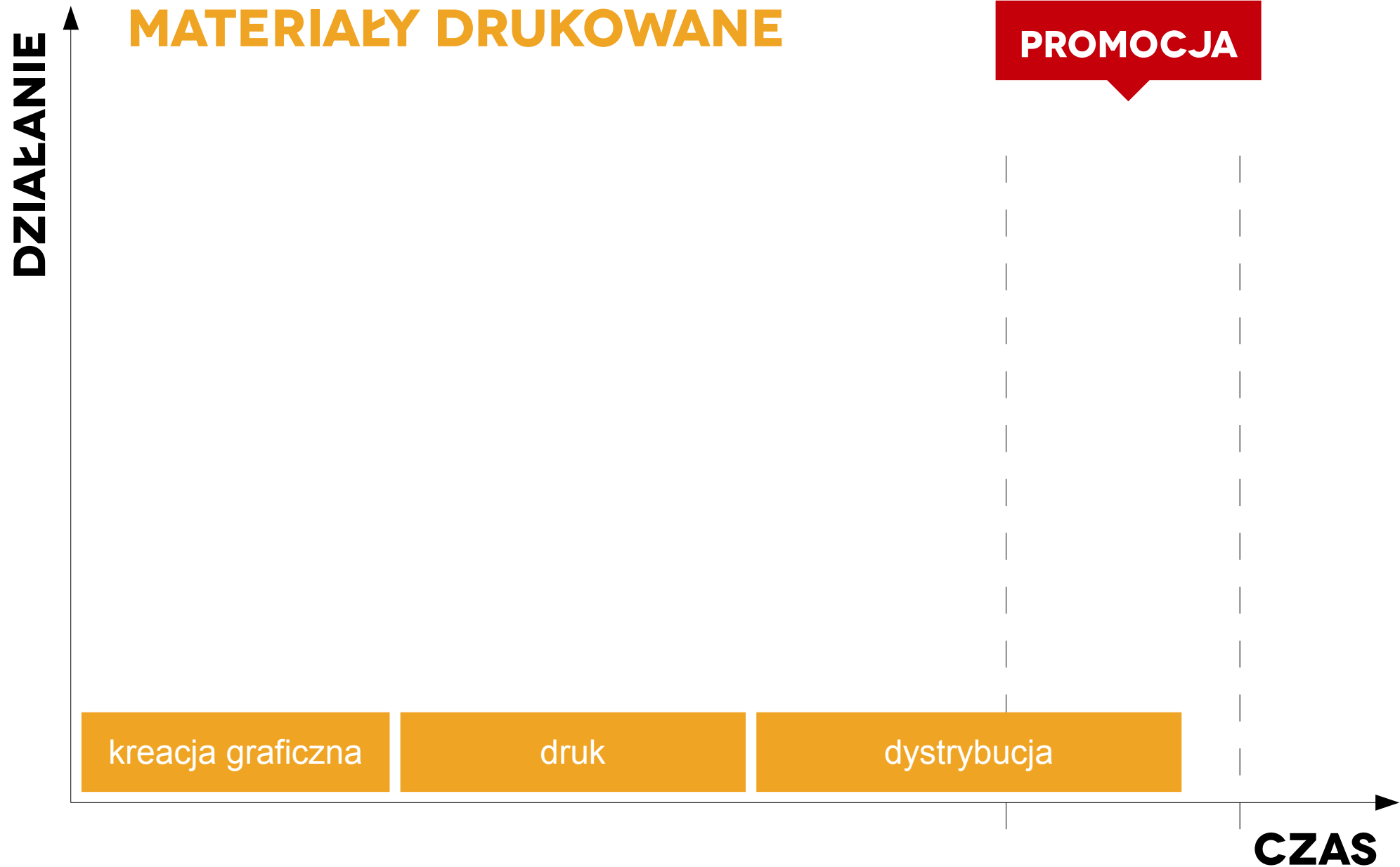
**PROMOCJA**

kreacja graficzna

druk

**CZAS**





**DZIAŁANIE**

**MATERIAŁY DRUKOWANE**  
**E-MAIL MARKETING**

**PROMOCJA**

kreacja graficzna

druk

dystrybucja

**CZAS**





**DZIAŁANIE**

**MATERIAŁY DRUKOWANE**  
**E-MAIL MARKETING**

**PROMOCJA**

kreacja graficzna

