

بازاریابی پیامکی

و تاثیر آن بر رونق کسب و کارها

همه چیز درباره امکانات، ویژگی ها و کاربردهای سامانه پیامک

رسانه پرداز - ۱۴۰۰



فهرست

- تاثیر اطلاع رسانی و تبلیغات انبوه پیامکی بر رشد کسب و کار ۴
- سامانه پیامک یا پنل اس ام اس چیست؟ ۵
- ویژگی های سامانه پیامک رسانه پرداز ۸
- امکانات سامانه پیامک رسانه پرداز ۱۰
- چگونه به شماره های مسدود و بلک لیست پیامک تبلیغاتی بفرستیم؟ ۱۵
- خط خدماتی چیست؟ ۱۶
- چگونه بدون سفته خط خدماتی بگیریم؟ ۱۷
- تفاوت، مزایا و معایب خطوط ۱۰۰۰، ۲۰۰۰، ۳۰۰۰، ۵۰۰۰ و..... ۲۱
- تفاوت خط اشتراکی پیامکی و خط اختصاصی پیامکی چیست؟ ۳۳
- حتما باید خط اختصاصی ثبت کنم؟ ۳۵
- تبلیغات پیامکی چیست؟ ۳۶
- اهمیت بازاریابی پیامکی برای کسب و کارها ۳۸
- نکات مهم برای نوشتن متن پیامک تبلیغاتی ۴۳



- ۴۵ چگونه می توانید با پیامک کسب و کار کوچک خود را رونق دهید؟
- ۴۷ نحوه اجرای بهترین کمپین پیامک تبلیغاتی
- ۵۶ چگونه یک اس ام اس تبلیغاتی ساده را به ابزار قوی برند سازی تبدیل کنیم؟
- ۵۷ ۵ سوالی که پیش از ارسال پیامک تبلیغاتی به مشتریانتان باید از خود بپرسید؟
- ۱۲ ترفند برای داشتن تبلیغات موفق ۶۱
- ۷۱ خرید پنل پیامکی چگونه به گسترش کسب و کار شما کمک می کند؟
- ۷۷ آیا می توان نرم افزار حسابداری و یا CRM را به سامانه پیامک متصل کرد؟
- کارت ویزیت الکترونیکی چیست؟ ۷۸
- ۸۲ راهکارهایی برای بهبود خدمات به مشتریان از طریق سامانه پیام کوتاه
- ۸۶ تلفن ثابت ابری؛ راهکاری برای ساماندهی دفتر کار مجازی
- نمونه کد وب سرویس (api) و افزونه ها ۸۷



— تاثیر اطلاع رسانی و تبلیغات انبوه پیامکی بر رشد کسب و کار —

امروزه پیامک یکی از ابزارهای مهم بازاریابی و ارتباط با مشتری است. با توجه به وجود بیش از ۱۳۱ میلیون خط تلفن همراه، تقریباً می توان گفت اکثر قریب به اتفاق مردم از تلفن همراه استفاده می کنند. به همین دلیل اطلاع رسانی و تبلیغات پیامکی برای بسیاری از کسب و کارها از اهمیت ویژه ای برخوردار است و می توانند پیام و تبلیغات خود را به صورت انبوه، به راحتی و به سرعت و بدون وابستگی به سایر ابزارهای ارتباطی به مخاطبان مورد نظر خود برسانند و در کمترین زمان بازخورد مناسبی از پیام ها تبلیغات خود بگیرند و مشتریان جدیدی را جذب کرده و کسب و کار خود را رشد دهند. علاوه بر این حفظ ارتباط با مشتری، ارسال پیام های تبریک مناسبتی، برگزاری مسابقه، نظرسنجی و قرعه کشی پیامکی، کارت ویزیت الکترونیکی، ارسال کد هدیه، ارسال رمز یک بار مصرف، ارسال کد فعال سازی و اعتبار سنجی، پیام تایید پرداخت، پیامک نوبت دهی و... به وسیله پیامک انجام می شود.



سامانه پیامک یا پنل اس ام اس چیست؟

سامانه پیام کوتاه، یک نرم افزار اینترنتی تحت وب است که امکانات مختلف ارسال و دریافت پیامک را در اختیار شما قرار می دهد. شما با استفاده از این پنل می توانید با خط یا خطوط مختلف به صورت تکی یا انبوه پیامک ارسال کنید، کمپین های تبلیغاتی خود را شکل دهید، مسابقه و نظرسنجی و... برگزار کنید.

پنل اس ام اس به شما کمک می کند تا بتوانید با سرعت بالا پیامک انبوه ارسال کنید. ارسال پیامک به بانک مشاغل، ارسال پیامک براساس نقشه گوگل، ارسال پیامک بر اساس کدپستی، ارسال پیامک سن و جنسیت، ارسال پیامک bts، ارسال پیامک به دفترچه تلفن، ارسال پیامک از طریق فایل اکسل و... جزو امکانات سامانه پیامک می باشد.

اگر بخواهید در تعداد بالا مثلا برای تمام دختران زیر ۲۵ در تهران که احتمالا قصد خرید جهیزیه دارند پیامک تبلیغاتی ارسال کنید، قطعاً نمی توانید یک گوشی موبایل دستتان بگیرید و پیامک بفرستید چون شماره موبایل افراد را ندارید و اگر روزانه با موبایلتان بیشتر از ۱۰۰۰ پیامک ارسال کنید سیم کارت شما مسدود می شود بنابراین اگر بخواهید





به ۱۰۰ هزار نفر پیامک ارسال کنید حدوداً ۳ ماه طول می‌کشد تا کل شماره‌ها پیامک ارسال کنید. اما ارسال این حجم پیامک با چند کلیک در سامانه پیامک و به سرعت و ظرف چند دقیقه امکان پذیر می‌باشد.

کاربردهای پنل پیامک فقط به قابلیت‌های ارسال پیامک تبلیغاتی برای جذب مخاطب محدود نمی‌شود، با پنل پیامکی می‌توانید از مشتری نگهداری کنید تا همیشه مشتری شما باقی بماند و نسبت به شعارهای تبلیغاتی رقیب شما بی‌تفاوت باشد.

می‌توانید از قابلیت ارسال خودکار پیامک تبریک تولد در سامانه پیامکی استفاده کنید و تاریخ تولد مشتریان را وارد سامانه پیام کوتاه کنید تا پنل اس ام اس به صورت اتوماتیک متن تبریک تولد مشتریان شما را ارسال کند.

در سایت‌ها و اپلیکیشن‌ها استفاده از پنل اس ام اس برای ارسال کد اعتبارسنجی پیامکی متداول‌تر است، همین پیامک‌هایی که به عنوان ارسال پیامک کد فعال سازی به گوشی شما ارسال می‌شود و شما می‌بایست در اپلیکیشن یا وبسایت وارد نمایید



به ارسال پیامک از طریق وب سرویس معروف است و از طریق پتل پیامک به صورت اتوماتیک ارسال می شود.

همچنین می توانید از سامانه پیامک به عنوان ابزاری برای قرعه کشی پیامکی، صندوق پیشنهادات و انتقادات و نظرسنجی پیامکی استفاده نمایید.





ویژگی های سامانه پیامک رسانه پرداز

- ۱- ارسال پیامک تکی
- ۲- ارسال پیامک انبوه
- ۳- ارسال پیامک زمان بندی شده
- ۴- ارسال پیام صوتی (تماس صوتی)
- ۵- ارسال به لیست سیاه (بلک لیست)
- ۶- ارسال رمز یک بار مصرف
- ۷- ارسال کد فعال سازی و اعتبار سنجی
- ۸- ارسال هوشمند کلمات کلیدی
- ۹- ارسال پیامک به خارج از ایران
- ۱۰- ارسال پیامک حاوی لینک
- ۱۱- ارسال بر اساس محله، منطقه و شهر
- ۱۲- ارسال بر اساس مشاغل
- ۱۳- ارسال بر اساس سن و جنسیت





- ۱۴- ارسال بر اساس نقشه
- ۱۵- ارسال به کد پستی (همراه اول و ایرانسل)
- ۱۶- ارسال با تفکیک پیش شماره
- ۱۷- ارسال بر اساس دکل BTS
- ۱۸- ارسال پیامک از فایل متنی و اکسل
- ۱۹- ارسال پیامک با سیمکارت
- ۲۰- خطوط رند ۶ و ۸ رقمی ارسال انبوه
- ۲۱- خط رند خدماتی بدون نیاز به سفته
- ۲۲- تلفن ثابت ابری تهران و سایر استان ها
- ۲۳- سیستم سانترال داخلی ابری
- ۲۴- پشتیبانی از خطوط ۱۰۰۰، ۲۰۰۰، ۳۰۰۰، ۵۰۰۰، ۰۲۱ و ۰۲۶۱



امکانات سامانه پیامک، رسانه پرداز

کدخوان و گارانتی چک

دایورت پیامک

ارسال کد هدیه

قرعه کشی پیامکی

نوبت دهی پیامکی

منشی هوشمند

مسابقه پیامکی

نظرسنجی پیامکی

ارسال نظیر به نظیر

کارت ویزیت الکترونیکی

تبریک تولد به مخاطبین دفترچه

ارسال هوشمند کلمات کلیدی

ارسال اتوماتیک اخطاریه





یادآوری زماندار (پرداخت اقساط و...)
پاسخ خودکار به پیامک دریافتی
سیستم ایمیل
صندوق انتقادات و پیشنهادات
دفترچه تلفن پیشرفته
ارسال پیامک به دفترچه تلفن
عضویت خودکار در دفترچه تلفن
ایجاد همکار
شارژ آنلاین سامانه
راهنمای آنلاین سامانه
پشتیبانی
استفاده از پنل در گوشی موبایل
تراکنش های مالی (ریز جزئیات هزینه ها)



دریافت پیامک
گزارش دقیق ارسال پیامک
بازگشت هزینه پیامک های ناموفق
ارسال ایمیل
خط اختصاصی هدیه
خط رند عمومی اپراتور ۱۰۰۰
خط رند عمومی اپراتور ۲۰۰۰
خط رند عمومی اپراتور ۳۰۰۰
خط رند عمومی اپراتور ۵۰۰۰
خرید آنلاین خط خدماتی اختصاصی
خرید آنلاین خط اختصاصی مورد نظر
خرید آنلاین خط اختصاصی متناظر باسیمکارت
خط هدیه متناظر تلفن ثابت (۰۲۱)



دسترسی کامل به وب سرویس

REST API

نمونه کد Github

سازگاری کامل با وردپرس

سازگاری کامل با پرستاشاپ

سازگاری کامل با اپن کارت

انتقال پیامک دریافتی به url

افزونه ارسال پیامک و تایید شماره whmcs با قابلیت ارسال پترن

افزونه Digits با قابلیت ارسال پترن

افزونه Gravity با قابلیت ارسال پترن

افزونه ارسال پیامک ووکامرس فارسی با قابلیت ارسال پترن

افزونه drupal با قابلیت ارسال پترن

افزونه OpenCart با قابلیت ارسال پترن



ماژول ارسال پیامک وردپرس فارسی
افزونه Bookly با قابلیت ارسال پترن
افزونه ارسال پیامک پرستاشاپ با قابلیت ارسال پترن
افزونه ارسال پیامک فریر فارسی نسخه ۷۲
ماژول ارسال پیامک خبرنامه جوملا
ماژول ارسال پیامک ثبت نام جوملا
...و



— چگونه به شماره های مسدود و بلک لیست پیامک تبلیغاتی بفرستیم؟ —

برای ارسال پیامک تبلیغاتی به شماره های بلک لیست خطوط سیم کارت در نظر گرفته شده است که در سامانه پیامکی به دو روش ارسال مستقیم با سیمکارت و ارسال به شماره های مسدود از طریق سیمکارت امکان پذیر است.

