

MENSAJES DE TEXTO (SMS) MASIVOS

Siigo | @aspel

Los mensajes de texto son unas de las herramientas de marketing móvil más importantes en cualquier estrategia de comunicación digital; sin embargo, es una de las que peor se utiliza y, si se usa inadecuadamente, abruma a tus clientes o prospectos, haciéndote perder ventas.

Los mensajes de texto son, en definitiva, una vía corta de comunicación donde en pocos caracteres se puede decir lo suficiente para llamar la atención.



1 Definición del público

Lo primero es **definir a quién te quieres dirigir**. Inicia siempre por las **bases de datos de personas** que ya te han manifestado que quieren recibir información de tu parte. Recuerda que en cada país las leyes de habeas data son muy importantes. A nadie le gusta recibir información de compañías o servicios sobre los que no ha expresado un interés antes.

2 Construcción del mensaje

Recuerda que, dependiendo del país donde estés, el límite de caracteres puede variar, pero la premisa siempre es la misma: **decir mucho con muy poco**.

Considera estos **MUST** al redactar un mensaje de texto:

- Tono de la comunicación. Usa tu manual de marca para establecer cómo le puedes hablar a tus clientes o prospectos
- Directo al punto, no titubees ni endulces demasiado el mensaje. Todo debe ser simple e inmediato
- Personalización
- Corrige ortografía antes de enviar: mayúsculas, signos de puntuación, sintaxis, etc.
- Incluye un llamado a la acción con enlaces

3 Personalización

La personalización es clave en cualquier estrategia de mercadeo móvil, y los mensajes de texto no son la excepción. **Incluir el nombre de la persona o un campo personalizado** (direcciones, productos, descuentos, códigos personalizados, etc.) denotará que conoces a tu cliente o prospecto. Además, generará mayor interés.

4 Códigos cortos

Los **códigos cortos** son los **números remitentes de los SMS** en la mayoría de los territorios de Latinoamérica, lo que los hace confiables y regulados.

Idealmente deberías tener un código corto con tu proveedor que te **permita personalizarlo para que llegue con el nombre de tu empresa o tu emprendimiento**. Pero esto puede ser muy costoso para alguien que recién está iniciando este proceso.

Los proveedores de mensajes de texto ofrecen códigos cortos verificados compartidos, esto ayuda a economizar gastos y a dar una visión profesional a tu mensaje de texto.

No te recomendamos enviar mensajes de texto desde números personales. Esto le resta validez a tu mensaje, es poco profesional y se puede tomar como un intento de estafa o uso indebido de una base de datos.

5 Flujos de comunicación o campañas dependientes

Crear mensajes automatizados siempre será lo mejor para crear flujos de comunicación constante y acorde a las necesidades de tus clientes o prospectos. Muchos proveedores de mensajería de texto **ofrecen la opción de campañas dependientes que son la clave** para que tus comunicaciones sean personalizadas y acorde a tus objetivos de negocio.

¿Cómo funcionan? Como te decíamos en el primer punto, en la construcción del mensaje, **es clave que incluyas llamados a la acción con enlaces o respuestas**. Ya con esto implementado, dependiendo de la respuesta/clics que se tenga sobre un mensaje en particular puedes **desencadenar una serie de mensajes adicionales que solo llegarán al cliente o prospecto** si tú así lo decides desde la planificación de tu estrategia.

6 Cuándo enviar

Al igual que en cualquier otra plataforma de marketing, **no existe "la mejor hora"** para enviar un mensaje de texto. Todo dependerá de tu público objetivo y cuándo se enganchan mejor con tus comunicaciones. Puede que tu público revise su celular todas las mañanas antes de iniciar el día laboral o puede que dediquen las tardes a esto. Hay otros casos en que la hora de almuerzo es la más apetecida porque los prospectos están con más tiempo libre.

Analiza tu público y haz pruebas sobre las mejores horas para enviar.

Recuerda que, según cada país, hay horarios y restricciones sobre el envío de mensajes de texto o comunicaciones comerciales. **Ten en cuenta esto.**

5 Mide, ajusta y vuelve a enviar

Los consejos que te hemos dado antes son clave para que **tu estrategia de mensajes de texto inicie con el pie derecho**. Pero, como todo, hay que **lanzar, medir, analizar, construir y volver a probar**.

Recuerda que diferentes mensajes, el tono de comunicación, la hora, el llamado a la acción y todos los demás factores varían en cada público. **Prueba y error, no lo olvides: nadie llegó a la cima en el primer intento.**

