

Do's and Don'ts for SMS-kommunikasjon

Innledning

SMS er en kraftfull kanal for å nå kunder direkte, men den må brukes med omtanke. Denne guiden gir deg en enkel og oversikt over hva du bør og ikke bør gjøre for å lykkes med effektiv, trygg og profesjonell SMS-kommunikasjon.



Do's – Dette bør du gjøre

1. Skaff tydelig samtykke

Sørg for at mottakeren har gitt klart og dokumentert samtykke til å motta SMS. Bruk gjerne double opt-in for ekstra sikkerhet.

2. Bruk personalisering

Tilpass meldingen med kundens navn eller relevant informasjon. Personlige meldinger gir høyere engasjement og føles mer relevante.

3. Gi enkel avmeldingsmulighet

Legg alltid inn en enkel måte å melde seg av, f.eks. «Svar STOPP». Dette er både god praksis og et lovkrav.

4. Send på riktige tidspunkter

Unngå tidlige morgener og sene kvelder. Ideelt sendetidspunkt er mellom klokken 10–18.

5. Hold meldingen kort og tydelig

SMS bør være konsis. Maks 160 tegn anbefales. Kom raskt til poenget og bruk en tydelig CTA.

6. Segmenter publikumet ditt

Send kun relevante meldinger basert på kundens adferd, preferanser eller kjøpshistorikk. God segmentering reduserer avmeldinger og øker konvertering.

7. Test og optimaliser (A/B-testing)

Prøv ulike tekstvarianter, tidspunkt og CTA-er for å forbedre resultater fortløpende. SMS gir raske svar, så testing gir rask læring.

8. Analyser resultatene

Følg med på leveringsrate, CTR, avmeldinger og konvertering. Bruk innsikten til å justere strategien.

9. Optimaliser landingssiden

Sørg for at lenken i SMS-en leder til en mobilvennlig side som matcher budskapet i meldingen.

10. Følg gjeldende lover og regler

Sørg for korrekt håndtering av kundedata og samsvar med GDPR og Markedsføringsloven. Dokumenter samtykke og sikre trygg databehandling.



Don'ts – Dette bør du unngå

1. Ikke spam

For mange meldinger skaper irritasjon. Hold deg til maks 1–2 kampanjer per uke, og la automasjoner håndtere resten.

2. Ikke send meldinger for sent

SMS etter kl. 21 oppleves som påtrengende og skaper negative assosiasjoner.

3. Ikke glem avsendernavn

Mottakeren må umiddelbart forstå hvem meldingen kommer fra. Bruk et tydelig og gjenkjennelig avsendernavn.

4. Unngå lange og kompliserte tekster

SMS skal være enkel og lett å konsumere. Lange budskap hører hjemme i en e-post.

5. Ikke bruk utydelige eller suspekte lenker

Bruk sikre og korte lenker, unngå URL-er som kan trigge spamfiltre eller skape mistillit.

6. Ikke bruk sensitive personopplysninger

Unngå all deling av personnummer, betalingsdetaljer eller andre sensitive data. SMS er ikke kryptert.

7. Ikke overbruk emoji

En emoji kan fungere fint, men for mange virker useriøst og kan påvirke leveringsraten.

8. Unngå overdreven hastverks-retorikk

For mye «SKYND DEG!» eller «KUN I DAG!» sløver effekten og føles stressende.

Eksempler



God SMS:

«Hei Anna! Få 20 % rabatt på alle varer i dag. Klikk her: strex.no/rabatt – Hilsen SportX. Avreg? Avmeld til 2222»



Dårlig SMS:

«Hei! Vi har et kjempetilbud du MÅ sjekke ut nå!!! Klikk på denne lenken: bit.ly/xyz123»

Oppsummering – Sjekkliste

- Har du tydelig samtykke?
- Er meldingen kort, tydelig og personlig?
- Har du inkludert avsendernavn og avmeldingsmulighet?
- Er tidspunktet riktig?
- Er lenken trygg og relevant?
- Er teksten tilpasset segmentet?
- Matcher landingssiden budskapet i meldingen?
- Følger du GDPR og Markedsføringsloven?