با توجه به اینکه هزینه ارسال پیامک با خطوط تبلیغاتی نسبت به ارسال سیم کارت کمتر و سرعت ارسال بیشتر است، توصیه می شود ابتدا پیامک های تبلیغاتی خود را با خطوط تبلیغاتی یا خط اختصاصی ارسال کنید در این حالت افرادی که پیامک تبلیغاتی آنها مسدود نشده پیامک شما را دریافت می کنند و هزینه پیامک های نرسیده و بلک لیست عودت داده می شود. در این مرحله می توانید با مراجعه به بخش گزارشات ارسال از قسمت مشاهده، فیلتر نمایش را بر روی بلک لیست قرار داده و با انتخاب دکمه ارسال دوباره از طریق سیم کارت، پیامک های باقیمانده از طریق سیم کارت به شماره های مسدود ارسال می شود.

برای مشاهده تمامی تعرفه های ارسال پیامک می توانید از منوی بالای پنل بخش پروفایل را کلیک کرده لیست قیمت را مشاهده نمایید. تعرفه سیم کارت با اصطلاح GSM مشخص شده است.



خط خدماتی چیست؟

شماره خدماتی به سرشماره های پیامکی گفته می شود که قابلیت عبور از بلک لیست را دارد و از این خطوط می توانید برای ارسال پیامک های اطلاع رسانی استفاده کنید. هنگام استفاده از خطوط خدماتی در صورتی که حتی مخاطب پیامک تبلیغاتی خود را مسدود کرده باشد، باز هم پیامک شما را دریافت می کند. ارسال پیامک تبلیغاتی با خطوط خدماتی مجاز نبوده و برای ارسال پیامک تبلیغاتی به شماره های مسدود و بلک لیست می بایست از «ارسال از طریق خط سیمکارت» سامانه پیامک استفاده نمایید.



چگونه بدون سفته خط خدماتی بگیریم؟

خطوط ارسال و دریافت پیامک به دو دسته خط تبلیغاتی و خط خدماتی تقسیم بندی می شوند. هنگام خرید خط، خطی که برای شما ثبت می شود خط تبلیغاتی است و با آن امکان ارسال پیام های تبلیغاتی و اطلاع رسانی را دارید و پیامک های شما را کسانی دریافت خواهند کرد که تبلیغات خود را مسدود نکرده باشند. در صورتی که شما سایت یا اپلیکیشنی دارید که نیاز به ارسال کد تایید، اعتبار سنجی یا فعال سازی دارد، یا می خواهید که به کاربران و مشتریان خود پیامک های اطلاع رسانی ارسال کنید برای عبور از بلک لیست مخابراتی باید خط خدماتی داشته باشد. ویژگی خط خدماتی عبور از بلک لیست و ارسال پیامک به کاربرانی است که پیام های تبلیغاتی را مسدود کرده اند.

به طور معمول دریافت خط خدماتی برای شرکت های حقوقی و با امضای تعهدنامه و پرداخت چک یا سفته ۱۰ میلیون تومانی امکان پذیر است و صدور آن یک ماه زمان می برد که انجام این پروسه برای بسیاری دشوار است. به همین خاطر ما در سامانه پیامکی این امکان را فراهم آورده ایم که بدون نیاز به ثبت شرکت، امضای تعهد نامه و



چک و سفته، بلافاصله خط خدماتی جهت استفاده قرار گیرد.

این خط قبلاً مراحل مربوط به خدماتی شدن را طی کرده و توسط شرکت در اختیار شما بدون نیاز به ثبت شرکت یا پرداخت چک و سفته قرار می‌گیرد. این خط اشتراکی بوده و فقط امکان ارسال پیامک را دارد و شما امکان دریافت پیامک از این خط را ندارید. استفاده از خط خدماتی عمومی در ارسال کد تایید و اعتبار سنجی نیاز به تایید پیامک از سمت واحد مانیتورینگ ندارد و به همین دلیل پیامک شما در کمتر از ۵ ثانیه ارسال می‌شود.

شرایط استفاده از خط خدماتی چیست؟

شرایط کلی استفاده از خطوط خدماتی، عدم ارسال پیامک انبوه تبلیغاتی (ارسال پیامک به بانک شماره) است و فقط ارسال پیامک اطلاع رسانی به افرادی که شما را می‌شناسند امکان پذیر است.

شما می‌توانید برای کاربردهای مختلف از قبیل ارسال کد فعال سازی، یادآوری



تمدید قرارداد بیمه، ارسال کد رهگیری مرسولات پستی، اطلاع رسانی در مورد لغو کلاس، یادآوری بدهی افراد و تبریک روز تولد و... از خطوط خدماتی ما استفاده کنید.

شماره خط خدماتی ثابت است یا تغییر می‌کند؟

شماره خدماتی برای ارسال پیامک‌ها ثابت است و پس از خرید سامانه پیامک دو خط اشتراکی خدماتی اپراتور ۱۰۰۰ و اپراتور ۵۰۰۰ با شماره رند و کوتاه در اختیار شما قرار می‌گیرد.

از آنجا که سیستم مانیتورینگ هوشمند روی این خطوط فعال است، به هیچ عنوان امکان ارسال پیامک تبلیغاتی مقدور نیست تا برای کاربرانی که از این خطوط خدماتی استفاده می‌کنند مشکلی بوجود نیاید، با این حال ما چندین شماره خدماتی جایگزین در نظر گرفته‌ایم تا اگر هر کدام از خطوط خدماتی دچار مشکلی شود فوراً شماره خدماتی جایگزین به پنل پیامک کاربران به صورت خودکار اضافه شود.



چگونه خط خدماتی اختصاصی بگیریم؟

برای دریافت خطوط خدماتی اختصاصی می‌بایست فرم خدماتی اپراتور در سربرگ شرکت به صورت تایپ شده تکمیل شود و تعهدنامه همراه با سفته را برای ما ارسال نمایید تا تحویل اپراتور داده شود و خط تبلیغاتی شما به خط خدماتی تبدیل شود. پروسه خدماتی شدن خط حدود یک ماه زمان بر است و دریافت خط خدماتی اختصاصی نیز مانند خطوط خدماتی اشتراکی رایگان است. برای اینکار وارد پنل پیامکی شوید از بخش پشتیبانی < ماژول خدماتی > می‌توانید نسبت به درخواست شماره خدماتی اقدام نمایید.



— تفاوت، مزایا و معایب خطوط ۱۰۰۰، ۲۰۰۰، ۳۰۰۰، ۵۰۰۰ و... —

همانطور که می دانید اپراتورهای مختلفی وجود دارند که خطوط ارسال پیامک با پیش شماره هایی مثل ۱۰۰۰، ۲۰۰۰، ۳۰۰۰، ۰۲۱، ۵۰۰۰۱، ۵۰۰۰۴، ۵۰۰۰۹ و ... ارائه می دهند. تمام خطوط پیامکی از نظر کارکرد، یکسان هستند و تنها در بعضی از جزئیات باهم فرق دارند. با توجه به اینکه این پیش شماره ها از طرف مخابرات به اپراتورهای مختلفی اختصاص داده شدند؛ تفاوت این خطوط در اپراتور ارائه کننده و سیاست های اپراتورهاست.

ویژگی های مشترک خطوط اختصاصی

- از نظر کارکرد کاملاً یکسان هستند.

- در این خطوط قابلیت ارسال به لیست سیاه مخابرات وجود ندارد.

- هزینه پیامک های ارسال نشده به بلک لیست به طور اتوماتیک بازمی گردد.

- امکان دریافت گزارش دقیق از پیامک های ارسالی وجود دارد.

تفاوت کلی خطوط اختصاصی با یکدیگر

- تفاوت در پیش شماره



- تفاوت در تعداد ارقام قابل ارائه از طرف اپراتور

- تفاوت در قیمت خطوط

- تفاوت در سرعت ارسال پیامک

- تفاوت در وضعیت گزارش دهی از پیامک های ارسالی

- تفاوت در برگشت هزینه ی پیامک های ارسال نشده

- تفاوت در ارائه برخی خدمات اپراتور ها

خط ثابت ۰۲۱ و ۰۲۶

خط ثابت یا پیش شماره ۰۲۱ و ۰۲۶ برای ساکنان تهران و کرج یک خط با شماره ثابت شرکت خودتان اختصاص می دهد. به این ترتیب صاحبان کسب و کار می توانند شماره ای همانند تلفن محل کار خود را خریداری کنند و شماره پیامکشان با شماره محل کارشان یکی می شود.
مزایا:



- شباهت خطوط به شماره ثابت فرستنده
 - قابلیت دریافت گزارش دقیق پس از به روزنمایی گزارش تحویل
 - ارسال و دریافت پیامک روی خط ثابت
 - کیفیت بالای ارسال
 - سرعت بالا در ارسال
 - ریزش بسیار کم
- معایب:
- عدم ارائه پیش شماره های سایر استان های کشور
 - هزینه پیامک بالا

خط ۱۰۰۰

پیش شماره ۱۰۰۰، از خطوط قدیمی است که مدت زیادی است که استفاده می‌شود و در طی سال‌ها امتحان خود را پس داده است. سرعت ارسال آن بالاست و مراکز و



سازمان‌های دولتی و خصوصی زیادی از این خط استفاده می‌کنند.

مزایا:

- سرعت بسیار بالا در ارسال
- قابلیت انتخاب خط دلخواه با پیش‌شماره ۱۰۰۰
- تعرفه مناسب پیامک
- سرعت بالا در ارسال
- قابلیت دریافت گزارش دقیق
- عدم نیاز به تمدید سالیانه
- هزینه به نسبت پایین برای ثبت خطوط با ارقام کم
- سفارش خط به طور کاملاً سیستماتیک

معایب:

- ضریب ۱/۵ برابر ارسال برای خطوط ایرانسل و تالیا نسبت به همراه اول
- تفاوت قیمت در واگذاری خطوط اختصاصی رند و غیر رند



- رنج وسیع لیست سیاه مخابراتی

خط ۲۰۰۰

پیش‌شماره ۲۰۰۰ خطی است که کامل‌ترین بازگشت هزینه را دارد و علاوه بر بازگشت هزینه لیست سیاه مخابراتی، هزینه پیامک‌هایی که به هر دلیلی (مثلاً خاموش بودن، در دسترس نبودن کاربر و ...) به مخاطبان نرسیده را هم باز می‌گرداند. برای دریافت این امکان باید از ۴۸ ساعت پس از ارسال پیامک، عمل گزارش‌گیری را انجام بدهید تا هزینه تمام پیامک‌های نرسیده به حساب شما برگردد.

مزایا:

- سرعت بالا در ارسال
- کیفیت ارسال بالا
- کامل‌ترین هزینه بازگشت پیامک با گزارش‌گیری بعد از ۴۸ ساعت
- قابلیت دریافت گزارش دقیق از پیامک‌های ارسال شده



- عدم ارائه ضریب برای خطوط ایرانسل
 - امکان انتخاب تمام ارقام شماره توسط کاربر
- معایب:
- قیمت بالای خطوط اختصاصی
 - هزینه تمدید سالیانه
 - تاخیر در برخی اوقات به دلیل صف طولانی ارسال
 - نیاز به استعلام قیمت خط قبل از خرید

خط ۳۰۰۰

خط ۳۰۰۰ جزو خطوط قدیمی است که امتحان خود را طی سال‌ها پس داده است و هم اکنون، سازمان‌های دولتی و خصوصی زیادی از این خط استفاده می‌کنند.

