

Spokojne Świąta:

SMS MARKETING: OD INSPIRACJI PO ASPEKTY PRAWNE



Agenda

1. Wielkie podsumowanie roku - wyniki SMS!
2. TOP 3 automatyzacje z użyciem SMS
3. Przykłady najlepiej konwertujących treści
4. Jak osiągnąć świąteczny rekord?
5. Aspekty prawne pozyskiwania zgód marketingowych
6. Q&A



Dlaczego SMS jest kluczowy?

SMS - konieczność biznesowa

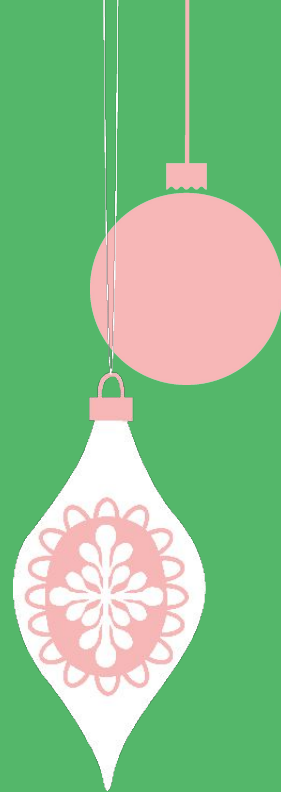
- Klient sprawdza telefon średnio **co 6 minut**.
- W okresie świątecznym: Przebij się przez „bombardowanie mailami”.
- SMS dociera natychmiast, niezależnie od Internetu.
- Idealny do komunikatów **FOMO** i pilnych promocji.

Sylwester: Efektowne, komfortowe buty na wyjątkową noc - polysk, elegancja i stabilność na parkiecie. Sprawdź nowe modele w sklepie.

SMS vs e-mail - wskaźniki natychmiastowości

Wskaźnik	SMS	E-mail
Wskaźnik Otwieralności	98% (Ponad 95%)	20–30%
Czas odczytu	W ciągu 3 minut	~90 minut
Współczynnik klikalności (CTR)	36%	19%

45% odbiorców reaguje na CTA!



Rekordowy zwrot z inwestycji (ROI)

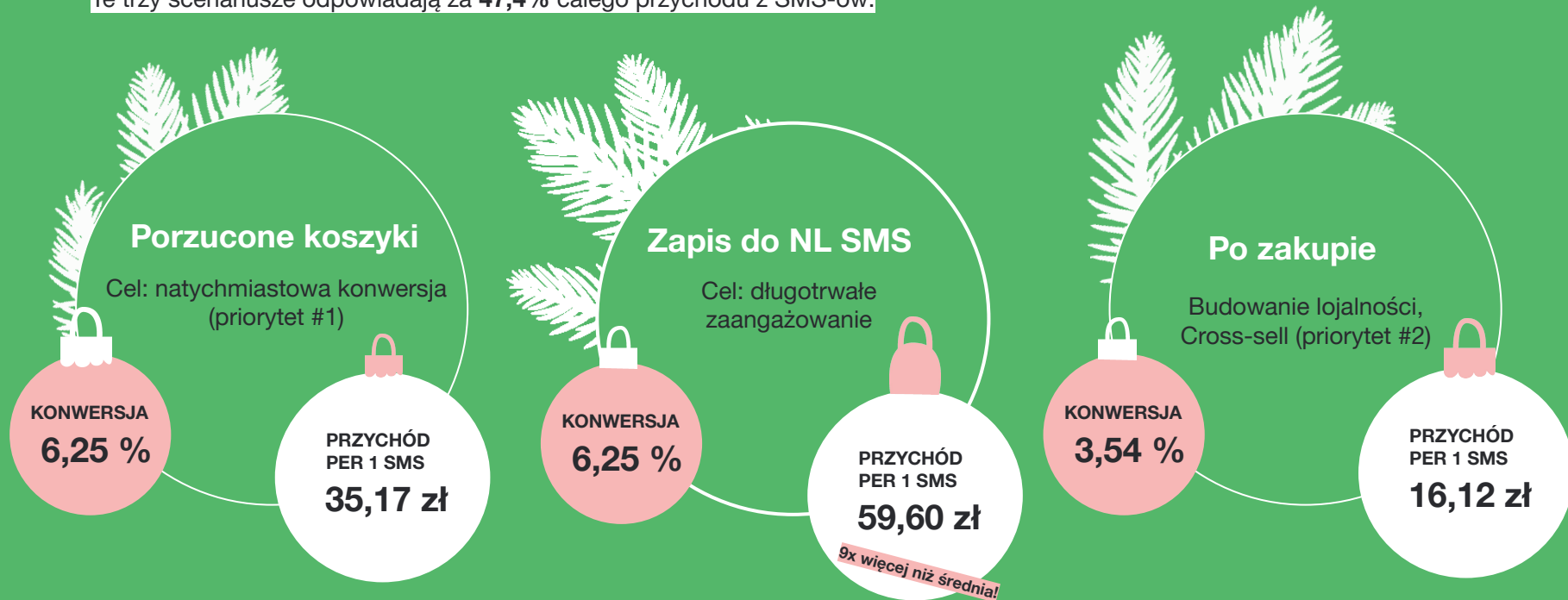
SMS to minimalny koszt, a maksymalny zysk!

