



3/10
2010-10-12

I detta nummer:

- Framgångsrik mobil marknadsföring.
- Mobilköpen ökar igen.
- mClub – kundklubb via mobilen.
- Får man skicka sms-reklam till vem som helst?

BoConcept



Kim Andersen,
BoConcept Sverige

Framgångsrik mobil marknadsföring

BoConcept är en dansk global möbelkedja med 240 framgångsrika franchisebutiker i 50 länder, centralt belägna i storstäder. I Sverige finns BoConcept i Malmö, Göteborg, Jönköping, Halmstad och med 4 butiker i Stockholm.

Kim Andersen är service- och logistikchef på BoConcept Sverige:

-"Jag har haft det här jobbet sedan januari 2008. Då hade vi redan varit kund hos InTime sedan 2004 och samarbetet har sedan dess fortsatt och fördjupats. Jag såg direkt en positiv fördel med kontakten via kundens mobil för att få så snabb omsättning på vårt lager som möjligt."

-"Vi använder affärssystemet Axapta, där kundens mobilnummer ligger till grund för kundens order hos oss. Därför blev det naturligt att ta direkta kundkontakter med information via deras mobiler. I vår databas kan vi även använda de olika butikernas kundregister för att skicka information om gemensamma eller lokala events."

-"Sedan starten med InTime har vi bara sett positiva möjligheter att utveckla tjänsten med olika erbjudande till kunderna. Exempel på detta är separata VIP-inbjudningar till vissa utvalda kunder, jul och sommarrea, lagerutförsäljning samt rabatterbjudanden på vissa varor. Den stora fördelen är att vi enkelt och snabbt kan utforma ett meddelande och sprida det till våra kunder omgående. Med så pass kort framförhållning är det oftast svårt att nå kunderna på annat sätt. Vi får också bra direkt respons från våra kunder som både ringer och sms:ar tillbaka direkt angående de erbjudanden vi skickar ut."

-"Vi är jättenöjda med den snabba kundservicen och fantastiska supporten vi får från InTime och att vi som ofta är ute i sista stund alltid får hjälp. Ingen uppgift är omöjlig. Vi får även hjälp med att sortera i våra kundkategorier beroende på storlek på utskick och budskap, samt tips på bra förkortningar till de texter vi sänder ut." avslutar Kim.

+3,9
miljoner
lurar

Mobilköpen ökar igen

Försäljningen av mobiltelefoner i Sverige har ökat under våren och sommaren. Branschföreningen MTB justerar prognosen för helåret 2010 till 3,9 miljoner, vilket innebär en ökning med 300 000 mobiler från 2009. Det är framförallt försäljningen av så kallade smartphones som ökar mest.

... och du kan sända sms till alla. ☺

mClub



Vid uppläggnen av ditt konto får du denna A5-skyld som informerar dina kunder om hur de gör för att bli medlem

mClub – kundklubb via mobilen

Mobil marknadsföring till en kundklubb är mycket effektivt. Använd den för att vårda och stärka relationerna, ge dem förhandsinformation, förmånliga erbjudanden, VIP-inbjudningar och andra mervärden. Skicka meddelanden direkt från din dator till medlemmarnas mobil via sms. Med mms kan du även bifoga bilder.

Men hur får du veta kundernas och presumtiva kunders mobilnummer? Svaret är **mClub**, din mobila kundklubb som medlemmarna själva administrerar.

Medlemmarna anmäler sig till 71050 med din unika kod

Medlemmarna registrerar sig själva med ett sms med din unika [kod] till 71050. De som inte längre vill vara med skickar bara ett nytt sms till 71050 med [kod stopp]. Det är mycket snabbt och enkelt och innebär att medlemmarna själva underhåller registret åt dig.

Du kan svara på medlemsanmälan direkt med ett automatiskt introduktionserbjudande eller välkomsthälsning om du vill. mClub är självklart helt kostnadsfritt för medlemmarna och de kan stänga av tjänsten tillfälligt, t ex vid utlandsresor.

Har du också en egen sändlista för sms kan du göra utskick både till denna och till medlemsregistret mClub. Om ett mobilnummer finns med i flera valda kontaktgrupper så kommer det endast att gå ut ett meddelande till mottagaren i sändningen.

Läs mer: www.intime.nu/sv/vaara-sms-tjaenster/intime-messenger/mclub.aspx

Inga fler sms-erbjudanden?

Vad säger lagen?

Får man skicka sms-reklam till vem som helst?

Marknadsföringslagen gäller all marknadsföring oavsett medium - alltså oavsett om det är reklam via post, tv, e-post, sms eller något annat. Huvudregeln i marknadsföringslagen är att privatpersoner måste ha lämnat sitt samtycke på förhand till direktreklam som riktar sig specifikt till den personen. Kravet på samtycke på förhand gäller dock inte företag.

Ett alternativ till samtycke är om mottagaren har en etablerad kundrelation med avsändaren, t ex om mottagaren tidigare har köpt en vara eller tjänst från avsändaren. Avsändaren får då utan föregående samtycke skicka direktreklam till mottagaren under följande förutsättningar:

1. Att reklamen är från samma bolag som tidigare sålt likartade varor/tjänster.
2. Att mottagaren inte motsatt sig denna typ av marknadsföring och vid varje tillfälle ges möjlighet att avregistrera sig från framtida reklam.

Det sista, att mottagaren ska kunna avregistrera sig från sändlistan är mycket viktigt, inte minst för att behålla förtroendet för dig som avsändare. Att skicka reklam till mottagare som känner sig spammade kan få helt motsatt effekt så att du tappar kunder istället för att vinna nya.

Alltså; när du gör reklamutskick – glöm inte att meddela hur man ska göra om man inte vill ha fler utskick. Och glöm inte att ta bort dem ur sändlistan så att du inte gör misstaget igen.

Ett bra sätt att hantera det är att använda vår nya tjänst **mClub**. Då registrerar mottagarna sig själv – och tar också bort sig själva från sändlistan om dom inte vill ha fler utskick.

Läs mer om reklamreglerna: www.intime.nu/sv/sms-skolan/reklamregler.aspx

www.intime.nu

InTime International AB - 0920-260980 - lars@intime.nu - marina@intime.nu