مزایا:

- سرعت بسیار بالا



- قیمت مناسب خطوط ۱۴، ۱۲ و ۱۰ رقمی
 - بازگشت هزینه پیامک‌های ارسال نشده به صورت خودکار
 - گزارش دهی (دلیوری) دقیق تمامی پیامک‌های ارسالی
 - تفاوت در واگذاری شماره‌های رند و غیر رند وجود ندارد
- معایب:
- عدم توانایی انتخاب ۴ رقم اول بعد از ۳۰۰۰ به دلخواه
 - قیمت بالا و محدود بودن خطوط ۸ رقمی
 - وجود شماره‌های رند کم در خطوط ۱۴ رقمی

خط ۵۰۰۰۱

خط ۵۰۰۰۱ هم یکی دیگر از خطوطی است که طرفداران بسیار زیادی دارد. سرعت ارسال پیامک در این خط بالاست و تعرفه تقریباً مناسبی هم دارد.

مزایا:



- سرعت ارسال بالا
 - تعرفه مناسب پیامک
 - قابلیت گزارش‌گیری دقیق
 - بازگشت هزینه پیامک‌های نرسیده به مخابرات
 - تعرفه پایین ثبت خطوط اختصاصی
 - خرید خطوط اختصاصی با انتخاب ارقام
- معایب:
- دقت کمتر در ارسال و ریزش بیشتر
 - عدم بازگشت هزینه پیامک‌های تحویل نشده
 - بانک ضعیف، تفکیک سن و جنسیت همراه اول و عدم ارسال باکیفیت به این بانک
 - عدم گزارش دهی (دلیوری) همراه اول



خط ۵۰۰۰۲ و ۵۰۰۰۵

این دو خط هم جزو از خطوطی است که طرفداران زیادی دارد. سرعت ارسال پیامک در این خط مناسب و تعرفه تقریباً مناسبی هم دارد.

مزایا:

- سرعت ارسال مناسب
- تعرفه ارسال پایین
- امکان انتخاب خطوط اختصاصی به صورت سفارشی
- تعرفه پایین خطوط اختصاصی
- عدم دریافت هزینه تمدید سالیانه

معایب:

- عدم بازگشت هزینه پیامک های تحویل نشده
- بانک ضعیف، تفکیک سن و جنسیت همراه اول و عدم ارسال باکیفیت به این بانک
- عدم گزارش دهی (دلیوری) همراه اول



خط ۵۰۰۰۴

چیزی که اپراتور ۵۰۰۰۴ را نسبت به بقیه خطوط متفاوت و خاص تر می‌کند؛ علاوه بر تعرفه پیامک ارزان، امکان ارسال لینک از طریق پیامک است.

مزایا:

- سرعت ارسال بالا
- تعرفه ارسال پایین
- قیمت مناسب برای خطوط اختصاصی
- کیفیت ارسال از نظر تحویل به گیرنده
- قابلیت خدماتی‌سازی خط
- قابلیت ارسال لینک

معایب:

- عدم بازگشت هزینه پیامک های تحویل نشده
- بانک ضعیف، تفکیک سن و جنسیت همراه اول و عدم ارسال باکیفیت به این بانک



- عدم گزارش دهی (دلیوری) همراه اول

خط ۵۰۰۰۹

این خط و خط ۵۰۰۰۱ توسط یک اپراتور ارائه شده است، بنابراین ویژگی‌هایشان تا حدود زیادی شبیه به هم است.

مزایا:

- تعرفه پیامک فوق العاده پایین
 - خرید خطوط تنها به صورت سفارشی و انتخاب ارقام
 - تعرفه پایین ثبت خطوط اختصاصی
 - سرعت ارسال بالا
 - قابلیت دریافت گزارش دقیق
 - بازگشت هزینه پیامک‌های نرسیده به مخابرات
- معایب:



- عدم بازگشت هزینه پیامک های تحویل نشده
 - بانک ضعیف، تفکیک سن و جنسیت همراه اول و عدم ارسال باکیفیت به این بانک
 - عدم گزارش دهی (دلیوری) همراه اول
- کدام خط برای شما مناسب است؟
- برای اینکه کاملاً متوجه شوید که کدام اپراتور برایتان مناسب تر است باید مزایا و معایب همه آنها را در کنار اولویت های کسب و کارتان بگذارید. اگر هزینه برایتان مهم تر است، اپراتورهای ۵۰۰۰ پایین ترین تعرفه را دارند. اگر سرعت ارسال پیامک ها برایتان مهم است اپراتور ۱۰۰۰ یا ۳۰۰۰ را انتخاب کنید.



— تفاوت خط اشتراکی پیامکی و خط اختصاصی پیامکی چیست؟ —

تفاوت خطوط اختصاصی و خطوط اشتراکی پیامکی قابلیت دریافت پیامک در خطوط اختصاصی می باشد. به عبارت دیگر در خطوط اشتراکی فقط امکان ارسال پیامک وجود دارد اما در خطوط اختصاصی علاوه بر امکان ارسال پیامک، امکان دریافت پیامک نیز وجود دارد.

خطوط اشتراکی برای ارسال پیامک های تبلیغاتی و اطلاع رسانی که نیازی به دریافت پاسخ مخاطب ندارد مناسب است اما اگر می خواهید هنگام ارسال پیامک های تبلیغاتی و اطلاع رسانی پاسخی از مخاطب دریافت کنید لازم است که از خط اختصاصی خود استفاده کنید.

می توانید از مخاطب خود درخواست کنید که متن و یا عدد مشخصی را به خط اختصاصی شما پیامک کند. دریافت پیامک توسط خطوط اختصاصی این امکان را برای شما فراهم می کند تا نظر سنجی و مسابقه پیامکی برگزار کنید. همچنین با استفاده از یک خط اختصاصی در سامانه پیامک می توانید از قابلیت هایی مانند نوبت دهی پیامکی، منشی عضویت، پاسخگوی خودکار پیامکی و... استفاده کنید.





علاوه بر این خط اختصاصی این امکان را برای شما فراهم می کند که در تبلیغات و بازاریابی از شماره اختصاصی خود استفاده نمایید.

با استفاده از یک خط اختصاصی می توانید با مخاطب خود ارتباط دو طرفه برقرار کنید. پیشنهادات، نظرات و انتقادات مخاطبین را از طریق پیامک دریافت کنید و با استفاده از قابلیت پاسخگوی خودکار پیامکی با ارسال پیامک به صورت اتوماتیک از مخاطب خود تشکر کنید.





حتما باید خط اختصاصی ثبت کنم؟

خیر. سامانه پیامک رسانه پرداز، خطوط رند اشتراکی را به صورت رایگان در اختیار تمامی کاربران قرار می دهد. در حالت کلی نیازی به خرید و یا ثبت خط اختصاصی نیست. برای ارسال پیامک در موارد خاص مانند فروش ملک، لوازم آرایشی بهداشتی، لوازم پزشکی، پیامک های دارای لینک و موارد مشابه باید از خط اختصاصی استفاده نمایید که در این موارد هم خط اختصاصی رایگان برای ارسال پیامک در اختیار شما قرار داده می شود. همچنین در صورتی که می خواهید پاسخی از مخاطب دریافت کنید لازم است تا از خط اختصاصی استفاده کنید.





تبلیغات پیامکی چیست؟

کسب و کارها همیشه به دنبال راهی برای ارتباط برقرار کردن با مشتریان فعلی و بالقوه خود هستند؛ روشی که از نتایج خوب آن مطمئن باشند و به سادگی بتوانند آن را مدیریت کنند. بر اساس تحقیقات انجام شده در دنیا حدود ۹۳٪ از بزرگسالان از تلفن همراه استفاده می‌کنند و ۷۲٪ از آنها نیز به گوشی‌های هوشمند دسترسی دارند. به طور میانگین مردم ۲ ساعت و ۵۱ دقیقه از وقت روزانه خود را در موبایلشان می‌گذارند. به همین خاطر بحث تبلیغات و بازاریابی پیامکی برای صاحبان کسب و کار جذابیت پیدا می‌کند.

منظور از تبلیغات پیامکی این است که در قالب پیامک، محصولات، خدمات، شرکت یا برند خود را به دیگران معرفی کرده و مشتریان جدیدی جذب کنید. این تبلیغات می‌تواند از ارسال تبلیغات انبوه پیامکی تا ارسال خبرنامه و برگزاری مسابقه و نظرسنجی پیامکی را در بر گیرد.

برای اطلاع رسانی و تبلیغات پیامکی بهترین روش، داشتن یک استراتژی درست تبلیغاتی است.





طبیعتاً اولویت ارسال تبلیغات پیامکی، رضایت مخاطبان در دریافت چنین تبلیغاتی است. تبلیغات پیامکی زمانی بیشترین اثرگذاری را خواهند داشت که شما به مرور خبرنامه پیامکی خود را گسترش دهید. مطمئناً فردی که به خواسته خود در خبرنامه پیامکی شما ثبت نام می‌کند، فردی است که مشتاق استفاده از خدمات و محصولات شماست و اگر از نحوه مشتری مداری شما رضایت داشته باشد، بدون معطلی برند تجاری شما را به دیگران معرفی می‌کند.





اهمیت بازاریابی پیامکی برای کسب و کارها

تاثیر بازاریابی پیامکی و ارسال پیام های کوتاه تبلیغاتی در توسعه هر کسب و کاری غیرقابل انکار است. متخصصان بازاریابی و کسانی که تجربه زیادی در بازاریابی و جذب مشتری به شیوه پیامکی دارند، بازاریابی پیامکی را یکی از زودبازده ترین و سودآورترین روش های بازاریابی می دانند.

نگاهی به آمار موجود نشان می دهد که حدود ۹۵٪ از پیامک های تبلیغاتی دیده می شوند. میانگین زمان واکنش به پیام کوتاه حدود ۹۰ ثانیه است. به طور میانگین هر فرد روزانه ۱۵۰ بار به صفحه موبایلش نگاهی می اندازد. ۷۵٪ مردم از کوپن های تخفیفی که برایشان ارسال شود استقبال می کنند. ۲۲٪ از کوپن های تخفیفی که ارسال شده اند، حداقل با یک دوست به اشتراک گذاشته می شوند.

این آمار اهمیت بازاریابی پیامکی را یادآوری می کند اما نکته ای که باید به آن توجه کنید این است که بازاریابی پیامکی اگر به درستی و با رعایت اصول و قوانین به کار گرفته نشود، نه تنها برایتان سودی نخواهد داشت، بلکه تاثیرات منفی نیز روی کسب و کارتان خواهد داشت.





با استفاده از سامانه پیامکی کسب و کارتان را معرفی کنید

یکی از چالش‌های هر کسب و کاری در ابتدا، شناخته شدن در بین مردم است. بسته به نوع کسب و کاری که دارید، روش‌های متفاوتی - از ایمیل مارکتینگ گرفته تا فعالیت در شبکه‌های اجتماعی - می‌تواند برای معرفی برند شما مورد استفاده قرار بگیرد. اما یکی از روش‌هایی که در بیشتر کسب و کارها جواب می‌دهد، معرفی کسب و کار از طریق ارسال پیامک است. اگر کسب و کار کوچکی دارید و می‌خواهید در یک یا چند منطقه مشخص شناخته شوید، می‌توانید از امکان ارسال پیامک انبوه بر اساس شهر استفاده کنید. اگر هم کسب و کارتان به منطقه خاصی محدود نمی‌شود می‌توانید پیامک انبوه را بر اساس ویژگی‌های مخاطبان هدف (از جمله سن، جنیست و شغل) ارسال کنید.