- **Przychód:** 1 wysłany SMS generuje **4,18 zł** (vs. 1,05 zł dla 1 e-maila).
- Przykłady **ROI** u klientów sięgały **do 41735%**.
- Carinii: **ROI 1700%** (17 zł zysku na 1 zł inwestycji).
- **Multichannel:** Kampanie E-mail + SMS zwiększają konwersję o **38%**.

Tylko do polnocy, extra -30%
na wyprzedaz! Kod: HOT30
<https://sklep.carinii.com.pl/wyprzedaz.html>

Automatyzacje SMS (priorytety)

Te trzy scenariusze odpowiadają za **47,4%** całego przychodu z SMS-ów:



Scenariusz #1: Ratuj porzucone koszyki



SMS 6x skuteczniejszy niż średnia

- **Mechanizm:** Klient ma wysoką intencję zakupową. SMS dociera w idealnym momencie.
- **Wniosek Orteo.pl:** Ratowanie koszyków SMS działa **15000 razy lepiej** niż maile.
- **Rekomendacje:**
 - a. Wysyłka: **1-2 godziny** po porzuceniu.
 - b. Warto dodać kod rabatowy w drugiej/trzeciej wiadomości.
- **Wynik Carinii:** **706 535 PLN** dochodu w rok z tego scenariusza.



Scenariusz #1: Ratuj porzucone koszyki

|FIRST_NAME| Dokoncz zakupy z największym rabatem w historii Carinii! Kod SPECIAL50 daje -50% rabatu <https://sklep.carinii.com.pl/checkout/cart/>

Hej! Twój koszyk wciąż czeka! Przejdź do niego: <https://www.orteo.pl/koszyk> i użyj kodu: KOSZYK5. Udanych zakupów!

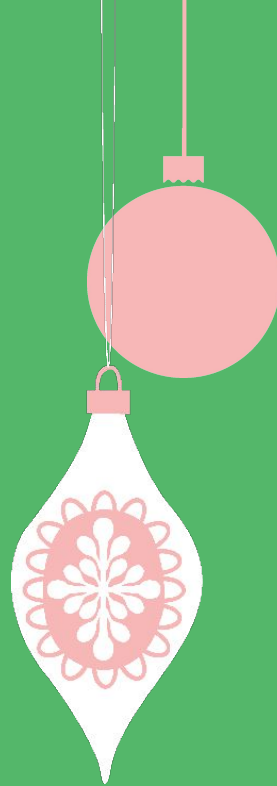
W Twoim koszyku nadal znajdują się produkty. Dokoncz zamówienie teraz i ciesz się zakupami bez przeszkód! <https://malviva.pl/pl/basket>

Scenariusz #2: Powitaj nowych subskrybentów

Dobrze, ze jesteś! Odbierz 12% na pierwsze zakupy: HELLO12

Gotowy na progres? Kod powitalny: POWER12

Witamy! Stworz cos pieknego z rabatem HELLO10



Scenariusz #3: Po zakupie

Dzięki! Kod na kolejne
części: NEXT10

Twój pupil będzie
zachwycony.
Kod: NEXT10

Trening trwa! Użyj kodu
NEXT10 przy następnych
zakupach.