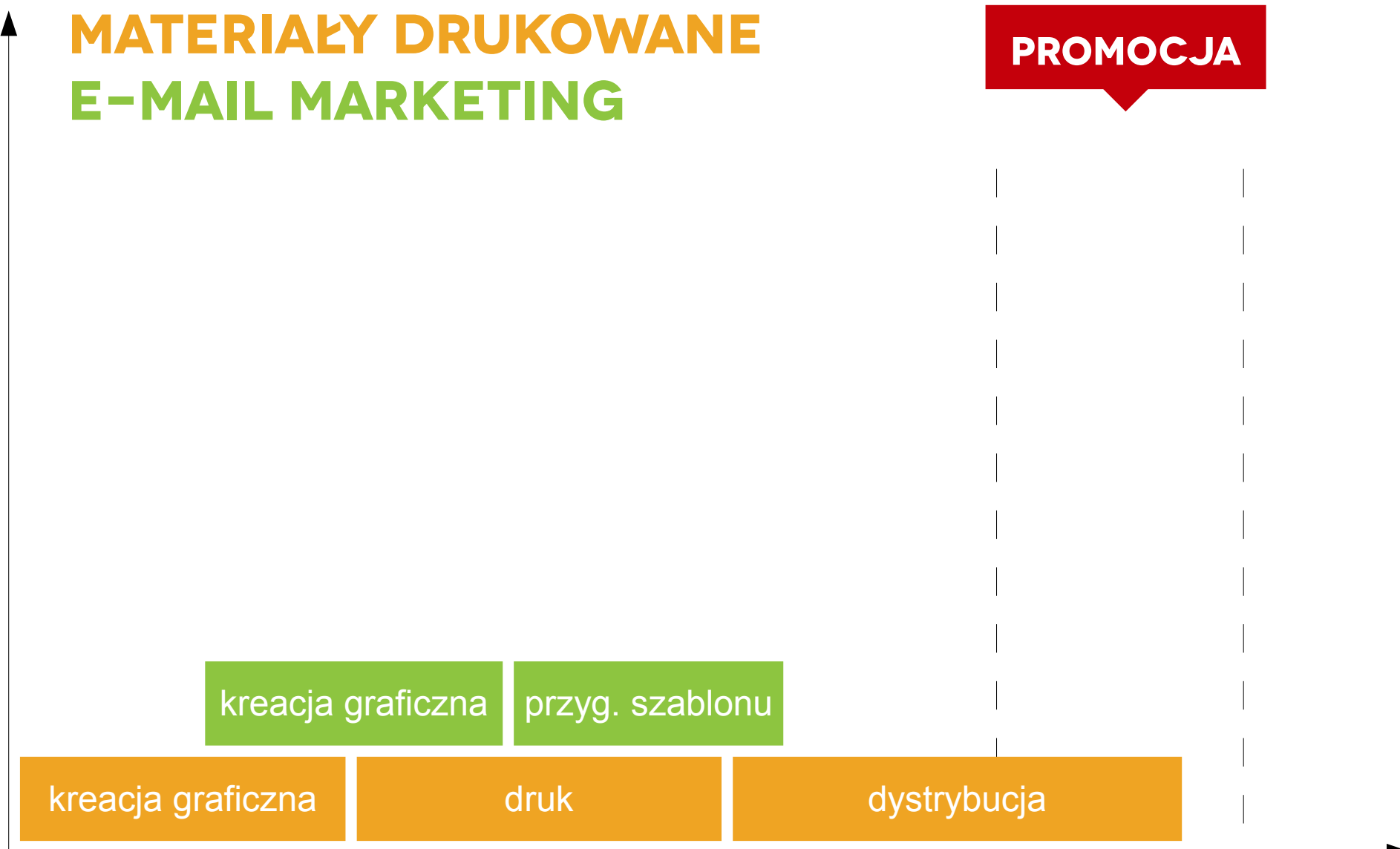
przyg. szablonu

kreacja graficzna

druk

dystrybucja

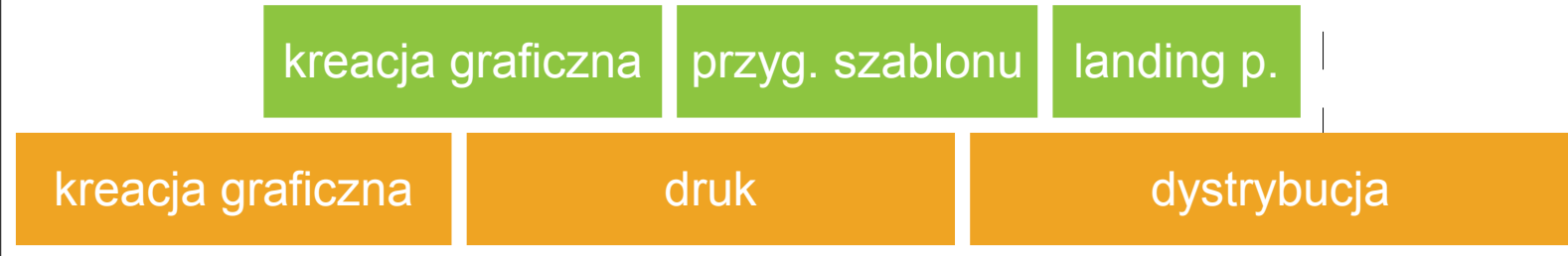
**CZAS**



**DZIAŁANIE**

**MATERIAŁY DRUKOWANE**  
**E-MAIL MARKETING**

**PROMOCJA**

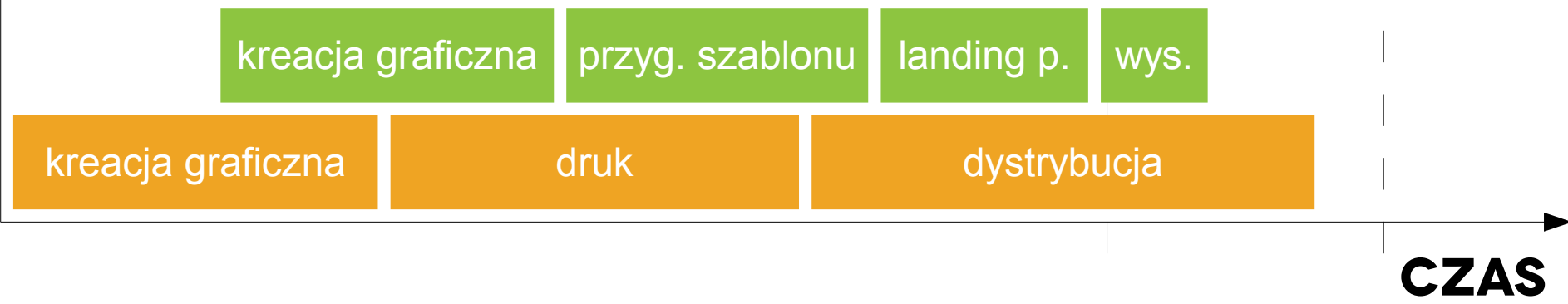