از سامانه پیام کوتاه برای اطلاع رسانی استفاده کنید

اطلاع رسانی درباره فعالیت‌ها، خدمات، معرفی محصولات و خدمات، جشنواره‌ها و تخفیف‌ها و اعلام رویدادهای پیش رو باعث می‌شود که برند شما به مرور در ذهن



مخاطبان بماند و چه بسا ممکن است منتظر پیامکی های تبلیغاتی شما و اعلام کد تخفیف برای خرید از سایت یا استفاده از خدمات بمانند.

از سامانه پیامکی برای هماهنگی قرارها و جلسات استفاده کنید

اگر شرکت یا اداره بزرگی داشته باشید می دانید که هماهنگی جلسات و قرارها با مراجعان کار آسانی نیست. یکی از کارهایی که می توانید برای نظم دادن به قرارها بکنید، یادآوری تاریخ و ساعت جلسات با استفاده از سامانه پیامکی است. با قابلیت هایی که سامانه پیامکی دارد می توانید مخاطبانتان را گروه بندی کنید، متن پیامکی که می خواهید ارسال شود وارد سامانه کنید، زمان و تاریخ ارسال را تعیین کنید و باقی کارها را به عهده سامانه پیامکی بسپارید.

با استفاده از سامانه پیامکی نظرات مشتریان را جویا شوید

یکی از مراحل پیشرفت و قرار گرفتن در مسیری رو به رشد، آنالیز پیوسته و بررسی مدام



نقاط و ضعف و قوت است. برای اینکه بدانید مشتری ها چه نظری درباره شما دارند یا اصلاً از نحوه ارائه خدمات و محصولات شما راضی هستند یا نه، لازم است که به شکل مستقیم یا غیر مستقیم نظرسنجی برگزار کنید.

برگزار کردن نظرسنجی با استفاده از سامانه ارسال پیام کوتاه یکی از روش های گرفتن بازخورد از مشتریان است. با استفاده از این امکان هم می توانید مشتریان خود و نیازهای آن ها را بیشتر بشناسید و بدانید که برای رفع نیازهای آنها بهتر است چه رویکردی در پیش بگیرید.

مسابقه برگزار کنید

برگزاری مسابقات پیامکی شاید برای هر برند و کسب و کاری، کار درستی نباشد، اما هنوز هم هستند کسب و کارهایی که با استفاده از مسابقات پیامکی مشتریان جدید جذب می کنند و فروش خود را افزایش می دهند. برای مثال دعوت از مخاطبان برای ارسال گزینه صحیح یک سوال (که آن را در شبکه های اجتماعی یا تلویزیون مطرح



کرده اید) باعث می شود تعامل شما با مخاطبان افزایش یابد و از آن مهم تر، لیستی از شماره های طلایی داشته باشید. شماره های طلایی به شماره هایی می گویند که مالک آن ها مشتریان بالقوه شما هستند. این افراد نسبت به تبلیغات شما واکنش نشان داده اند و حاضر شده اند شماره تلفن شان را در اختیار شما بگذارند؛ پس می توان روی آنها برای خرید حساب کرد.





نکات مهم برای نوشتن متن پیامک تبلیغاتی

فرقی ندارد که از چه روش تبلیغاتی استفاده می کنید، قرار دادن شماره یا یک آدرس برای تماس مخاطبان با شما امری کاملاً ضروری است. اگر شما تخفیف یا پیشنهادی را به صورت گسترده تبلیغ کنید اما فراموش کنید که آدرس تماسی از خود به جای بگذارید، مطمئناً بازاریابی و تبلیغاتتان نتیجه بخش نخواهند بود. تبلیغاتی که بدون قرار دادن Call To Action صورت گیرند، هیچ تاثیری بر روی تجارت شما نخواهند داشت و تنها زمان و سرمایه شما را هدر می دهند. بنابراین همواره دقت کنید در تبلیغات، آدرس یا شماره ای را جهت ارتباط مشتریان با خود قرار دهید.

اگر فراموش کنید که آدرس تماس خود را در متن پیامک قرار دهید، مطمئن باشید نتیجه دلخواهتان را دریافت نخواهید کرد. زیرا مشتریانان فکر می کنند که شما بدون هیچ هدفی اقدام به ارسال پیامک کرده اید. این کار اعتبار کمپین تبلیغاتی شما را زیر سوال خواهد برد و از آن به بعد هیچ کدام از اعضای خبرنامه پیامکی تان به شما توجه نخواهند کرد.

سعی کنید متن تبلیغات شما جذاب و خلاقانه باشد تا خواننده نتواند به راحتی از کنار





آن بگذرد، همچنین بهتر است پیشنهاد یا تخفیف شگفت انگیزی برای اعضای خبرنامه پیامکی تان ارسال کنید. ارسال نکردن پیشنهادات شگفت انگیز، همه اهداف بازاریابی پیامکی را از بین خواهد برد.





چگونه می‌توانید با پیامک کسب و کار کوچک خود را رونق دهید؟

در حال حاضر هزاران کسب و کار کوچک برای جلب مخاطبان بیشتر و ارائه خدمات از پیامک به عنوان یکی از ابزارهای ارتباطی اصلی خود استفاده می‌کنند. چرا در میان این همه کسب و کار، شما آن فردی نباشید که به وسیله پیامک اخبار، اطلاعیه‌ها و تخفیف‌های خود را به مشتریان وفادار خود ارسال می‌کنند؟ این روش بازاریابی در حالت ایده‌آل برای کسب و کارهای کوچک و محلی به خوبی نتیجه بخش است.

بهتر است که صبر کنید و از این روش بازاریابی در مناسبت‌های مهم استفاده کنید. معمولاً اعیاد و ولادت‌ها مناسبت‌های بسیاری خوبی هستند که می‌توانید در آن روزها رویدادهایی را برگزار نمایید. این کار سبب خواهد شد تا عدهٔ بیشتری در تجارت شما مشارکت داشته باشند.

سعی کنید در انتهای این مناسبت جایزه‌ای نفیس به مشتری یا مشتریان خود بدهید. جایزه‌ای که ارزش تلاش بسیار داشته باشد. مطمئناً با ارائه ۵٪ تخفیف در این رویداد نمی‌توانید مشتریان بسیاری را به سمت خود جذب کنید.

از دیدگاه بازاریابی، شما باید برای این رویداد از چندین کلمه کلیدی استفاده کنید. چرا؟



زیرا اگر تعداد پیامک های تبلیغاتی تان در ماه زیاد نباشد، در صورت نداشتن کلمات کلیدی با موفقیت روبرو نخواهید شد. یک مدیر بازاریابی خبره باید در طی مدت ارسال پیامک های خود از چندین کلمه کلیدی استفاده کند. پس به شما پیشنهاد می کنیم برای پیامک های خود از چندین کلمه کلیدی استفاده کنید و از اعضای خبرنامه پیامکی خود بخواهید در رویداد شما شرکت کنند.



نحوه اجرای بهترین کمپین پیامک تبلیغاتی

کمپین‌های تبلیغاتی که بر اساس پیامک طراحی می‌شوند یکی از موفق‌ترین و بهترین کمپین‌های تبلیغاتی هستند. کمپین پیامک تبلیغاتی، به دلیل در دسترس‌تر بودن، به عنوان بهترین ابزار برای ارتباط با مشتری، شناخته می‌شوند. امروزه کسب و کارهای کوچک، کمپین تبلیغاتی خود را بر اساس استفاده از پیامک طراحی می‌کنند. بر این اساس، بسیاری بر این گمان هستند که کمپین‌های تبلیغاتی تنها برای کسب و کارهای کوچک کاربرد دارند. این در حالیست که اغلب کسب و کارهای بزرگ نیز، با وجود استفاده از ابزارهای مختلفی مثل اینترنت و شبکه‌های اجتماعی برای تبلیغات خود، از کنار کمپین پیامک تبلیغاتی به سادگی نمی‌گذرند زیرا تبلیغ پیامکی به دلیل در دسترس بودن برای مشتری، یکی از بهترین کمپین‌ها برای فروش و حفظ مشتری هستند.

اجرای کمپین پیامک تبلیغاتی

برای اجرای کمپین پیامک تبلیغاتی، نیازمند یک پنل پیامک پیشرفته هستید. انتخاب



یک پنل پیامک استاندارد که از تمامی امکانات برخوردار باشد می‌تواند شما را برای اجرای بهترین کمپین پیامک تبلیغاتی آماده کند. اجرای کمپین تبلیغاتی از طریق پیامک، به خلاقیت و هنر شما بستگی دارد. امکاناتی که پنل پیامک در اختیار شما قرار می‌دهد یکی دیگر از مواردی است که باید به آن توجه کنید. اگر قصد دارید کمپین پیامک تبلیغاتی را به بهترین شکل اجرا کنید بهتر است تنها به ارسال متن از طریق پیامک، اکتفا نکنید. از طریق پیامک‌های چند رسانه‌ای از جمله عکس و ارسال پیامک صوتی می‌توانید بهتر با مشتریان خود ارتباط برقرار کنید. بنابراین با خرید پنل اس ام اس رسانه پرداز، می‌توانید از امکانات آن برای اجرای کمپین پیامک تبلیغاتی استفاده کرده و با مشتریان خود تعامل کنید.

ارسال پیامک انبوه

یکی از راه‌های اجرای بهترین کمپین پیامک تبلیغاتی، ارسال پیامک انبوه است. در ارسال پیامک انبوه، مشتریان، باید متن‌های مورد نظر شما را بخوانند تا بتوانند ارتباط بهتری



برقرار کنند. در ارسال پیامک انبوه، از متن صوتی هم می‌توانید استفاده کنید. انتخاب درست محتوای پیام، سبب می‌شود بهتر بتوانید به هدف مورد نظر خود دست پیدا کنید. برای ارسال پیامک انبوه، بهتر است متن خود را کوتاه انتخاب کرده و محتوایی جذاب ارسال کنید تا مشتری به سمت شما سوق داده شود. برای کمپین پیامک تبلیغاتی خود می‌توانید از ارسال انبوه پنل اس ام اس رسانه پرداز استفاده کرده و با مشتریان خود ارتباط برقرار کنید.

هیکن از استراتژیست‌های بازاریابی پیامکی بود. وی در پیامک‌های خود ملاقات‌های خود را به مشتریان یادآوری می‌کرد. هیکن در مورد کمپین پیامک تبلیغاتی برای بازاریابی می‌گوید:

بازاریابی از طریق پنل پیامک، از موثرترین کانال‌های بازاریابی است. اما نحوه ارسال پیام در این پنل‌ها از اهمیت زیادی برخوردار است، زیرا پیام‌ها باید منحصر به فرد و حاوی پیشنهادات فوق‌العاده برای مشتریان باشند تا سبب جذب مشتری و ایجاد سرمایه‌گذاری شوند.



محتوای بهترین کمپین پیامک تبلیغاتی باید چگونه باشد؟

محتوای پیام از اهمیت زیادی برخوردار است. زیرا این محتواست که بر نتیجه موثر است. شما برای ارسال یک پیامک تبلیغاتی تنها نیاز به چند لحظه زمان دارید اما برای تاثیرگذار بودن این پیامک، باید ساعت‌ها وقت بگذارید تا یک متن منحصر به فرد خلق کنید تا منجر به پیاده سازی بهترین کمپین پیامک تبلیغاتی شود. بنابراین نوشتن محتوای متن و زمان ارسال آن یکی از مهم‌ترین موارد در اجرای یک کمپین پیامک تبلیغاتی است.