Inne automatyzacje na okres świąteczny



Maksymalizacja zasięgu i zysku:

- **Alarmuj o obniżkach (FOMO):** natychmiastowość SMS pozwala klientowi zareagować błyskawicznie. **CTR 16,78%.**
- **Kampania reaktywacyjna:** skuteczne odzyskiwanie nieaktywnych klientów. **Carinii** odzyskało **593 257 PLN.**
- **SMS boost:** automatyczne wzmacnianie kampanii e-mail dwoma kliknięciami.

Działaj! Obniżka na Twój gear: PRO12

Audience 35523 contacts ⓘ
Segmented customers ⓘ
Segment name: Bez zakupu w ostatnich 30 dniach -

Black Friday VIP dobiega końca 🔥	Engaged and Unengaged Subscribers and Unknown	PLN 28,049.35	56	79,441	SMS Boost	Report	⋮
-------------------------------------	--	---------------	----	--------	-----------	--------	---

Rekomendacje dla skutecznego copy

Krótko, konkretnie i w czasie

- **Długość:** mniej niż 160 znaków. Unikaj polskich znaków, aby zwiększyć limit.
- **Zasada 3W:** wartościowa, wyrazista, wyzwalająca działanie (CTA).
- **Timing:** dni robocze, godziny 10:00–20:00. Najlepiej: **czwartki (14:00)** i **piątki (12:00–13:00)**.
- **Personalizacja:** dodanie imienia klienta **zwiększa skuteczność**.

Prezenty last minute? Mamy to! Kod: FAST10

Idealne prezenty są tu! Rabat: BEAUTY12

Stwórz klimat świąt! Odbierz zniżkę: KEVINIPIEROGI10

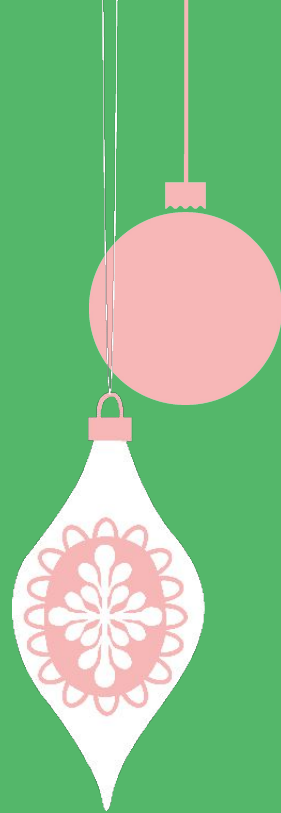


Podsumowanie: Jak osiągnąć świąteczny rekord?

- **Fundament:** bezpieczeństwo prawne i uporządkowana baza.
- **Priorytet:** wdróż **porzucone koszyki SMS** – najwyższa efektywność i szybki zwrot.
- **Strategia:** traktuj SMS jako **wzmocnienie** e-maila (*multichannel*).
- **Wynik:** szybciej docierasz z ważnymi informacjami i zwiększasz konwersję.

E-mail to pocztówka świąteczna. **SMS to kurier z prezentem** – dociera natychmiast i wymaga uwagi.

Wykorzystaj to w tym **gorącym okresie!**



Aspekty prawne pozyskiwania zgód na komunikację marketingową SMS



UNKNOWN jest jak lista gości, którzy byli kiedyś na Twojej imprezie — i naprawdę świetnie się bawili.

Po prostu wyszli za wcześniej.

Trzeba ich zaprosić z klasą, a nie megafonem.



Czym właściwie jest status *unknown*?

Status UNKNOWN ≠ przypadkowa baza, ≠ zimne numery, ≠ spam.

To najczęściej:

- osoby, które coś kupiły i podały numer przy zamówieniu,
- osoby, które zaczęły formularz, ale nie dokończyły subskrypcji,
- osoby, które miały kiedyś zgodę, ale wygasła lub została cofnięta,
- osoby, których numer był używany w kontaktach z obsługą

UNKNOWN = osoba znana sklepowi, ale bez aktywnej zgody marketingowej.