**CZAS**

**DZIAŁANIE**

**MATERIAŁY DRUKOWANE**  
**E-MAIL MARKETING**

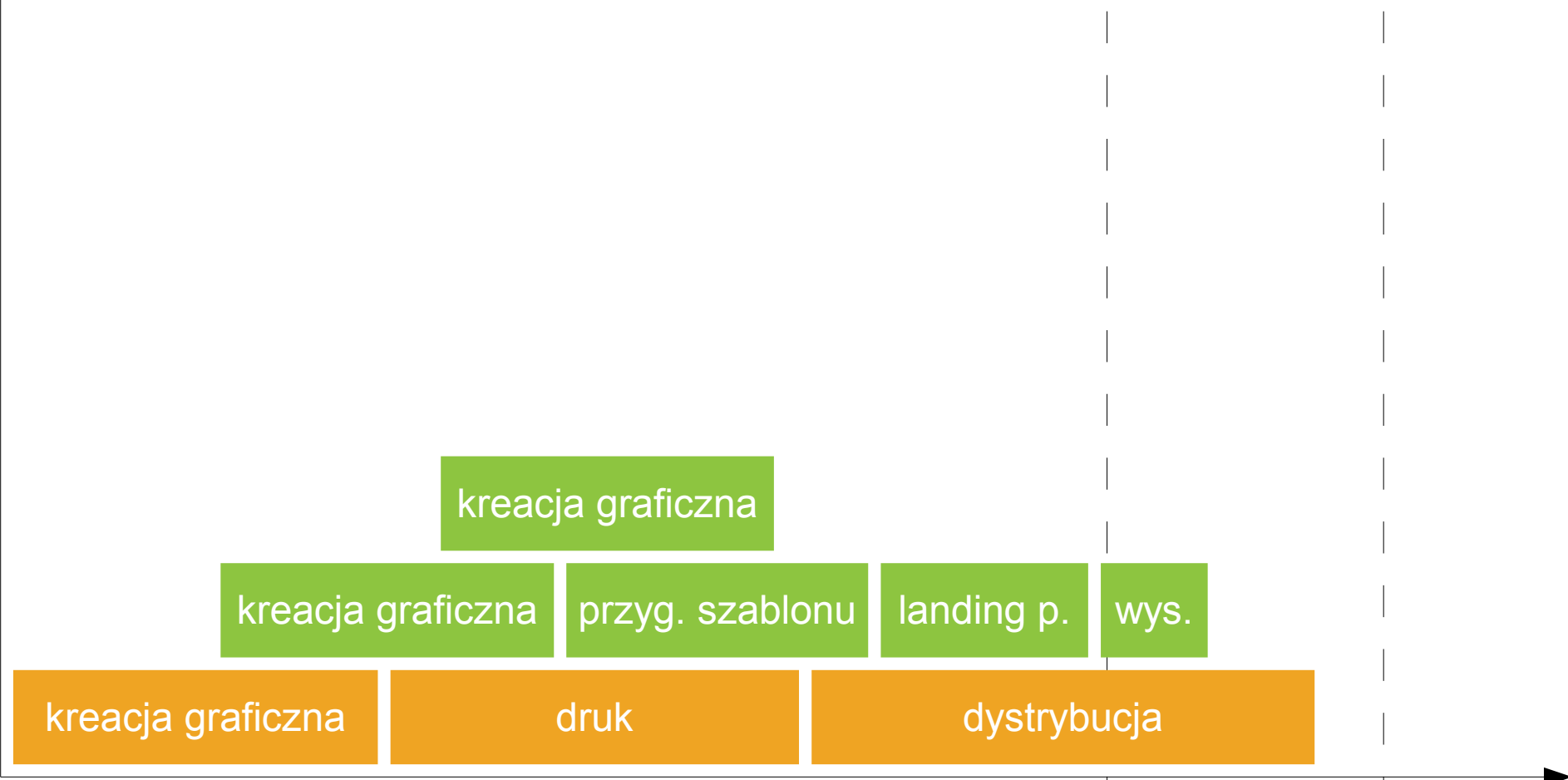
**PROMOCJA**



**DZIAŁANIE**

**MATERIAŁY DRUKOWANE**  
**E-MAIL MARKETING**

**PROMOCJA**



kreacja graficzna

kreacja graficzna

przyg. szablonu

landing p.

wys.

