

# TIPS & TRICKS SMS KAMPAŇ

## VŽDY BEZ DIAKRITIKY

SMS-ka musí byť zásadne bez diakritických znamienok typických pre slovenčinu ako mäkčeň a dĺžeň.

Problematické môžu byť aj niektoré špeciálne znaky ako napr. €, „, £, [], {}, tieto sa nemusia adresátovi zobrazíť. Odporúčame otestovať si funkčnosť špeciálnych znakov, a ak sa nezobrazia, nahradiť ich bežnými, napr. EUR a pod.

## ZAUAŤ NA ZAČIATKU

Aby ste u adresáta hneď v úvode prelomili negatívnu reakciu, je dobré zaujať ho už prvými slovami SMS-ky. Ideálne je zachytiť v nich hlavnú podstatu vašej ponuky, hlavný benefit, od ktorého očakávate, že priláka záujem. Je potrebné naformulovať ho dostatočne atraktívnym spôsobom, napr. „Zlava 20 EUR na...“ alebo „Vecera zadarmo...“ a pod.

Odporúčame používať čo najkonkrétnejšie vyjadrenia a vyhýbať sa všeobecným, napr. „Usetrite 15 EUR...“ znie oveľa atraktívnejšie než „Ziskajte skvele vyhody...“

Zaujať môže aj výstražné zvolanie, napr. „Pozor!“, „Novinka!“ a pod.

Aby ste naozaj zaujali aj ďalším obsahom SMS, je potrebné pre vašu ponuku vybrať správnu skupinu adresátov – takých, u ktorých je skutočný potenciál a predpoklad na využitie ponuky. Takí čitatelia budú mať prirodzený záujem, ak budú ponukou oslovení.

## NÁKUPNÝ ODKAZ NA ZÁVER

Nezabudnite adresáta nasmerovať do svojho eShopu, predajne či na linku telefonického predaja, kde môže prezentovanú ponuku využiť. Ak má SMS-ka priniesť reálne predajné výsledky, toto je nevyhnutná podmienka.

Adresát prirodzene podvedome očakáva nákupný odkaz v závere vašej SMS-ky. Takže po úderom atraktívnom úvode a stručnom vysvetlení ponuky zakončíte inštrukciami pre využitie ponuky.

## MENEJ JE VIAC

Dobrá SMS-ka je krátka. Pohľad na príliš dlhý text, ktorý treba čítať, môže adresáta vyslovene odplašiť. Preto odporúčame vyjadrovať sa stručne a výstižne. Ideálna dĺžka SMS-ky by nemala presiahnuť 200 znakov vrátane medzier.

Berte do úvahy, že záujem adresáta o vašu reklamnú SMS-ku je oveľa nižší ako ten váš. Niektorí ju dokonca môžu chápať ako obťažovanie. Preto ich nezahlcujte dlhým textom, ale odovzdajte im svoju informáciu čo najjednoduchším spôsobom.

## DÔLEŽITÉ ZVÝRAZNIŤ, NEPODSTATNÉ VYPUSTIŤ

Dôležité informácie je vhodné zvýrazniť, aby vystúpili do popredia. Dá sa pracovať s veľkosťou písmen, napr. celé slovo alebo spojenie napísať veľkými písmenami – „DARCEK“ alebo „ZLAVA 30 %“ a pod. Môžete tiež využiť medzery medzi znakmi, napr. „Z A D A R M O“.

Zachovajte primeranú mieru a nepreháňajte, aby nebolo každé druhé slovo zvýraznené. SMS by sa stala neprehľadnou a zmysel zvýraznenia by sa stratil. Ideálne je v rámci jednej SMS-ky zvýrazniť jedno slovo/slovné spojenie. Zoberť do úvahy, že číslice alebo niektoré skratky píšeme v SMS-ke tiež veľkými písmenami a vizuálne tak zahusťujú množstvo zvýrazneného textu.

**Menej podstatné informácie do SMS-ky nedávajte. Snažte sa písať čo najstručnejšie.**

Vyhýbajte sa väčšiemu počtu technických a číselných údajov, dátumov či názvov. Toto rozptyľuje pozornosť čitateľa a zhoršuje čitateľnosť. Užívajte iba tie fakty a informácie, ktoré sú naozaj potrebné na pochopenie ponuky.