برای اجرای یک کمپین پیامک تبلیغاتی هدفمند، بهتر است مشتریان را در گروه‌های مختلف تفکیک کنیم. زیرا ارسال محتوای یک پیامک تبلیغاتی برای یک مشتری تازه وارد، ممکن است برای یک مشتری قدیمی وفادار، نه تنها جذاب نباشد بلکه سبب ایجاد نارضایتی و دور شدن وی از کمپین تبلیغاتی شود. بنابراین ضرورت تفکیک مشتریان برای دست یافتن به نتیجه درست، یکی از مهم‌ترین ابزار تبلیغاتی است.



زمان ارسال پیامک توسط پنل پیامک

کمپین پیامک تبلیغاتی، با مشخص کردن زمان برای ارسال پیام تبلیغی، سبب ایجاد پیشرفت در زمینه کسب و کار می‌شود. زمان ارسال پیام از این جهت اهمیت دارد که یک پیامک می‌تواند در یک روز خاص ارسال شود و مشتری را بلافاصله جذب خود کند. ارتباط صحیح با مشتریان و زمان مناسب این ارتباط، یکی از موارد مهم در زمینه جذب مشتری است.

بنابراین در هنگام ثبت نام مشتری در کمپین تبلیغاتی، بهتر است وی را در جریان زمان و میزان پیامی که برای وی ارسال می‌شود قرار دهید. حتی راهی برای لغو پیام توسط مشتری در پنل پیامکی، لحاظ شود که در صورت خواست مشتری، ارسال پیام توسط وی لغو شود.

برای ایجاد بهترین کمپین پیامک تبلیغاتی، نیازمند ایجاد محتوای منحصر به فرد، پنل پیامکی استاندارد، ارسال انبوه، تشخیص زمان مناسب و تفکیک مشتریان بر اساس مواردی مثل سن مشتری، جنس مشتری یا سایر مواردی که بتوان از طریق آن مشتریان را دسته‌بندی کرد هستیم.



شناسایی مخاطب برای اجرای کمپین پیامک تبلیغاتی

برای ایجاد یک کمپین پیامک تبلیغاتی صحیح باید مخاطبان خود را شناسایی کنید. شناخت زبان مشتری، از مهم‌ترین ابزار جهت تبلیغات موفق است. برای داشتن یک کمپین پیامک تبلیغاتی، باید ویژگی‌های محصول خود را به مشتری معرفی کرده و بر مزایای آن تاکید کنید. یکی از مهم‌ترین مواردی که باید در متن پیامک‌های شما برای مشتریان، گنجانده شود تصویر برند شما است. شما باید بتوانید به وسیله متنی که می‌فرستید، برند خود را باید در ذهن مشتری ثبت کنید. همچنین تکرار نام برند به میزان مناسب سبب تثبیت آن در ذهن مخاطب و مشتری می‌شود. با ارتباط گرفتن مشتری از راه مستقیم، می‌توان برند را به وی معرفی کرد تا تصویر آن در ذهن وی ساخته شود.

هزینه پنل پیامکی برای تبلیغات

بهتر است بدانید اجرای کمپین تبلیغاتی از راه پیامک، هزینه‌بر است. بنابراین تبلیغات، محلی برای صرفه‌جویی در هزینه نخواهد بود. اگر به دنبال این هستید که بهترین کمپین



پیامک تبلیغاتی را داشته باشید، یک پزل پیامکی پیشرفته را خریداری کنید. بنابراین بهتر است قبل از راه انداختن کمپین، هزینه تبلیغات خود را برآورد کنید. همچنین بهتر است اجازه ندهید میزان بودجه شما، کمپین تبلیغاتی مورد نظرتان را هدایت کند. زیرا در این صورت، نمی‌توانید تبلیغات خود را درست مدیریت کنید، چون فکر شما دائم بر روی بودجه متمرکز شده و شما را از فکر کردن به تبلیغات خلاقانه و متنوع، باز می‌دارد.

ایجاد تنوع در کمپین تبلیغاتی

شرکت‌های بزرگ در کمپین پیامک تبلیغاتی، گروه هدف (موقعیت جغرافیایی، سن، جنس و...) تبلیغاتی خود را بر اساس قیمت و نرخ بازگشت سرمایه انتخاب می‌کنند. بنابراین بهتر است روی یک گروه هدف، برای تبلیغ تمرکز کنید. برخی کسب و کارها تلاش می‌کنند تمام بازار را زیر تمرکز خود قرار دهند. این شیوه، جواب نمی‌دهد زیرا برای موفقیت در یک کمپین پیامک تبلیغاتی، باید مخاطب آن کمپین تعیین شده و برای یک محصول خاص تبلیغ شود.



مزایای اجرای بهترین کمپین پیامک تبلیغاتی

طراحی کمپین پیامک تبلیغاتی هنری است که شرکت‌ها با استفاده از آن، مشتریان خود را پیدا کرده و از طریق برقراری ارتباط با آنها، یک کانال بازاریابی ایجاد کرده و فروش خود را بالا می‌برند. کمپین پیامک تبلیغاتی امکان مکالمه با همه مشتریان را فراهم کرده و در دنیایی که تنوع رنگارنگش، هر لحظه توجه افراد را به جایی جلب می‌کند، شانس جلب توجه به برند شما و افزایش فروش محصول را ایجاد می‌کند.

نتیجه گیری

برای دست یافتن به اجرای بهترین کمپین پیامک تبلیغاتی، باید با مشتریان خود ارتباط ویژه داشته باشید، نظر آنها را بخواهید و حتی گاهی سلیق آنها را جویا شوید. اهمیت دادن به نظرات مخاطبان و مشتریان سبب می‌شود که آنها اطمینان حاصل کنند که شما برای آنها احترام قائل هستید و نظر آنها برایتان اهمیت دارد. کمپین پیامک تبلیغاتی به دلیل در دسترس بودن، بهترین گزینه برای تبلیغات است. اگر کسب و کاری دارید و به



دنبال این هستید که تبلیغات خود را از طریق پیامک دنبال کرده و یک کمپین تبلیغاتی عالی را ارائه دهید بهتر است پنل اس ام اس رسانه پرداز را خریداری کرده و از امکانات آن برای تشکیل یک کمپین اس ام اس تبلیغاتی فوق العاده استفاده کنید تا کسب و کار شما رونق بیشتری بگیرد.





– چگونه یک اس ام اس تبلیغاتی ساده را به ابزار قوی برند سازی تبدیل کنیم؟ –

آمار نشان داده وقتی مردم یک پیام متنی از یک نام دریافت می کنند به طور غیر ارادی اعتماد بیشتری به آن حس می کنند، تا دریافت همان پیام از یک شماره ناشناس. اصلی ترین مزیت پیامک با نام تجاری، ایجاد برندینگ است، یعنی علاوه بر اینکه پیام خود را به دست مخاطب می رسانید با یک تیر دو نشان می زنید و نام شما نیز در جایگاه فرستنده خواهد درخشید. از قضا مخاطب شما که همیشه انتظار دریافت پیام از سر شماره های ۱۰۰۰، ۲۰۰۰، ۳۰۰۰ و... دارد توجه اش به نام تجاری شما جلب می شود و در کنار برند سازی، احتمال باز کردن و خوانده شدن پیام و توجه به محتوا را بیشتر می کند. استفاده از نام تجاری به نسبت شماره های معمولی هزینه زیادی دارد که کسب و کارهای کوچک و نوپا تمایل کمتری به استفاده از آن پیدا می کنند و به سمت ارسال پیامک با شماره خط تلفن ثابت تمایل بیشتری دارند. مزیت این خطوط این است که به نوعی با شماره ثابت هویت دار شده و دیگر نیازی نیست اطلاعات تماس را دوباره در متن پیامک بیاورید. همچنین در صورتی که مشتری نیاز به تماس با شما داشت می تواند از روی همان اس ام اس روی شماره ثابت شما گزینه call را می زند.



۵- سوالی که پیش از ارسال پیامک تبلیغاتی به مشتریان باید از خود پرسید؟ -

در کنار گسترش دادن فهرست اعضای خبرنامه پیامکی، کلیدی ترین مسئله، ارائه پیشنهاد ارزشمند به مشتریان است. برای این کار لازم است که شما مراحل زیر را به دقت طی نمایید.

مرحله اول: جمع آوری فهرستی از اعضای با صلاحیت برای هدفی مشخص.

مرحله دوم: ایجاد و ارسال پیشنهاداتی ارزشمند برای مشتریان و تهیه آماری درست از میزان موفقیت هر پیامک.

هر دوی این مراحل برای رسیدن به موفقیت در بازاریابی پیامکی ضروری هستند. هیچ گاه بدون برنامه ریزی قبلی و به صورت بی هدف به مشتریان خود اس ام اس ارسال نکنید. هر کدام از کمپین های تبلیغات پیامکی خود را با تحقیق و بازاریابی صحیح پشتیبانی نمایید. انجام این کار نه تنها برای تجارت شما مفید است، بلکه میزان سود حاصل از سرمایه گذاری شما را افزایش می دهد.

اما بهتر است پیش از اینکه اولین پیشنهاد پیامکی خود را برای مشتریان ارسال کنید،





سوالات زیر را از خود بپرسید.

چه نوع پیشنهادهایی را از طریق دیگر ابزارهای تبلیغاتی به مشتریان خود می‌دهم؟
اگر در حال حاضر از طریق یکی از حساب‌های شبکه اجتماعی خود به مشتریان ۲۵٪ تخفیف ارائه می‌کنید، هیچ وقت این تخفیف را برای مشتریان پیامکی خود نفرستید. این کار قابلیت‌های تخفیف ارائه شده توسط شما را اشباع می‌کند و همچنین اعضای خبرنامه پیامکی‌تان از شما عصبانی خواهند شد.

مشتریان من چگونه از این پیشنهادهای استقبال می‌کنند؟

اگر شما به طور مداوم به مشتریان خود پیشنهادی مانند یکی بخر، دو تا ببر می‌دهید و در گذشته مشاهده کرده‌اید که میزان استقبال از این پیشنهاد بسیار ناچیز بوده است، دیگر این پیشنهاد را برای اعضای فهرست خبرنامه پیامکی خود نفرستید. تجربه نشان می‌دهد که از این نوع پیشنهادهای استقبال نمی‌شود. پس یک اشتباه را دوبار تکرار نکنید.



تا چه زمانی باید پیشنهاد خود را در دسترس مشتریان قرار دهیم؟

ما همیشه به کاربران خود پیشنهاد می دهیم که برای تمام پیشنهادات و تخفیفات خود مدت زمانی محدودی را در نظر بگیرند. لزومی ندارد برای چند هفته اجناس خود را با ۵۰٪ تخفیف به حراج بگذارید. هنگامی مشتریان شما بدانند که دوره تخفیفات محدود است، خرید خود را به تعویق می اندازند که در نهایت این امر منجر به استقبال ناچیزی از تجارت شما می شود.

آیا پیشنهادات من از نظر مشتریانم جذاب است؟

همیشه مشتریان خود و نیازهایشان را در اولویت خود قرار دهید. برخی از صاحبان کسب و کارهای کوچک بر اساس اجناس فروش نرفته خود به مشتریانانشان تخفیف می دهند، مطمئناً این کار ایده بدی نیست، اما بهتر است بدانید که بهترین شیوه تبلیغ برای یک کسب و کار نیست. افراد مختلف به عضویت فهرست خبرنامه پیامکی شما در می آیند زیرا می خواهند تخفیف های اختصاصی و ارزشمند دریافت نمایند. پس آن



چیزی را که می خواهند به آنها بدهید.