kreacja graficzna

druk

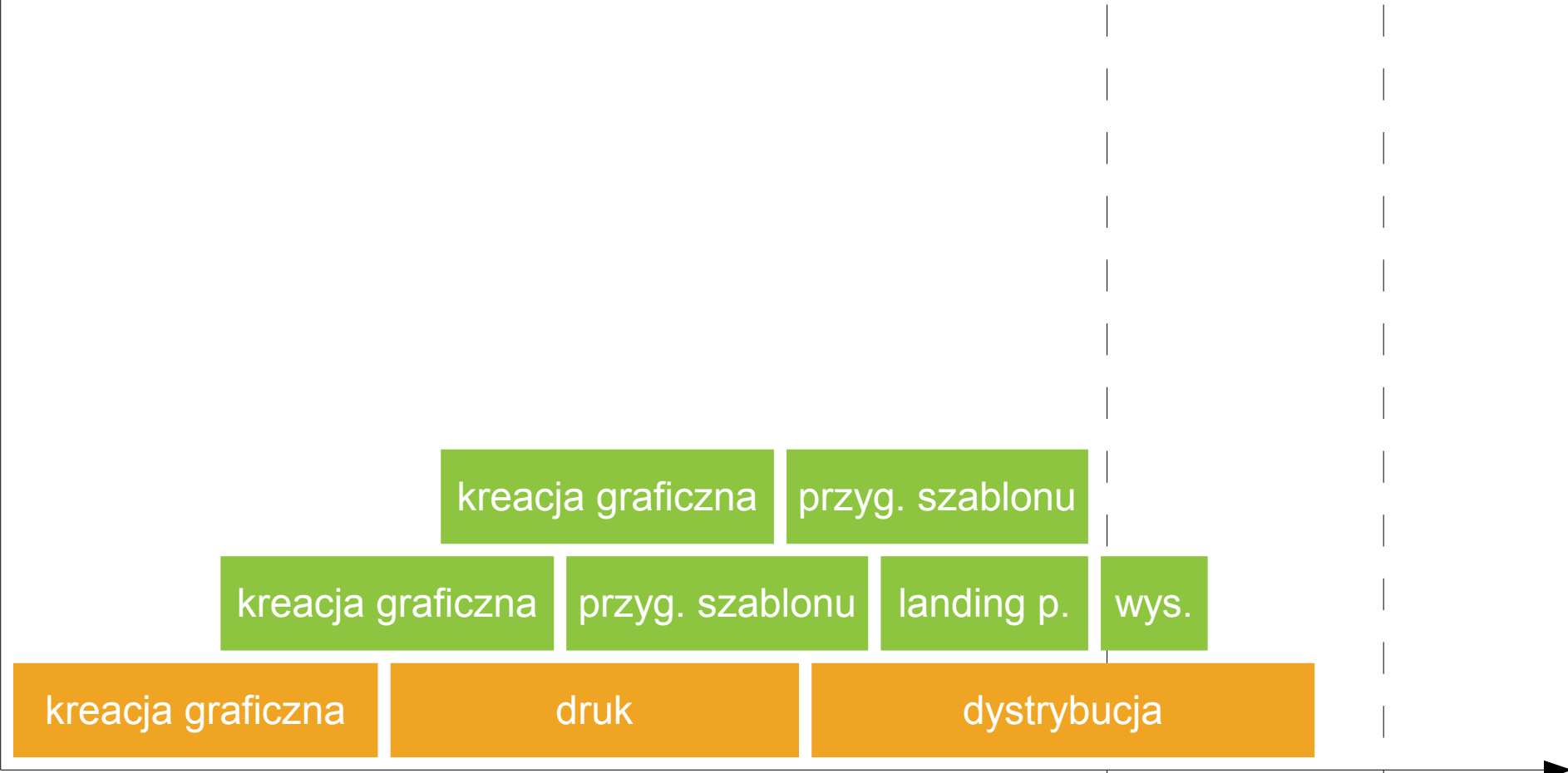
dystrybucja

**CZAS**

**DZIAŁANIE**

**MATERIAŁY DRUKOWANE**  
**E-MAIL MARKETING**

**PROMOCJA**

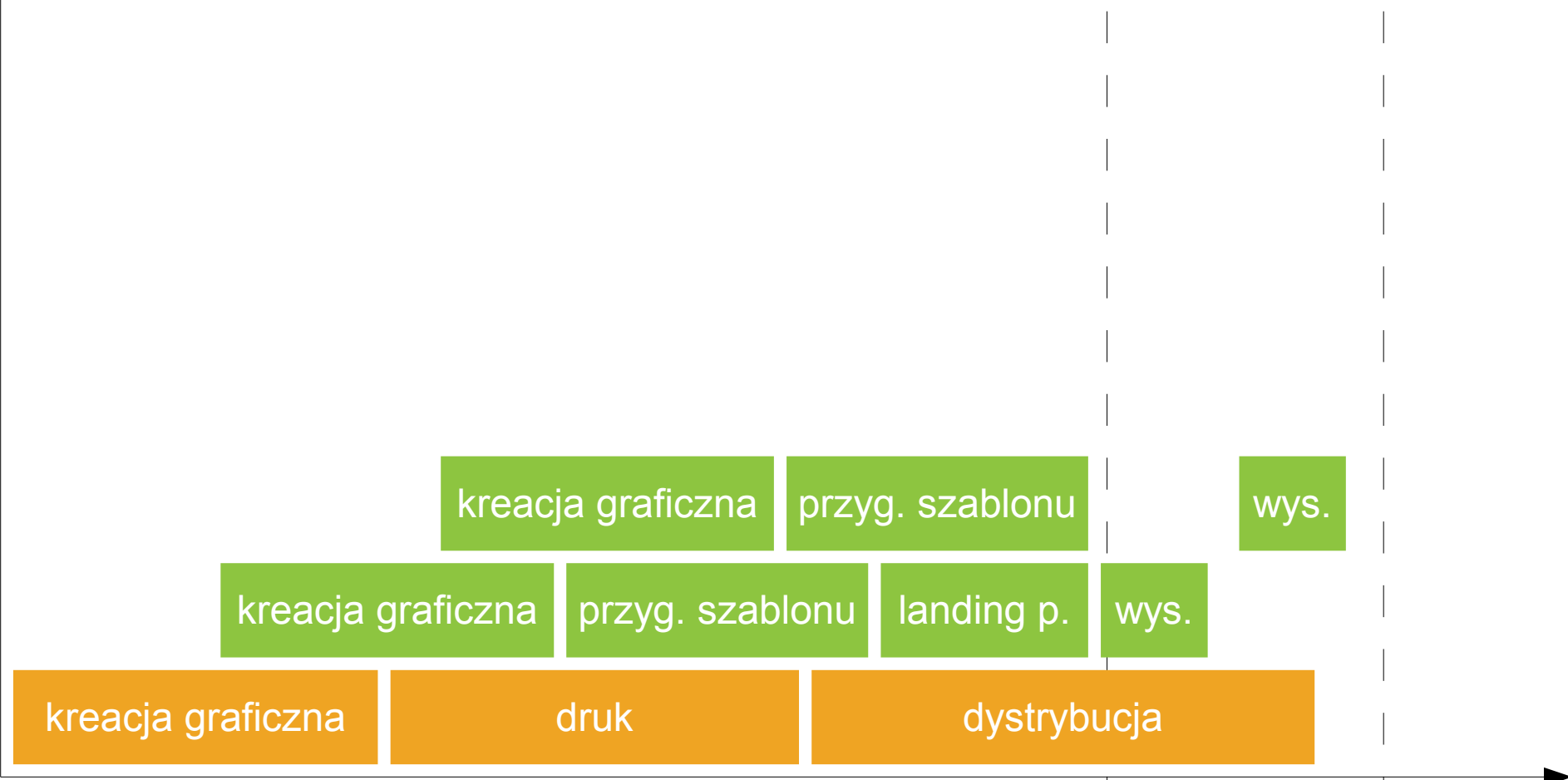


**CZAS**

**DZIAŁANIE**

**MATERIAŁY DRUKOWANE**  
**E-MAIL MARKETING**

**PROMOCJA**



**CZAS**

**DZIAŁANIE**

