

# Checklista SMS

Poniższa lista pomoże Ci skutecznie wdrożyć marketing SMS w Twoim e-commerce i zacząć czerpać natychmiastowe korzyści z tego kanału komunikacji.

## 1. Aktualizacja i zbieranie numerów

- ☐ Zaimportuj istniejące numery telefonów (ze starych baz i zamówień) z prawidłowym statusem.
- ☐ Dodaj pole numeru telefonu do wszystkich formularzy i checkbox ze zgodą na komunikację SMS.
- ☐ Zachęć do podania numeru oferując konkretne korzyści (rabaty, prezenty, wczesny dostęp).
- ☐ Regularnie aktualizuj swoją bazę kontaktów, by skupić się na aktywnych i zaangażowanych odbiorcach.

## 2. Zaczynij wysyłać SMS

- ☐ Aktywuj SMS i skorzystaj ze **100 darmowych wiadomości**.
- ☐ Większa wysyłka? Zakup pakiet z wystarczającą liczbą kredytów dla Twojej kampanii.
- ☐ Regularnie sprawdzaj saldo kredytów i datę ich wygaśnięcia.

## 3. Tworzenie wiadomości

- ☐ Zawsze umieszczaj nazwę firmy w treści SMS-a (wymóg prawny).
- ☐ Stosuj zasadę 3W: wartościowa (konkretna korzyść), wyrazista (jasna i bezpośrednia), wyzwalająca działanie (z wyraźnym CTA).
- ☐ Unikaj polskich znaków i korzystaj ze smart linków (Bitly, TinyURL). W SMS masz tylko 140 znaków.
- ☐ Wyraźnie podawaj kod rabatowy i personalizuj treść, gdzie to możliwe.

## 4. Precyzyjne targetowanie odbiorców

- ☐ Wysyłaj SMS-y w automatyzacjach, na podstawie aktywności klientów (np. porzucony koszyk, przeglądany produkt).
- ☐ Twórz grupy odbiorców oparte na kluczowych danych: demografia, ilość zakupów, zaangażowanie i długość relacji.
- ☐ Dostosowuj treści i oferty do potrzeb konkretnych segmentów dla lepszych wyników i zwiększonej konwersji.

## 5. Timing i rytm wysyłek

- ☐ Wysyłaj SMS-y tylko między 9:00 a 20:00, preferując czwartki (14:00), piątki (12:00-13:00) i soboty (19:00).
- ☐ Planuj wysyłki na nietypowe godziny (np. 14:12) dla wyższej zauważalności.
- ☐ Traktuj SMS jako kanał ekskluzywny — utrzymuj niższą częstotliwość niż w przypadku emaili.
- ☐ Strategicznie wzmacniaj wybrane newslettery przez SMS dla lepszych wyników.