



SMS MARKAÐSSTJÓRN

SMS sem markaðstæki

Í þessum litla bæklingi er ætlunin að fjalla um SMS sem markaðstæki frá mörgum hliðum. Við munum fjalla um íslensku fjarskiptalögin frá árinu 2003, vitna í erlendar rannsóknir um notkun farsíma, skoða hve margir eru með GSM á Íslandi og hvað við sendum mikið af SMS-um í samanburði við nágranaþjóðir okkar. ***SMS sem markaðstæki er frábært ef það er notað með réttum hætti*** og sérstaklega athyglisvert þar sem nánast allir Íslendingar eiga GSM!

Íslendingar hafa lengi vel verið miklir eftirbátar annara þjóða þegar kemur að SMS markaðstækinu og hafa misst af mörgum tækifærum. Sérstaklega þar sem rannsóknir sýna fram á eftirfarandi.



95%
lesa SMS

Innan
90 Sek.

99% Íslendinga
eiga GSM

SMS er líklega besta og öruggusta leiðin til að koma skilaboðum til neytenda á fljótvirkan og skilvirkan hátt. Engin önnur markaðsleið tryggir jafn hátt opnunarhlutfall eins og SMS gerir. SMS er jafnframt sú markaðsleið sem þarf að fara varlegast með. Fjarskiptalögin frá árinu 2003 eru mjög skýr og banna algjörlega að SMS sé sent án þess að hafa fengið leyfi fyrir því fyrirfram. Sjá brot úr lögunum hér að neðan.

Fjarskiptalögin

• 46. gr. Óumbeðin fjarskipti. (Úr lögum frá 2003 nr. 81 26. mars)

Notkun sjálfvirkra uppkallskerfa, símbréfa eða tölvupósts, [þ.m.t. hvers konar rafrænna skilaboða (SMS og MMS)],¹⁾ fyrir beina markaðssetningu er einungis heimil þegar áskrifandi hefur veitt samþykki sitt fyrir fram.

Þrátt fyrir ákvæði 1. mgr. er heimilt að nota tölvupóstfang við sölu á vörum eða þjónustu fyrir beina markaðssetningu á eigin vörum eða þjónustu ef viðskiptavinur er gefinn kostur á að andmæla slíkri notkun tölvupóstfanga þeim að kostnaðarlausu þegar skráning á sér stað og sömuleiðis í hvert sinn sem skilaboð eru send hafi viðskiptavinurinn ekki þegar í upphafi hafnað slíkri notkun.

Óheimilt er að senda tölvupóst sem þátt í beinni markaðssetningu þar sem nafn og heimilisfang þess sem stendur að markaðssetningu kemur ekki skýrt fram.

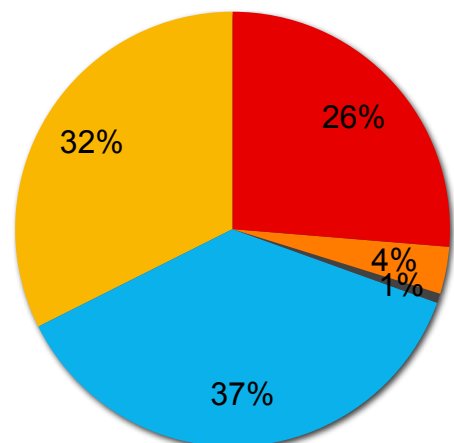
[Þeir sem nota almenna tal- og farsímaþjónustu sem lið í markaðssetningu skulu virða merkingu í símaskrá sem gefur til kynna að viðkomandi áskrifandi vilji ekki slíkar símhringingar í símanúmer sitt. Áskrifandi á rétt á að fá vitneskju um hvaðan þær upplýsingar koma sem liggja úthringingu til grundvallar.]¹⁾

Hvað eru margir með síma og hve mikið eru þeir notaðir?

Íslendingar eru heimsmeistarar í ýmsu og eitt af því er fjöldi GSM númera per höfðatölu. Það eru **415.000 farsímanúmer virk á Íslandi** í dag og er skiptingin eftir símafyrirtækjum þessi í lok árs 2014.

Þessi staðreynd segir okkur að nánast allir Íslendingar eru GSM síma. Erlendar rannsóknir sýna að neytendur skoða símana sína mjög oft á hverjum degi og má þar nefna rannsókn sem Android appið Locket gerði á 150.þús. notendum og sýndi að á hverjum degi opnaði símaeigandinn símann sinn yfir 110 sinnum á dag að meðaltali. Önnur rannsókn sem breska fyrirtækið Tecmark gerði á árinu 2014 sýndi að talan er nær 200 sinnum á dag. Í þeirri könnun kom margt athyglisvert fram:

1. Meðalnotandi opnaði símann sinn kl. 07:13 til þess að athuga tölvupóstinn sinn og/eða fara á Facebook.
2. Meðalnotandi notaði símann sinn á einhvern hátt í rúmlega þrjár klst. á dag.
3. 40% leið illa ef síminn var fjarri þeim.



- | | |
|----------------|----------|
| ● Vodafone | ● Tal |
| ● Aðrir/Others | ● Síminn |
| ● Nova | ● |

Ísland v.s. heimurinn

Ef við skoðum stöðuna á Íslandi og berum okkur saman við önnur nágranalönd okkar þá kemur í ljós að **við sendum mun minna af SMS en nágrannar okkar**. Dæmigerð íslensk frænka er líkleg til að hafa sent 52 SMS á mánuði á árinu 2014 en danskur frændi sendi á sama tíma 127 SMS skeyti eða 145% meira en íslendingurinn. Sænska mamman sendi 111 SMS.