**MATERIAŁY DRUKOWANE**

**E-MAIL MARKETING**

**SOCIAL MEDIA**

**PROMOCJA**



**DZIAŁANIE**

**MATERIAŁY DRUKOWANE**  
**E-MAIL MARKETING**  
**SOCIAL MEDIA**

**PROMOCJA**

kreacja graficzna

kreacja graficzna

przyg. szablonu

wys.

kreacja graficzna

przyg. szablonu

landing p.

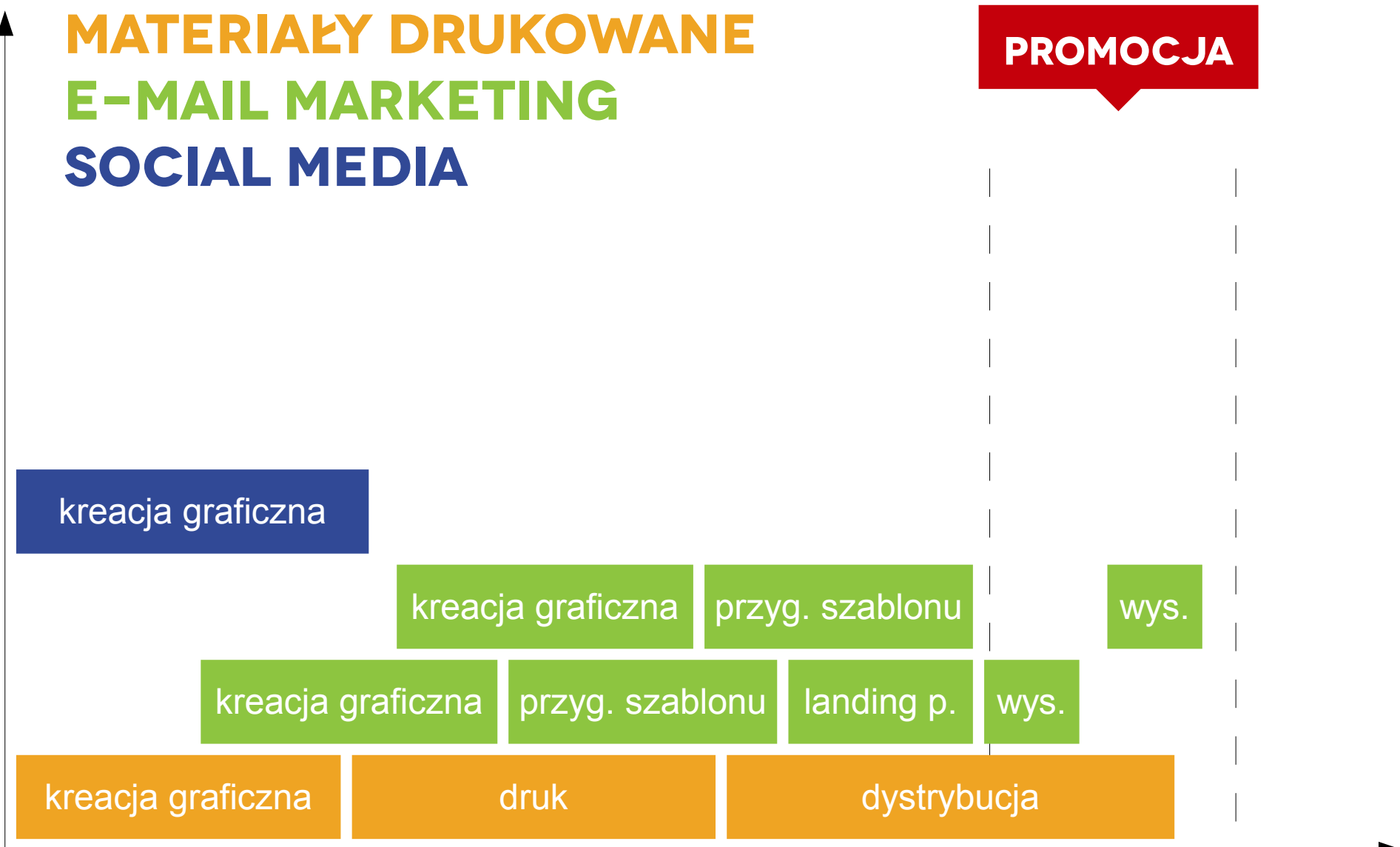
wys.