Lepsza nazwa: **Snoozed Contacts** albo **Quiet Contacts**



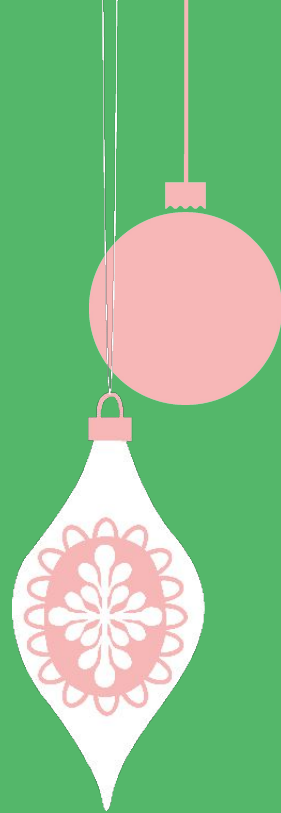
Co nie jest marketingiem? (to nas ratuje)

Prawo wyłącza spod zakazu:

- ✓ komunikaty obsługowe,
- ✓ komunikaty techniczne,
- ✓ komunikaty dotyczące realizacji praw użytkownika (RODO! — zmiana zgód, sprzeciw),
- ✓ komunikaty dotyczące ustawień konta i kanałów komunikacji.

👉 Jeśli SMS mieści się w tych kategoriach — nie jest marketingiem, więc nie podlega zakazowi.

To otwiera drogę do defensywnych, bezpiecznych treści.



Co chcemy osiągnąć biznesowo?

- Reaktywować *realnych* klientów sklepu, nie przypadkowe numery
- Umożliwić im wybór kanału komunikacji
- Zwiększyć liczbę świadomie dodanych zgód
- Nie naruszyć PKE

Punkt równowagi: zgodność + konwersja.



Czego absolutnie NIE robić (praktyczne przykłady)

„Zapisz się, aby otrzymać promocje!”

„Nie przegap okazji — kliknij!”

„Dołącz do SMS i zgarnij rabat!”

„Mamy dla Ciebie świetne oferty...”

Każdy z tych przykładów = marketing bez zgody.

Zero dyskusji: **zakazane.**



Co można robić? (praktyka zgodna z PKE)

Można wysyłać neutralne, jednorazowe komunikaty, których celem jest:

- uporządkowanie ustawień komunikacji,
- umożliwienie użytkownikowi kontroli nad kanałami,
- danie mu łatwego narzędzia do zmiany zgody lub sprzeciwu,
- poinformowanie o panelu preferencji.

To nie jest marketing.

To jest obsługa, zgodnie z orzecznictwem i RODO.





UNKNOWN w regulaminie: jasna definicja, bezpieczne podstawy

Dlaczego warto definiować UNKNOWN w regulaminie?

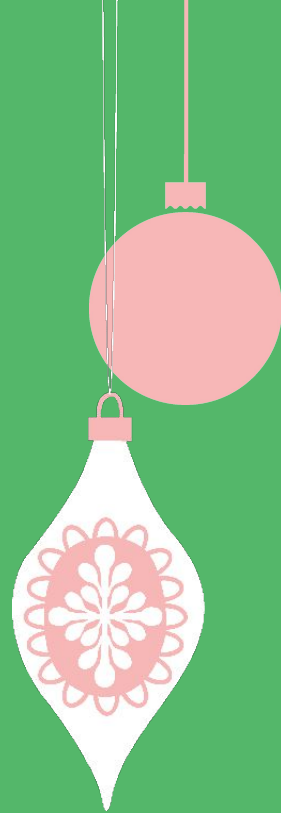
- UNKNOWN to kontakt pozyskany w ramach świadczenia usługi (np. zamówienie, konto, obsługa klienta).
- Jest to użytkownik, który pozostawił numer telefonu dobrowolnie, ale nie udzielił aktywnej zgody marketingowej.
- Regulamin może jasno opisać, że takie dane służą:
 - realizacji umowy,
 - komunikacji obsługowej,
- udostępnianiu panelu preferencji.

Co możemy wpisać do regulaminu?