چگونه مشتریانم را ترغیب به اقدام برای خرید کنم؟

به خاطر بسپارید، در کنار پیشنهادهای واقعی، قرار دادن یک راه ارتباطی نیز بسیار مهم است. قرار ندادن یک راه ارتباطی با مشتریان می تواند میزان استقبال از تخفیف های شما را بسیار کم کند. فرض کنیم که شما پیامکی با مضمون زیر برای مشتریان خود ارسال می کنید.

با نشان دادن این پیامک به مسئولان فروشگاه ما، می توانید از ۲۵٪ تخفیف بهره مند شوید.

عبارت «با نشان دادن این پیامک به مسئولان فروشگاه ما» راه ارتباطی مشتریان با شماست. از طریق این عبارت آنها خواهند فهمید که برای دریافت این تخفیف حتما باید به فروشگاه شما مراجعه کنند. نداشتن این چنین عبارتی در پیامک شما، باعث سردرگمی مشتریان می شود.



۱۲ ترند برای داشتن تبلیغات موفق

بهترین روش برای اینکه دیگران را از محصولات یا خدماتتان آگاه کنید تبلیغات است. یک تبلیغات موفق شامل برقراری ارتباط با مخاطبان و آگاه کردن آنها از محصولات یا خدمات از طریق رسانه مناسب و البته در زمان مناسب است. برای موفقیت در تبلیغات باید با شناخت تبلیغات و روش‌های آن، تبلیغات خود را هدفمند کنید.

۱- همیشه تبلیغ کنید، حتی اگر شناخته شده هستید

برخی معتقدند فقط وقتی کسب‌وکاری سود کمی دارد و در پیشرفت خود مانده چرا باید تبلیغ کند؟ برخی که کسب و کارشان تثبیت شده و مشتری خود را دارند، تبلیغات را هزینه ای بی فایده می دانند. این در حالی است که همه کسب و کارها برای تداوم و توسعه، نیاز به تبلیغات دارند. حتی برندهای بزرگ و شناخته شده هم تبلیغات را کنار نمی گذارند. فقط نکته اساسی اینجاست که وقتی کاری خوب پیش نمی‌رود، تبلیغات باید به تعداد بیشتر و قوی‌تر انجام شود تا مردم نسبت به آن آگاه شوند.



۲- نشان دهید که محصولات جدید و متفاوتی برای عرضه دارید

هدف از تبلیغ کردن، ایجاد نیاز در مخاطب نیست. این نیاز از قبل با پیشرفت تکنولوژی در مردم ایجاد شده. شما باید بتوانید محصولات جدید را جایگزین محصولات قدیمی کنید. مردم به دنبال محصولات جدید و متنوع هستند. این نوآوری می‌تواند در طرز استفاده از یک دستگاه، در طراحی، در کاربرد یا در نوع خدماتی که ارائه می‌دهید، باشد. در تبلیغات نشان دهید که از رقبایان متمایزید و چیزهای تازه‌تری برای عرضه به مشتری دارید.

۳- برای مخاطب خاصتان تبلیغ کنید

مخاطبان خود را بشناسید و در بازاریابی مخاطبان خاص را به عنوان بازار هدف خود انتخاب کنید.

سعی نکنید با یک تبلیغ همه اقشار جامعه را هدف بگیرید و همه مردم در هر سنی، از هر جنسی و هر تحصیلاتی را به خرید از محصولات یا استفاده از خدماتتان دعوت کنید؛



قطعاً محصولات یا خدمات شما هم به درد همه مردم جامعه نمی‌خورد. پس ببینید مشتریان شما چه کسانی هستند و شما قرار است به چه افرادی خدمت‌رسانی کنید. ویژگی‌های آنها را بنویسید. آقا هستند یا خانم؟ کودک، جوان یا میان‌سال؟ تحصیلات عالی دارند یا خیر؟ علایقشان چیست؟ بیشتر از کدام رسانه استفاده می‌کنند؟ و مانند این سؤال‌ها را از خودتان بپرسید تا دقیقاً بدانید با چه کسانی طرف هستید. از این ویژگی‌ها برای تبلیغاتتان استفاده کنید. زبان تبلیغ شما باید متناسب با سن و تحصیلات مخاطبتان باشد. طراحی آن نیز متناسب با سلیقه مشتری‌هایتان انجام شود. افرادی که قرار است از محصولات یا خدمات شما استفاده کنند بیشتر در کجا فعالیت دارند؟ اگر بیشتر پای تلویزیون هستند از تبلیغات تلویزیونی استفاده کنید. اگر هر روز در اتوبان‌ها به سر کارشان می‌روند از بیلبرد استفاده کنید. اگر جوانانی موبایل به دست هستند شبکه‌های اجتماعی آنلاین و تبلیغات پیامکی را برای تبلیغ انتخاب کنید. تبلیغات پیامکی برای قشر میان‌سال که احتمالاً در شبکه‌های اجتماعی فعالیت چندانی ندارند اما از پیامک‌های تلفن همراهشان استفاده می‌کنند نیز مناسب خواهد بود.



۴- هدف‌تان از تبلیغ را مشخص کنید

برای داشتن تبلیغات موفق باید هدف‌تان مشخص باشد. مثلاً اگر یک کافی‌شاپ تأسیس کرده‌اید و قصد دارید مردم منطقه و اهالی محل را از بازگشایی یک کافی‌شاپ دنج و منوی جذابش آگاه کنید استفاده از بیل‌بود در اتوبان‌های شهر بی‌معنی است؛ به جای این کار بهتر است از تبلیغات پیامکی که به صورت هدفمند برای یک محله یا شهر خاص پیامک ارسال می‌کند استفاده کنید. در عوض برای آگاه کردن مردم از تأسیس یک فروشگاه اینترنتی، می‌توانید بیل‌بوردهای تبلیغاتی سطح شهر و یا تبلیغات تلویزیونی که در سراسر کشور پخش می‌شوند را انتخاب کنید.

۵- تبلیغ کافی نیست، روی کیفیت هم کار کنید

اینکه فقط به تبلیغات متکی باشید کافی نیست. تبلیغات فقط کمک می‌کند تا مردم به سراغ شما بیایند؛ اما آنچه شما را در یاد ایشان زنده نگه می‌دارد و حتی می‌تواند آنها به یک مبلغ تبدیل کند کیفیت محصولات و خدمات شماست. یک محصول با کیفیت با



خدمات پس از فروش عالی و برخورد خوب پرسنل، همیشه در ذهن و خاطره مشتری باقی می‌ماند.

مشتری نه تنها برای خریدهای بعدی دوباره به شما مراجعه می‌کند، بلکه حتی اطرافیانش را هم به خرید از شما تشویق خواهد کرد. در مقابل، یک محصول بی‌کیفیت باعث می‌شود مشتری دیگر از شما خرید نکند و حتی در جمع دوستان و آشنایان از خدمات بد و کیفیت ناکافی محصولاتتان بگوید و آنها را از خرید منصرف سازد. در این شرایط عملکرد تبلیغات شما کاهش خواهد یافت.

۶- برای یک تبلیغ موفق، حس خوبی به مخاطب القا کنید

ایجاد حس خوب در بازاریابی موفق می‌تواند از طریق به تصویر کشیدن یک خانواده شاد، استفاده از رنگ‌های روشن و فرح بخش، شوخ طبعی یا زنده کردن عواطف و احساسات لطیف انسانی به مخاطب منتقل شود. وقتی مشتری حس خوبی از تبلیغ شما بگیرد، علاوه بر اینکه بیشتر در خاطرش باقی می‌ماند، با دیدن محصولات شما



ناخودآگاه احساس خوبی پیدا خواهد کرد و احتمال اینکه به سمت آن کشیده شود بیشتر خواهد بود.

۷- خلاق باشید

خلاقیت باعث جلب توجه می‌شود. از خلاقیتان در انتخاب رسانه منتقل‌کننده تبلیغ، طراحی تبلیغ و پیامی که به مخاطبان منتقل می‌کنید استفاده کنید و آنها را به سمت خود جذب کنید.

۸- درباره رقیبانتان تحقیق کنید و آنها را بشناسید

یکی دیگر از رموز داشتن تبلیغات موفق، آنالیز بازار است. لازم است بررسی کنید محصولاتی که رقیبانتان تولید می‌کنند چه نقطه ضعف‌ها و ویژگی‌های خوبی دارد؟ شما هم در محصولاتتان از آن نقاط قوت استفاده کنید و ضعف‌ها و نواقص را برطرف کنید تا از رقبا پیشی بگیرید. ببینید رقبا در کجا تبلیغ کرده‌اند و بیشتر مشتریان‌شان را



از چه طریق به دست می‌آورند. عرصه‌های پرمخاطب را برایشان خالی نگذارید و برای صرفه‌جویی در هزینه‌ها از تبلیغ در عرصه‌های کم مخاطب صرف‌نظر کنید.

۹- با حرفه‌ای‌ها کار کنید

اگر قصد دارید یک بیلبرد تبلیغاتی اجاره کنید، بهتر است تصویری حرفه‌ای و خاص را به نمایش بگذارید تا حرفه‌ای بودن شما را به مخاطب القا کند. استفاده از یک طرح ضعیف و بی‌کیفیت، نشان می‌دهد که شما به مقدار کافی برای کار خود هزینه نکرده‌اید و یا برای آن ارزش قائل نیستید و این حس خوبی را به مخاطب منتقل نمی‌کند. این مسئله درباره بقیه موارد هم صدق می‌کند. مثلاً اگر قصد دارید یک آگهی بازرگانی تلویزیونی داشته باشید از یک کارگردان مجرب کمک بگیرید. در تبلیغات پیامکی نیز از ارائه‌دهنده‌های سرویس‌های پیامکی که پلن کاملی ارائه می‌دهند، استفاده کنید و حتماً برای نوشتن متن پیامک تبلیغاتی از مشاورانی که در این زمینه تخصص کافی دارند، کمک بگیرید.



۱۰- مخاطب را ترغیب به خرید نمایید

اینکه فقط بگویید ما هستیم و فلان محصولات یا خدمات را عرضه می‌کنیم کافی نیست. اگر هدف شما تبلیغات آنلاین است، یک دکمه فراخوان عمل یا به اصطلاح کال تو اکشن (CTA) برای سفارش، خرید و تماس طراحی کنید تا مخاطب بعد از مشاهده تبلیغ بلافاصله امکان تبدیل شدن به مشتری را داشته باشد.

همچنین اگر از سرویس‌های پیامکی استفاده می‌کنید از مخاطب بخواهید برای سفارش کالا متن خاصی را به شما پیامک کند تا با ایشان تماس بگیرید. به این ترتیب، مخاطب بلافاصله بعد از مشاهده تبلیغ شما می‌تواند با شما ارتباط برقرار کند، سؤالاتش را بپرسد و در صورت نیاز سفارش دهد.

۱۱- یک اضطرار در مخاطب ایجاد کنید

برای اینکه مخاطب را ترغیب کنید که بر روی دکمه تماس کلیک کند یا با ارسال پیامک، متن موردنظر را در همان لحظه برای شما پیامک کند، باید یک احساس فوریت یا



اضطراب در وی ایجاد کنید. کاربر باید به این باور برسد که وقت زیادی ندارد و باید همین الان این کار را انجام بدهد وگرنه یک فرصت استثنایی را از دست خواهد داد. به این منظور می‌توانید محدودیت زمانی در نظر بگیرید یا با مخاطب یک معامله کنید. این معامله یا حتی نوع تبلیغ شما باید به قدری جذاب و مهیج باشد که مخاطب نتواند در برابر آن مقاومت کند و کار را به تعویق بیندازد.