kreacja graficzna

druk

dystrybucja

**CZAS**



**DZIAŁANIE**

**MATERIAŁY DRUKOWANE**  
**E-MAIL MARKETING**  
**SOCIAL MEDIA**

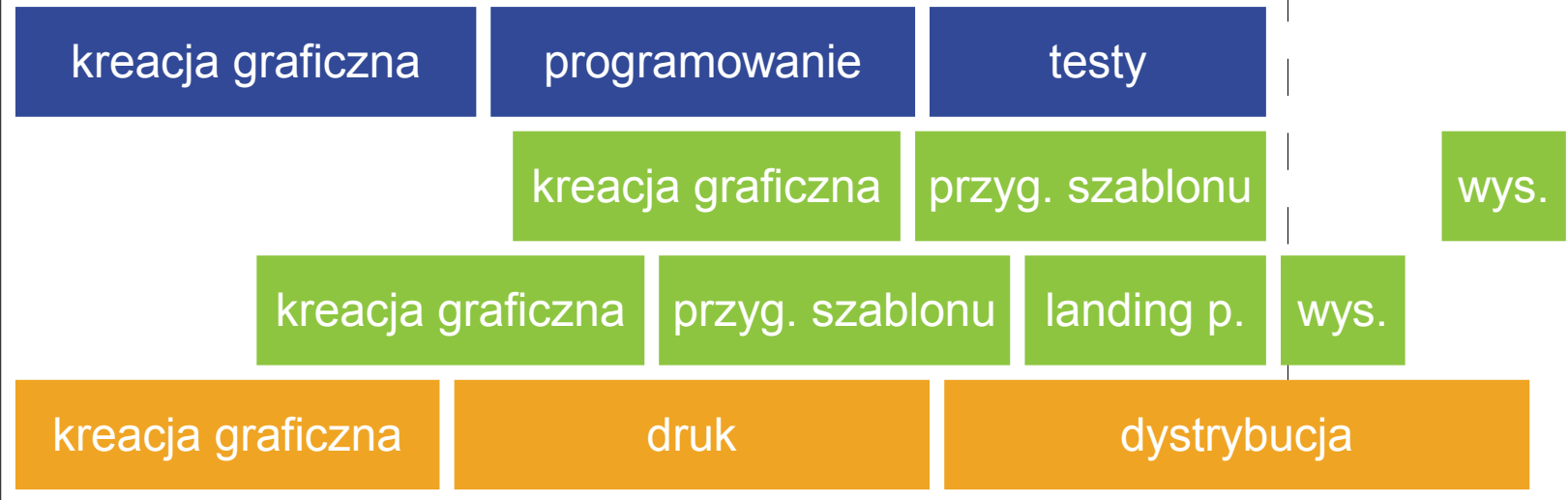
**PROMOCJA**



**DZIAŁANIE**

**MATERIAŁY DRUKOWANE**  
**E-MAIL MARKETING**  
**SOCIAL MEDIA**

**PROMOCJA**



**CZAS**

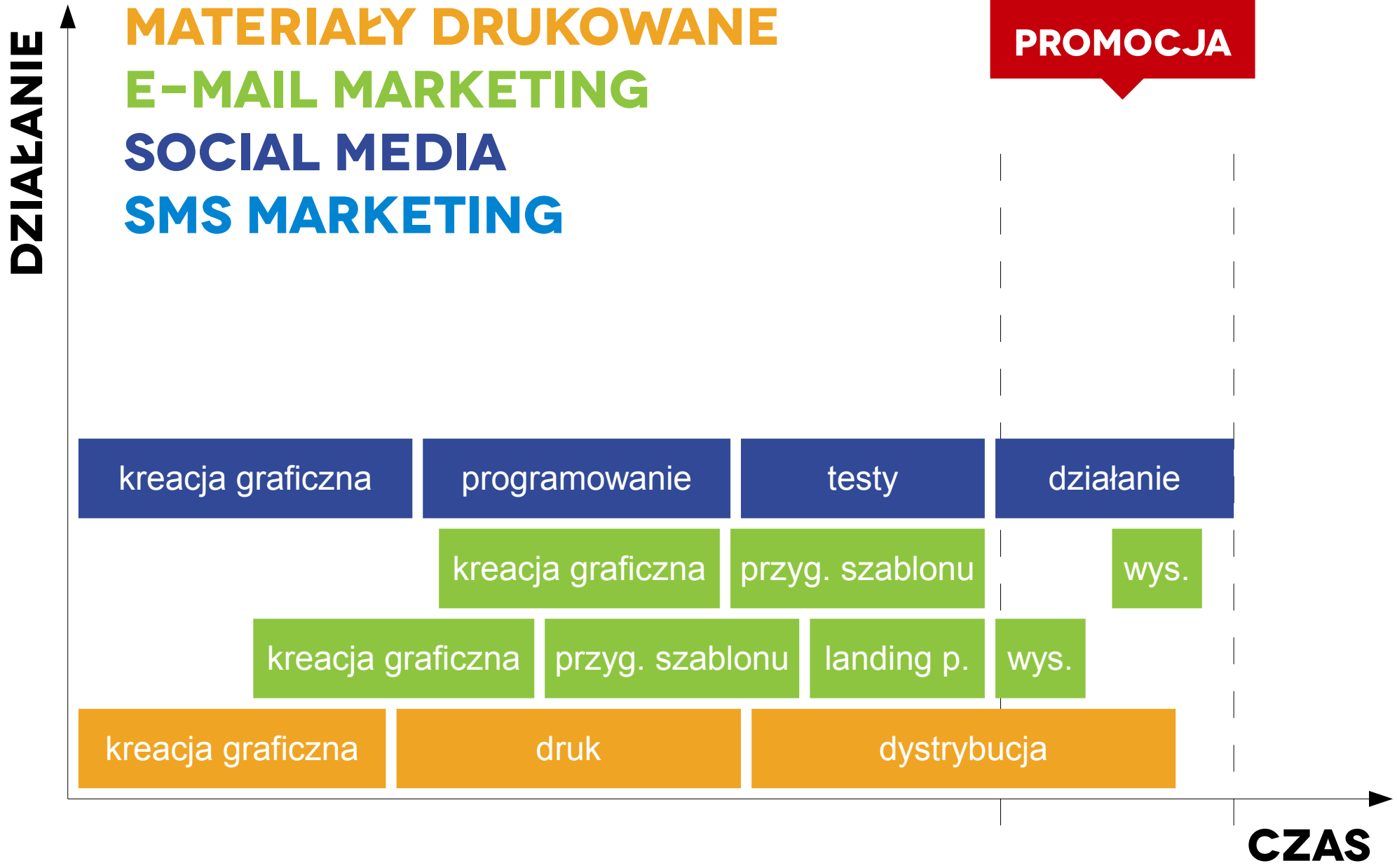
**DZIAŁANIE**

**MATERIAŁY DRUKOWANE**  
**E-MAIL MARKETING**  
**SOCIAL MEDIA**

**PROMOCJA**



**CZAS**



**DZIAŁANIE**

**MATERIAŁY DRUKOWANE**

**E-MAIL MARKETING**

**SOCIAL MEDIA**

**SMS MARKETING**

**PROMOCJA**

txt

kreacja graficzna

programowanie

testy

działanie

kreacja graficzna

przyg. szablonu

wys.

kreacja graficzna

przyg. szablonu

landing p.