127 SMS á mánuði



52 SMS á mánuði



111 SMS á mánuði

Sú staðreynd að við búum á lítilli eyju þar sem stutt er í allt og alla vegur eflaust eitthvað til þess að skýra þessa staðreynd. Þrátt fyrir að SMS traffík sé að minnka lítilega á heimsvísu er SMS ennþá einn langbesti kosturinn sem íslenskir markaðsstjórar geta nýtt sér.

Heimild: <http://statistik.pts.se/PTSnordic/NordicBaltic2014/Figurdata1.3.htm>

Hvernig á að framkalla viðbragð með SMS skeyti?

Það fyrsta sem allir faglegir markaðsstjórar ættu að hugsa um er markhópagreining. Með því að markhópagreina nær sendandinn að uppfylla tvö af þremur megin skilyrðum beinna markaðsfræða:

- Að senda viðeigandi skilaboð
- Tíðni skilaboðanna sé við hæfi.

Frábær leið til að meta tíðni er einfaldlega að spyrja viðskiptavinina hversu oft þeir hafa áhuga á að fá SMS og skrá þá í réttan markhóp eftir því hverju þeir svara. Þriðja skilyrðið að auki við hin tvö sem nefnd eru hér að ofan er svo „Ávinningur“. Ótal erlendar rannsóknir sýna að sé þessum þremur skilyrðum mætt stórukast líkur á söluárangri!

Hverjir geta notað SMS sem markaðstæki?

Stutta svarið er einfaldlega allir! SMS má senda á alla hagsmunaaðila fyrirtækisins en þeir eru jafnan eftirfarandi; Viðskiptavinir, starfsmenn, eigendur / hluthafar, birgjar og aðrir hagsmunaaðilar eins og t.d. blaðamenn og stjórnmálamenn. Þegar leyfi er til staðar og markhópagreiningin er klár þá er hægt að hafa mikil áhrif á kauphegðun einstaklinga með klóku og skemmtilegu smá skilaboðum. **SMS er sérstaklega áhrifarík markaðsleið þegar vara eða þjónusta er að renna út** og því ættu allir söluaðilar slíkra vara eða þjónustu að kynna sér sérstaklega vel SMS leiðina. Þetta eru aðilar eins og **flugfélög, ferðaskrifstofur, veitingahús, ráðstefnuhús, laxveiði, hestaleigur**, kappleikir hjá **íþróttafélögum, námskeiðshaldarar, tónleikahaldarar, kvikmyndahús** og fleiri og fleiri.

Dæmi um nýtingu á SMS fyrir knattspyrnuleik væri til dæmis **Knattspyrnufélagið Valur**. Það eru **20.876 manns á aldrinum 20-85 ára í pósnúmerum 103 og 105** sem liggja nálægt Hlíðarenda, heimavelli Vals. Ef við leikum okkur aðeins með tölur og gefum okkur að 10% af þeim séu aðdáendur Vals og vilji fá SMS þegar Valur er að keppa. Það væri þá rúmlega 2.000 manns sem myndu fá SMS 1 klst. fyrir leik og að meðaltali væri kostnaður við herferðina = $2.000 \times 5,9 \text{ kr.} = 11.800 \text{ kr.}$

Valur þyrfti að selja 8 miða á leikinn til þess að greiða upp kostnaðinn við útsendinguna. Þetta þýðir að 0,4% af þeim sem fengu SMS þurfa að skella sér á völinn og Valur kemur út á núlli þar sem 99.60% sitja heima. Það eru góðar líkur til þess að hlutfallið verði mun meira og þá er ekki einu sinni gert ráð tekjum fyrir pylsu og Pepsi í leikhléi! Í stuttu máli þá er snertiverð á SMS það lágt að flestir sem markhópagreina viðskiptavinagrunn sinn vel ættu að nota SMS í allar sínar markaðsherferðir í bland við aðrar markaðsleiðir.



Safna viðskiptavinum í réttan markhóp.

Það er ekki hægt að fjalla um SMS sem markaðstæki án þess að nefna stuttlega þær leiðir sem sölu- og markaðsstjórnir stendur til boða við að safna í rétta markhópa. Leiðirnar eru margar og má þar nefna skráning í kassakerfi, skráning í gegnum símtal, dreifimiðar (Flyer) í innkaupa-pokann svo dæmi séu nefnd. Besta og líklegasta ódýrasta leiðin er hinsvegar í gegnum heimasíðu viðkomandi fyrirtækis og þá koma Zenter skráningarsíðurnar að góðum notum. Margir notendur Zenter gera þetta og má þar nefna Rúmfatalagerinn sem spyr um á heimasíðu sinni hvort viðkomandi aðili vilji SMS daginn fyrir útsölur. Starfsfólk Zenter veitir alla almenna ráðgjöf um söfnum í gegnum skráningarsíður og markhópagreiningu.

The image shows a registration form for RÚMFATA LAGERINN. The header includes the logo and the text 'Skráðu þig á póstlista Rúmfatalagersins og þú gætir unnið 100.000 kr. gjafabréf.' The form fields include: Nafn, Netfang, GSM, Afmældisdagur (with dropdowns for -Dagur-, -Mánuður-, and -Ár-), and Póstnúmer. Below these are several checkboxes: 'Ég vil fá upplýsingar um allar vörur', 'Ég vil eingöngu fá upplýsingar um vörur tengdar:' (with sub-options for Svefnherbergi, Baðherbergi, Heimilisvörum, Húsgögnum, and Árstíðarbundnum vörum), and 'Ég vil fá SMS daginn fyrir útsölur'.

5 mikilvægustu atriðin sem þarf að hafa í huga varðandi SMS!

Hér að neðan er mynd sem sýnir atriðin sem sölu- og markaðsstjórnir þurfa að hafa í huga þegar SMS markaðsleiðin er notuð.