۱۲- تبلیغات موفق هزینه بر است، اما این هزینه باید بازگردد

تبلیغات نیاز به هزینه‌های زیادی دارد؛ بنابراین همه‌چیز را بسنجید تا یک تبلیغات موفق داشته باشید که بتواند با افزایش تعداد مشتری‌ها، مخارجتان را به سود تبدیل کند و نه تنها هزینه‌ها جبران شوند بلکه بسیار بیشتر از آن عایدتان گردد. به این منظور تمام نکات گفته شده را در نظر بگیرید. دقت کنید که تمام عناصر تبلیغ از نوع پیامی که منتقل می‌کنید تا نحوه انتقال آن، مخاطبانتان و زمان بندی به‌درستی انجام شده باشند و برگشت سرمایه انجام شود.



کلام آخر

با توجه به موارد گفته شده، بهترین کار این است که روش‌های مختلف بازاریابی را تلفیق کنید و از همه آنها در کنار یکدیگر بهره ببرید تا مخاطبان بیشتری را از کسب و کار خود آگاه کنید.





— خرید پنل پیامکی چگونه به گسترش کسب و کار شما کمک می کند؟ —

این روزها کسب و کارهای اینترنتی از روش های مختلفی برای برند سازی و افزایش فروش خود استفاده می کنند. در این میان، راه هایی که هزینه کمتری برای کسب و کارها دارند، از ارزش بیشتری برخوردارند. یکی از بهترین روش هایی که به کسب و کارها کمک زیادی می کند، استفاده از پنل پیامکی است.

استفاده از پنل پیامکی به شما کمک می کند تا بتوانید محتوای تبلیغات، اطلاع رسانی یا حتی برگزاری مسابقات را به راحتی انجام دهید. اگر کسب و کاری دارید اما نمی دانید که چرا باید از پنل ارسال پیامک استفاده کنید، در این مقاله همراه ما باشید تا به صورت کامل این مسئله را بررسی کنیم.

پنل اس ام اس ابزاری برای ارسال پیامک محسوب می شود که به شما امکان گروه بندی مشتریان را هم می دهد. به عنوان مثال شما می توانید شماره تماس مشتریان خود را تنها با یک کلیک از سایت خود به دفترچه تلفن پنل پیامک منتقل کنید و محتوای مورد نظر خود را برای آنها بفرستید. این مورد تنها بخش کوچکی از قابلیت پنل ارسال پیامک بود که یکی از نیازهای اساسی هر کسب و کار است. چند مورد از ویژگی های



پیامک و پنل پیامک عبارت‌اند از:

- پیامک محبوب‌ترین روش تبلیغاتی در ۱۰ سال گذشته محسوب می‌شود.
- تعداد افرادی که پیامک‌های تبلیغاتی جذاب را می‌خوانند، بیش از ۹۵٪ هستند.
- امکان افزایش ترافیک سایت شما پس از ارسال پیامک تبلیغاتی حدود ۲۱٪ است.
- به طور میانگین، پیامک‌های ارسالی کسب و کارها در کمتر از ۱۵ دقیقه توسط کاربران خوانده می‌شوند.
- بازدهی تبلیغات پیامکی در مدت زمان مشابه نسبت به سایر روش‌های تبلیغاتی بسیار بیشتر است.
- هزینه تبلیغات و ارسال پیامک نسبت به سایر روش‌های تبلیغاتی بسیار کمتر است.
- بازاریابی پیامکی یکی از نیازهای اساسی هر کسب و کاری به خصوص کسب و کار آنلاین است.
- استفاده از پنل پیامکی بسیار ساده است و نیاز به آموزش خاصی ندارد.
- شما تنها یک بار باید پنل پیامکی را خریداری کنید و پس از آن تنها هزینه ارسال



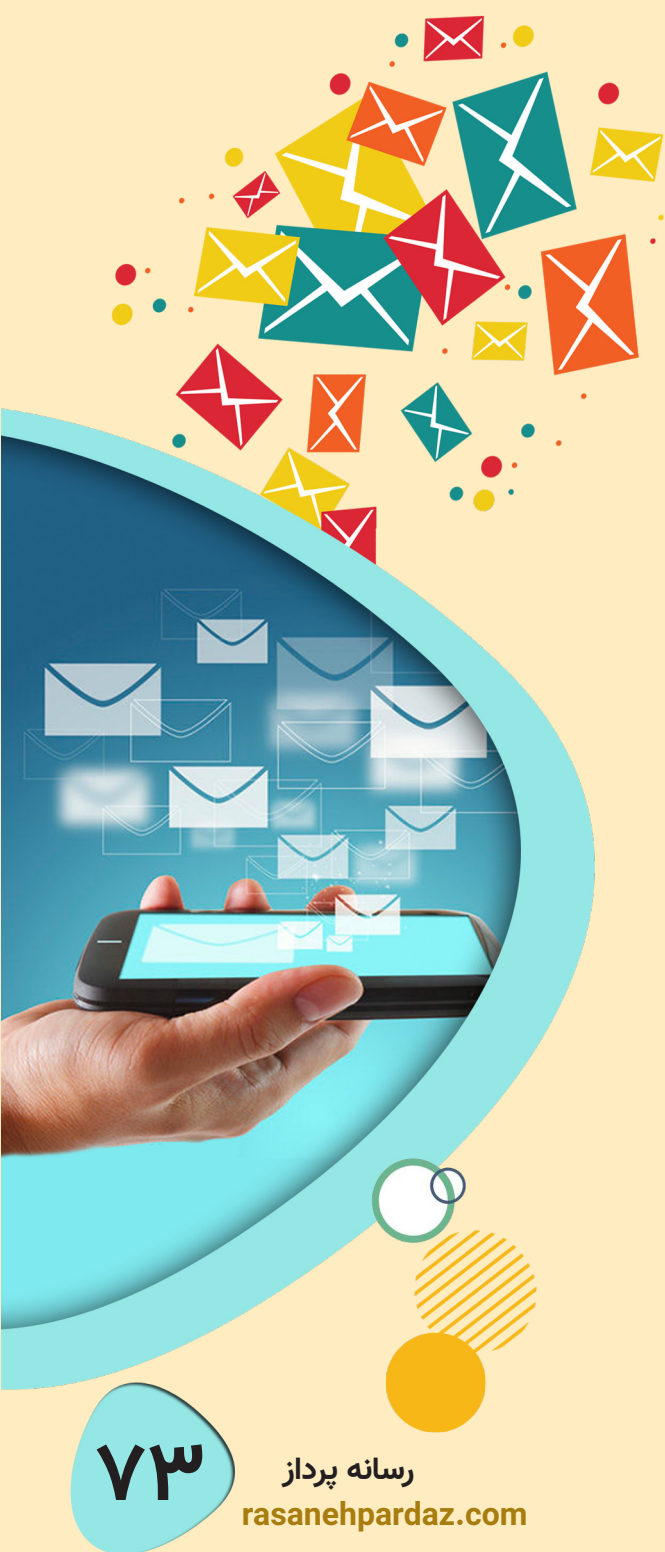
پیامک‌ها را می‌پردازید.

مزایای استفاده از پنل پیامکی برای گسترش کسب و کار

استفاده از سامانه پیامک کوتاه علاوه بر ویژگی‌های ذکر شده مزایایی نیز دارد که به مهمترین آنها اشاره می‌کنیم.

۱- برند سازی در مدت زمان کوتاه با خدمات پنل پیامکی

یکی از مسائل مهمی که برای هر کسب و کاری اهمیت زیادی دارد، برند سازی است. برندسازی به این معنی است که بتوانید شهرت کسب و کارتان را در میان کاربران بیشتر کنید. یکی از مزایای پنل پیامکی برندسازی در کوتاه مدت است. پنل پیامکی قابلیت ارسال پیامک برای گروه‌ها و اصناف خاص را دارد و با نمایش نام کسب و کارتان به کاربران، می‌توانید در مدت زمان کوتاهی برند سازی کنید. حتی در این روند می‌توانید از خط اختصاصی استفاده کرده و پیامک‌هایتان را با





شماره‌ای رند و به یاد ماندنی ارسال کنید.

از طرف دیگر، هنگامی که کاربران محصول یا خدماتی از شما تهیه می‌کنند، می‌توانید شماره تماس آن را وارد دفترچه تلفن خود در پنل پیامک کنید و به مناسبت‌های مختلف، برای آن‌ها پیامک بفرستید و به همین راحتی به برند سازی کسب و کارتان کمک کنید.

۲- معرفی خدمات و محصولات جدید به کاربران

یکی دیگر از مزایای بسیار مهم پنل پیامک، امکان معرفی خدمات و محصولات جدید به کاربران است. با استفاده از این قابلیت می‌توانید فروش خود را تا حد زیادی افزایش دهید. فرض کنید یک محصول جدید به سایت خود اضافه کرده‌اید که کاربران از آن اطلاع ندارند. کافی است یک کد تخفیف برای خرید آن محصول به کاربران ارائه کنید تا مدت‌زمان کوتاهی، تعداد زیادی از آن محصول را به کاربران خود ارائه کنید. این روش بازاریابی پیامکی است و طرفداران بسیار زیادی در میان کسب و کارهای مختلف دارد.



۳- برقراری ارتباط مؤثر با مشتریان و جلب اعتماد آنها

گاهی اوقات پیش می‌آید که بخواهید با استفاده از تبلیغات پیامکی انبوه، برای تعداد زیادی از افراد یک یا چند صنف خاص پیامک ارسال کنید. به عنوان مثال فرض کنید یک نمایندگی بیمه دارید و خدماتی برای بیمه مدیران شرکت‌های صنعتی ارائه کرده‌اید. در این صورت باید برای مدیران و کارمندان شرکت‌های صنعتی پیامک ارسال کنید تا بتوانید فروش خود را افزایش دهید. با استفاده از بانک شماره که در پنل پیامکی بعضی شرکت‌ها نظیر رسانه پرداز وجود دارد، به راحتی می‌توانید این کار را انجام دهید.

۴- امکان برگزاری نظرسنجی یا مسابقه در کسب و کار

یکی دیگر از مهمترین مزایای پنل های پیامکی، امکان برگزاری نظرسنجی یا مسابقه پیامکی است. با استفاده از این قابلیت می‌توانید کاربران خود را سرگرم کنید و فروش خود را هم افزایش دهید. مثلاً می‌توانید یک سؤال به کاربران بگویید و از آنها بخواهید که پاسخ خود را برای شما پیامک کنند. با این روش علاوه بر آنکه بانک شماره کسب و



کار شما کامل تر می شود، می توانید با استراتژی های مختلف نظیر کد تخفیف فروش خود را افزایش دهید.

۵- خدمات متنوع پنل اس ام اس برای گسترش کسب و کارها

انواع پنل اس ام اس، خدمات متنوعی را در اختیار کاربران قرار می دهند که هر کسب و کار با توجه به استراتژی مد نظر می تواند بهترین بهره را از این پنل ها ببرد. به طور مثال ارسال پیام صوتی، ارائه انواع خطوط اختصاصی و خدماتی از مواردی است که در قسمت های مختلف گسترش یک کسب و کار می تواند کار آمد باشد.



– آیا می توان نرم افزار حسابداری و یا CRM را به سامانه پیامک متصل کرد؟ –

بله. سامانه پیامک رسانه پرداز با استفاده از وب سرویس ارسال پیامک می تواند به تمامی نرم افزارهای حسابداری متصل شده و پیامک شما از طریق نرم افزار حسابداری ارسال شود.

بدین ترتیب می توانید از تمام تراکنش های مالی، موجودی انبار، فروش روزانه، بدهی افراد و... به صورت پیامکی مطلع شوید حتی بعد از خرید مشتری پیامک تشکر ارسال کنید.