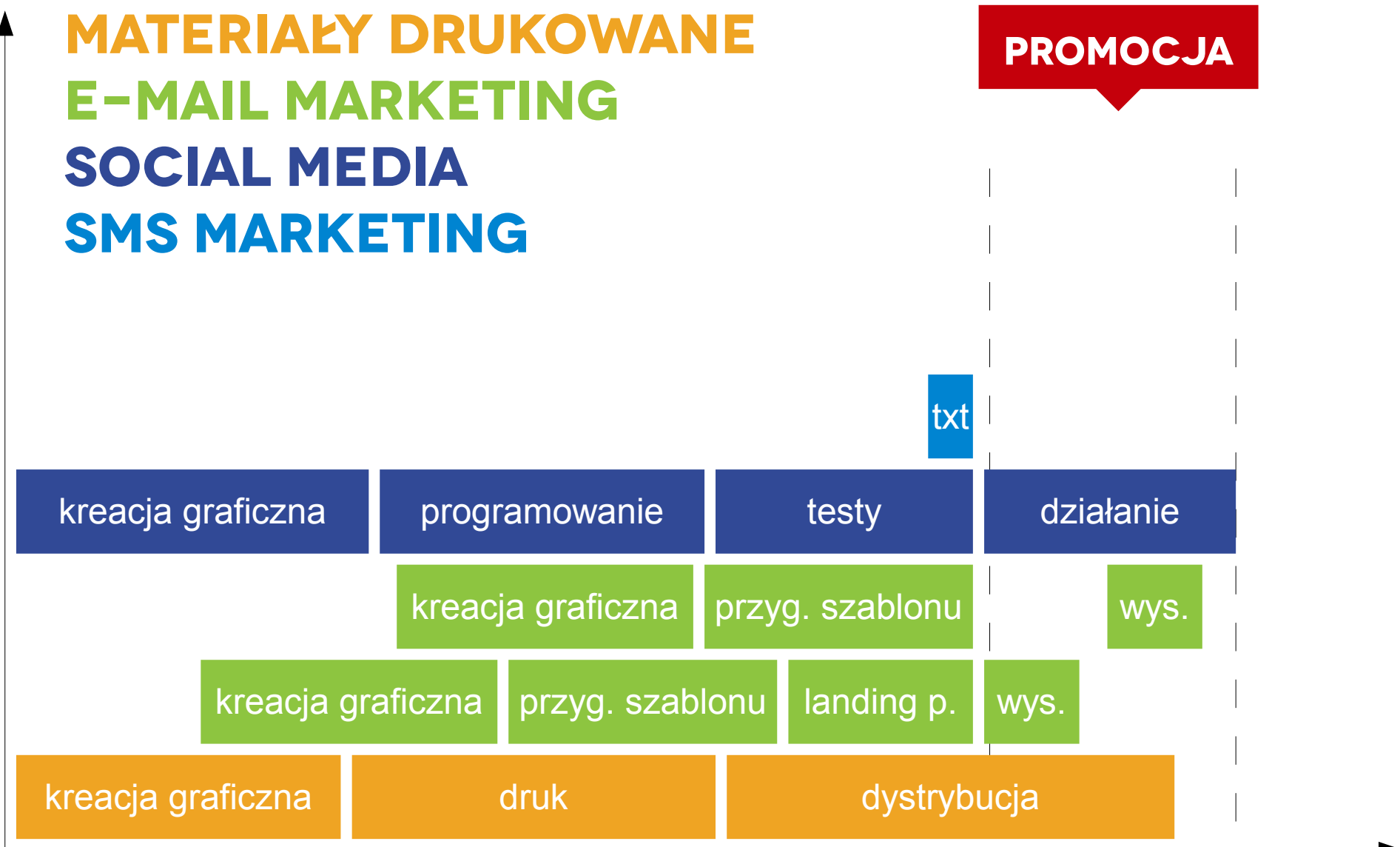
wys.

kreacja graficzna

druk

dystrybucja

**CZAS**





**MATERIAŁY DRUKOWANE**

**E-MAIL MARKETING**

**SOCIAL MEDIA**

**SMS MARKETING**

**PROMOCJA**

txt

wys.

kreacja graficzna

programowanie

testy

działanie

kreacja graficzna

przyg. szablonu

wys.

kreacja graficzna

przyg. szablonu

landing p.

wys.

kreacja graficzna

druk

dystrybucja

**CZAS**

**DZIAŁANIE**

**MATERIAŁY DRUKOWANE**

**E-MAIL MARKETING**

**SOCIAL MEDIA**

**SMS MARKETING**

**PROMOCJA**



**CZAS**





**MATERIAŁY DRUKOWANE**

**E-MAIL MARKETING**

**SOCIAL MEDIA**

**SMS MARKETING**

**PROMOCJA**

txt wys.

landing txt wys.

kreacja graficzna

programowanie

testy

działanie

kreacja graficzna przyg. szablonu

wys.

kreacja graficzna przyg. szablonu landing p. wys.

kreacja graficzna

druk

dystrybucja

**CZAS**

JAK TO DZIAŁA **W PRAKTYCE**?



