**Checklist Operciones sms**

**10 puntos a verificar antes de enviar**

[](https://www.digitaleo.fr/?utm_source=checklist&utm_medium=sms)

**Los 10 puntos a verificar**

Para saber más, solicita una demo personalizada y gratuita



[**solicitar demo**](https://www.digitaleo.es/solicita-demo-personalizada)

Mi base de datos está verificada y actualizada regularmente. He obtenido la BBDD de maneras directas y siguiendo la LPD

He personalizado el remitente del SMS con el nombre de mi empresa para hacer el SMS reconocible por el cliente.

He integrado un campo personalizado (como el nombre) para que el SMS sea más impactante.

El mensaje no tiene más de 160 caracteres. Es claro y conciso.

Mi mensaje contiene un solo objetivo que es fácilmente identificable por el cliente. Ofrezco un beneficio al cliente.

El mensaje es relevante para el cliente y le anima a la acción.

El mensaje no tiene faltas de ortografías ni abusa de las mayúsculas ni de las llamadas a la acción innecesarias.

Los contactos pueden desabonarse de mis envíos (Indicar STOP para mensajes con el remitente personalizado).

El día y el horario de envío es adecuado para el tipo de cliente (No están aceptadas las comunicaciones comerciales envíos el Domingo, días festivos o entre las 20h y las 8 de la mañana)

He enviado un mensaje de prueba al menos a dos personas para validar el contenido del SMS.

Nombre de la campaña: \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_\_ \_ \_

Segmentación del SMS : \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_\_ \_ \_

Fecha y hora del envío: \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_\_ \_ \_\_ \_ \_\_ \_ \_

Acción que realizará el cliente :\_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_\_ \_ \_

Objetivo : \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_\_ \_ \_\_ \_ \_ \_ \_ \_

Medida del éxito de la campaña : \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_\_ \_ \_

**Operaciones, segmentación y objetivo**