- Definicję UNKNOWN jako kontaktu pochodzącego z relacji z użytkownikiem (bez zgody marketingowej).
- Informację, że użytkownik może otrzymać komunikat dotyczący ustawień komunikacji (soft komunikacja, nie marketing).
- Wskazanie, że użytkownik ma prawo łatwo cofnąć lub zmienić preferencje, w tym wyłączyć SMS.

Cel:

transparentność + mniejsze ryzyko prawne + przewidywalność procesu dla użytkownika



Rekomendacja końcowa — model zgodny, bezpieczny i skalowalny



1. UNKNOWN ≠ zimna baza.

To użytkownicy w realnej relacji ze sklepem.

Warto w regulaminie zdefiniować UNKNOWN i wskazać, że sklep może kontaktować użytkownika w sprawach obsługowych i dotyczących ustawień komunikacji (soft zgoda z prawem sprzeciwu).

2. Neutralny komunikat „ustaw preferencje” — chyba że regulamin przewiduje soft zgodę.

Co do zasady wysyłamy jednorazowy, neutralny SMS.

Jeśli regulamin jasno opisuje soft zgodę → komunikacja może odbywać się w tym zakresie.

Rekomendacja końcowa – model zgodny, bezpieczny i skalowalny



3. Zero marketingu przed zgodą.

Brak promocji, benefitów, okazji i języka sprzedażowego.
Marketing dopiero po wyraźnej zgodzie.

4. Notification Center zamiast landing page.

Jedno miejsce, w którym użytkownik:

- rozróżnia powiadomienia obsługowe i marketingowe,
- świadomie wyraża zgodę na SMS marketing,
- łatwo wycofuje zgodę lub zmienia preferencje.

To Notification Center zapewnia legalność całego procesu.

Rekomendacja końcowa — model zgodny, bezpieczny i skalowalny

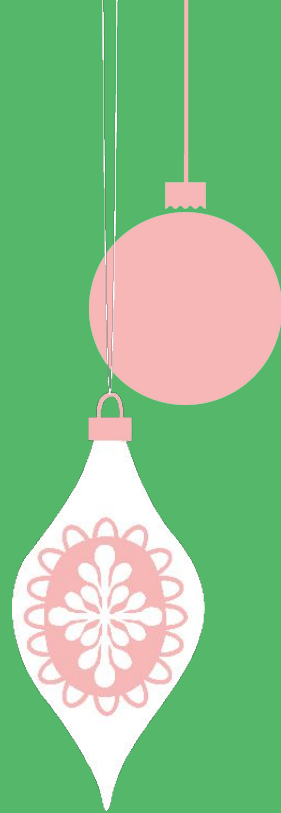
5. Po zapisie:

Automatyczny SMS potwierdzający + link do wypisu.

6. Rola edrone:

Budować rozwiązanie, które jest:

- zgodne z PKE i RODO,
- przejrzyste i zrozumiałe dla użytkownika,
- skalowalne dla klientów,
- wysokokonwersyjne dzięki oparciu o realną relację z UNKNOWN



Specjalne pakiety

Pakiety premium SMS

Gwarancja
ceny

Pakiety Premium z gwarancją ceny do 50 000 SMS / miesiąc

Element oferty	Umowa roczna	Umowa 6-miesięczna
Cena standardowa	0,15 zł / SMS	0,15 zł / SMS
Cena w planie	0,10 zł / SMS	0,11 zł / SMS
Minimalny pakiet	5000 SMS	5000 SMS
Oszczędność	do 30%	ok. 25%
Cena standardowa	Cena standardowa	Cena standardowa
Przykład: koszt 10 000 SMS / miesiąc	1000 zł zamiast 1500 zł	1100 zł zamiast 1500 zł
Roczna oszczędność (przy 10k SMS/mc)	ok. 6000 zł	ok. 4800 zł
Bonus SMS	+10% do pierwszego pakietu	—
Roll-over (przenoszenie niewy- korzystanych SMS)	✓ TAK	✓ TAK
Gwarancja ceny	12 miesięcy	6 miesięcy
Premium Support	✓ TAK – dedykowana osoba, priorytet	standard

Q&A