E-MAIL



E-MAIL

WŚRÓD GRUPY, KTÓRA NIE  
OTRZYMAŁA SMS-A, A TYLKO  
MAILING, LICZBA KUPUJĄCYCH  
BYŁA MNIEJSZA AŻ O **50%**!

limango  
*We love sales!* 



E-MAIL

WŚRÓD GRUPY, KTÓRA NIE  
OTRZYMAŁA SMS-A, A TYLKO  
MAILING, LICZBA KUPUJĄCYCH  
BYŁA MNIEJSZA AŻ O **50%**!

limango  
*We love sales!* ♥



SOCIAL  
MEDIA



E-MAIL

WŚRÓD GRUPY, KTÓRA NIE  
OTRZYMAŁA SMS-A, A TYLKO  
MAILING, LICZBA KUPUJĄCYCH  
BYŁA MNIEJSZA AŻ O **50%**!

limango  
We love sales! ♥



SOCIAL  
MEDIA

WYKORZYSTUJĄC SMS-Y  
ZWROT Z INWESTYCJI JEST  
RZECZYWIŚCIE **WYJĄTKOWO  
WYSOKI.**

**WSL**  
1992  
Wyższa Szkoła Lingwistyczna



E-MAIL

WŚRÓD GRUPY, KTÓRA NIE  
OTRZYMAŁA SMS-A, A TYLKO  
MAILING, LICZBA KUPUJĄCYCH  
BYŁA MNIEJSZA AŻ O **50%**!

limango  
*We love sales!* ♥



SOCIAL  
MEDIA

WYKORZYSTUJĄC SMS-Y  
ZWROT Z INWESTYCJI JEST  
RZECZYWIŚCIE **WYJĄTKOWO  
WYSOKI.**

**WSL**  
1992  
Wyższa Szkoła Lingwistyczna



ATL/BTL



E-MAIL

WŚRÓD GRUPY, KTÓRA NIE  
OTRZYMAŁA SMS-A, A TYLKO  
MAILING, LICZBA KUPUJĄCYCH  
BYŁA MNIEJSZA AŻ O **50%**!

limango  
We love sales! ♥



SOCIAL  
MEDIA

WYKORZYSTUJĄC SMS-Y  
ZWROT Z INWESTYCJI JEST  
RZECZYWIŚCIE **WYJĄTKOWO  
WYSOKI.**

WSL  
1992  
Wyższa Szkoła Lingwistyczna



ATL/BTL

KLIENTÓW PODEJMUJĄCYCH  
INICJATYWĘ PO OTRZYMANIU  
SMS-A **JEST WIĘCEJ** NIŻ W  
PRZYPADKU KAMPAII W ATL-U.



**Bawaria Motors**  
Warszawa - Katowice - Janki

TO JESZCZE **JEDEN CASE**

-20% NA WSZYSTKO \*

-25% NA WSZYSTKO \*

% KLIKNIJ I WYDRUKUJ  
KUPON RABATOWY



KUPON DLA FANA  
NA FACEBOOKU



19-25.03

WYBIERZ ZNIŻKĘ DLA SIEBIE



[ zjednoczenie.com ]

*dla*

RESERVED



20%

[ [zjednoczenie.com](http://zjednoczenie.com) ]

*dla*

**RESERVED**



20%



25%

[ [zjednoczenie.com](http://zjednoczenie.com) ]

*dla*

**RESERVED**



# KUPONY DRUKOWANE

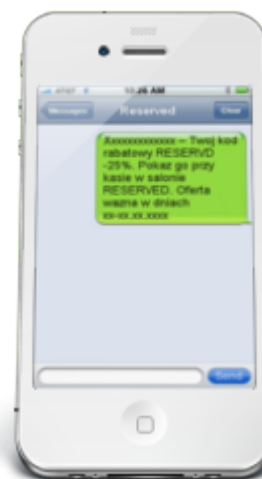
[ [zjednoczenie.com](http://zjednoczenie.com) ]

*dla*

**RESERVED**



KUPONY  
DRUKOWANE



KUPONY  
SMS

[ [zjednoczenie.com](http://zjednoczenie.com) ]

*dla*

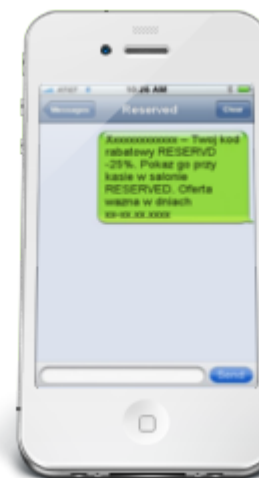
**RESERVED**

~70%

~30%



KUPONY  
DRUKOWANE



KUPONY  
SMS

[ [zjednoczenie.com](http://zjednoczenie.com) ]

*dla*

**RESERVED**

253 602  
UCZESTNIKÓW

[ [zjednoczenie.com](http://zjednoczenie.com) ]

*dla*

**RESERVED**

253 602

UCZESTNIKÓW

107 701

FANÓW FB

[ [zjednoczenie.com](http://zjednoczenie.com) ]

*dla*

**RESERVED**

253 602  
UCZESTNIKÓW

77 410  
NOWYCH  
ADRESÓW

107 701  
FANÓW FB

[ [zjednoczenie.com](http://zjednoczenie.com) ]

*dla*

**RESERVED**

253 602  
UCZESTNIKÓW

77 410  
NOWYCH  
ADRESÓW

107 701  
FANÓW FB

72 000  
NUMERÓW

[ [zjednoczenie.com](http://zjednoczenie.com) ]

*dla*

**RESERVED**



**mixx**  
07/11/2012 – awards polska

BEZPOŚREDNI  
ODZEW

[ zjednoczenie.com ]

*dla*

**RESERVED**

# We Can Do It!



ANDRZEJ  
OGONOWSKI  
SMSAPI.PL



WAR PRODUCTION CO-ORDINATING COMMITTEE

POST FEB. 15 TO FEB. 28