سامانه پیامک رسانه پرداز دارای خط خدماتی می باشد و شما می توانید تنظیمات اتصال نرم افزار حسابداری به سامانه پیامک را انجام دهید تا پیامک های تشکر از خرید و یادآوری پرداخت بدهی و... از طریق پیامک و به صورت خودکار برای مشتری ارسال شود.





کارت ویزیت الکترونیکی چیست؟

کارت ویزیت الکترونیک جایگزینی مدرن و پرکاربرد برای کارت ویزیت های کاغذی و چاپی که بعد از مدتی دور انداخته می شوند، می باشد.

در این نوع کارت ویزیت که به کارت ویزیت پیامکی یا دیجیتال هم معروف است کسب و کار علاوه بر معرفی کلیه خدمات و محصولات خود با فیلم و عکس می تواند از طریق کارت ویزیت الکترونیکی شماره مخاطبین خود را جمع آوری و یک باشگاه مشتریان ساخته و این قابلیت وجود دارد تا در مناسبت های مختلف یا جهت تبلیغات کسب و کار خود برای مخاطبین خود پیامک ارسال کند.

در کارت ویزیت الکترونیک مشتریان کسب و کار زمانی که کد مخصوص کسب و کار را از طریق پیامک ارسال کنند، کلیه اطلاعات کاری، تلفن تماس، راه های دسترسی، نظرسنجی و... کسب و کار برایشان به نمایش درآمده و تلفن مشتری نیز در باشگاه مشتریان اضافه می گردد. در پنل کاربری کسب و کار، دفترچه تلفنی همنام با کد خریداری شده ایجاد می شود که کسب و کار می تواند با مشتریان خود در هر لحظه و به مناسبت های مختلف در ارتباط باشد و آنها را از خود با خبر کند.





کارت ویزیت الکترونیک گزینه ای مناسب جهت مدیریت ارتباط با مشتری می باشد. کارت ویزیت الکترونیک در واقع یکی از قابلیت های سامانه پیامکی است که به کمک مازول پاسخگوی خودکار در پنل اس ام اس می توانید از این مازول به عنوان کارت ویزیت دیجیتال استفاده کنید.

با خرید سامانه پیامک می توانید بدون پرداخت هزینه جداگانه برای کلید واژه های مختلف مثل آدرس، شماره حساب، کانال تلگرام، پیج اینستاگرام و... کلمات کلیدی متفاوتی را بسازید.

هدف کارت ویزیت الکترونیک ایجاد ارتباط با مشتری است. مشتریانی که اولین بار به فروشگاه شما می آیند، می توانید با ایجاد یک ارزش افزوده مثلا کد تخفیف و... از مشتری بخواهید که عدد ۱ را به سامانه پیامکی شما ارسال کنند تا شماره موبایل این افراد در پنل پیامکی شما ذخیره شود و یک بانک شماره موبایل ارزشمند از افرادی که به فروشگاه شما مراجعه کرده اند و از شما خرید کرده اند داشته باشید تا بتوانید ارتباط خودتان با مشتری را حفظ کنید و او را به



مشتری دائمی تبدیل نمایید. ارسال پیامک تبریک تولد به مشتریان به صورت خودکار، ارسال کدهای تخفیف و... می‌تواند باعث بازگشت مجدد مشتری به سمت فروشگاه شما شود.

شیوه استفاده از مازول کارت ویزیت الکترونیکی

برای استفاده از کارت ویزیت دیجیتال در سامانه پیامکی از منو سمت راست وارد بخش امکانات پیشرفته > پاسخگوی خودکار > جدید شوید، در این بخش شما میتوانید نامحدود کد crm بسازید و بابت کد crm هیچ هزینه ای دریافت نمی‌شود. همانطور که گفتیم شما باید این کلیدواژه‌ها را طوری طراحی کنید که بتوانید بانک شماره موبایل مشتریان را جمع‌آوری کنید، مثلا اگر آموزشگاه کنکور دارید، ارسال پیامک انبوه تبلیغاتی کار هوشمندانه‌ای نیست کافی است در وب سایت و همایش‌ها و بروشورها از مخاطب بخواهید برای دانلود رایگان یک کتاب الکترونیکی عدد ۱ را به سامانه پیامکی شما ارسال کنند تا از طریق ارسال پیامک لینک دانلود



به صورت اتوماتیک کتاب الکترونیکی برای مخاطب ارسال شود و در قبال این کتاب الکترونیکی شما بانک شماره موبایل هدفمندی از افرادی که کنکوری هستند جمع‌آوری کرده‌اید و می‌توانید از این بانک شماره موبایل برای بازاریابی و تبلیغات پیامکی استفاده کنید.





— راهکارهایی برای بهبود خدمات به مشتریان از طریق سامانه پیام کوتاه —

پیامک ابزاری مستقیم برای ارتباط با مشتریان است و تنها به ارسال پیامک‌های تبلیغاتی محدود نمی‌شود. با استفاده از پیامک شما می‌توانید مشتریان جدیدی جذب کنید. زمانی که مشتریان عضو خبرنامه پیامکی شما می‌شوند، قاعدتاً انتظار دریافت خدمات خاصی از شما دارند. همیشه به این خواسته مشتریان خود احترام بگذارید. رضایت مشتریان، تنها ابزار بازاریابی است که همیشه برایتان سودآور خواهد بود.

سرویس بازاریابی پیامکی یکی از موثرترین روش‌ها برای دست‌یافتن به حجم انبوه مخاطبان است. با وابستگی روزافزون کنونی به ارتباطات موبایلی، تنها یک کلیک کوچک حجم گسترده‌ای از مخاطبان را برای شما به ارمغان می‌آورد. سرعت بازاریابی پیامکی به علاوه قابلیت آن در دریافت گزارش دقیق از پیامک‌های رسیده و نرسیده به دست مخاطبان، به شما فرصتی برای افزایش سریع مخاطبانتان می‌دهد. در اینجا ۵ راهکار بهبود سطح خدمات از طریق سرویس پیامک ارائه می‌کنیم.





۱- خدمات رایگان ارائه دهید

اگر در پی دریافت بهترین بازخورد از مشتریانانتان هستید، نظر دادن نباید برای آنها هزینه‌ای داشته باشد. هیچکس دوست ندارد بی‌دلیل هزینه پرداخت کند. رایگان بودن باعث می‌شود مشتریان، سوالات شما را پاسخ دهند و نظراتشان درباره محصولات شما را به راحتی بیان کنند. توسط سرویس پیامکی، می‌توانید با حداقل هزینه با حداکثر مشتریان خود در ارتباط باشید.

برای مثال می‌توانید از آنها بخواهید که با فرستادن یک پیامک رایگان به کالا، محصول یا خدمات شما نمره دهند. مطمئن باشید دریافت چنین آماری از مشتریان در طولانی مدت، سنگ بنای سیاست تجاری شما را تشکیل خواهد داد.

۲- یک روش سریع به مخاطبانتان پیشنهاد بدهید که به شما پاسخ بدهند

مشتریان همیشه تمایل دارند رضایت و عدم رضایت از محصولات شما را بیان کنند. اما بیشتر آنها وقت خود را برای یک تماس تلفنی یا ایمیلی که صرفاً به این هدف باشد،



تلف نمی‌کنند. سرویس پیامکی کار را هم برای شما و هم آنها، بسیار راحت می‌کند؛ با بیشترین سرعت و کمترین زحمت. یک لینک نظرسنجی در پیامک خود قرار دهید و اجازه دهید نتیجه خودش را به شما نشان دهد.

۳- هنگام بازاریابی پیامکی برای پاسخ دادن آماده باشید

اگر به مشتریان‌تان از طریق پیامک، خدمات ارائه می‌کنید یا آنها از طریق پیامک از شما خرید می‌کنند، پرسنل شما باید تمام ۲۴ ساعت شبانه روز و هفت روز هفته پاسخگوی مشتریان شما باشند. اگر نمی‌توانید همیشه پاسخگو باشید، به آنها اطلاع بدهید که چه زمان‌هایی پاسخگو هستید و در این مورد صادق باشید. در غیر این صورت تعداد زیادی از مشتریان را از دست می‌دهید، فقط به این دلیل که به موقع پاسخشان را ندادید.

۴- حتماً به مشتریان خود خدمات پس از فروش ارائه کنید

ارتباط شما با مشتری هیچ وقت پس از خرید آنها تمام نمی‌شود. آنها باید بارها از شما



خرید کنند. برای داشتن مشتریان دائم، بهتر است همیشه از طریق خدمات پس از فروش با آنها در ارتباط باشید.

اگر مشتریان شما محصولی را آنلاین سفارش داده‌اند، به آنها آگاهی کامل درباره زمان و شرایط دریافت محصول بدهید. می‌توانید یک راهنمای سریع در اختیار آنها قرار بدهید. برای آنها امکانی ایجاد کنید که اگر سوالی دارند بتوانند از طریق سامانه پیامک از شما بپرسند.

۵- پیشنهادات ویژه را با پیامک اطلاع رسانی کنید

مشتریان دوست ندارند فرصت های استثنایی را از دست بدهند. نکته کلیدی این است که پیشنهادهای پیامکی خود را منطقی ارائه دهید. لیست خود را تقسیم بندی کنید و پیشنهادهای را تنظیم کنید که با اهداف شما سازگار باشند. پیامک‌های خود را در روزها و ساعاتی ارسال کنید که می‌دانید در آن ساعت بیشترین تمایل برای خرید وجود دارد.



— تلفن ثابت ابری؛ راهکاری برای ساماندهی دفتر کار مجازی —

اگر در گذشته خرید و جابجایی خط تلفن ثابت به علت پر شدن ظرفیت و محدودیت کابل کشی دشوار بود و کسب و کارها با جابجایی دفتر مجبور بودند شماره های خود را به طور مداوم تغییر دهند یا امکان خرید خط در استان های دیگر برایشان بسیار مشکل و هزینه بر و گاه غیر ممکن بود. امروزه با چند کلیک می توانید خط تلفن ابری را با پیش شماره هر استانی که مایل باشید به صورت دائمی ثبت کنید و بدون نیاز به هیچ گونه تجهیزات فیزیکی و کابل کشی و تلفن های مخصوص نیروهای خود را در گوشه و کنار کشور از طریق دورکاری و با سانترال ابری ساماندهی کنید و با کلاس با یک خط ویژه ابری بدون نگرانی از تغییر شماره و هزینه کردن برای خطوط کاری برای نیروهای خود، خدمات خود را به مشتریان ارائه دهید.

در حالی که بسیاری از کسب و کارها مایلند دفاتر مرکزی یا نمایندگی خود را در تهران و کلان شهرها تاسیس کنند و با توجه به مقرون به صرفه بودن دورکاری می توانند با خرید خط ثابت ابری خدمات خود را به صورت دورکاری ارائه دهند.



نمونه کد وب سرویس (api) و افزونه ها

 Restful	 c++	 vb.net	 c#	 php	 Node js
 اپن کارت OpenCart	 دروپال Drupal	 ووکامرس Woocommerce	 گراویتی Gravity	 دیجیتس Digits	 دبلیو اچ ام سی اس WHMCS
 هلو Holoo	 ویرچوال فریر Virtual Freer	 جوملا Joomla	 پرستاشاپ Prestashop	 میهن پنل Mihanpanel	 وردپرس Wordpress



طراحی سایت، سامانه پیامک، تبلیغات



۰۲۱ - ۲۸۴ ۲۵ ۸۳۳



rasanehpardaz.com
rp365.ir



۰۹۳۵۷۹۳۹۵۷۳