**M-commerce na fali. Wiodący polski system wprowadza powiadomienia push na smartfony, które wyślą marketerzy**

**To wyjątkowa nowina dla wszystkich marketerów, którzy obsługują markę posiadają aplikację mobilną. Redlink, znany z profesjonalnej obsługi wysyłek e-mail i SMS dla klientów z sektora enterprise, wypuszcza na rynek innowacyjny moduł do wysyłki wiadomości mobile push. Prawdziwą nowością jest intuicyjny panel, w którym przygotowanie i wysyłka powiadomień nie będą wymagały pomocy developera. Redlink to pierwszy taki polski system, w którym marketerzy zanalizują również wyniki kampanii.**

Moduł będzie dostępny dla klientów od marca b.r. Po prostej rejestracji marketerzy, bo to do nich kierowany jest produkt, będą mogli tworzyć powiadomienia push zawierające tekst i multimedia, a także dodadzą dowolny dźwięk, który usłyszy odbiorca wraz z nadejściem komunikatu. W planowaniu kolejnych kampanii pomogą szczegółowe dane nt. wysyłek, wskazujące m.in. kiedy dani użytkownicy otwierają pushe i podejmują dalsze działania korzystne z punktu widzenia firmy, a także zbierane dane o użytkownikach.

-*Poza zdobyciem wiedzy o odczytanych wiadomościach, system pozwala na pełną personalizację notyfikacji. Osoba, która ogląda w aplikacji produkty sklepu, może po paru minutach otrzymać przypomnienie z propozycją dodania ich do koszyka. Co więcej, Redlink dzięki dedykowanej bibliotece SDK daje możliwość dodania do pusha przycisków akcji, przenoszących odbiorcę do dowolnego miejsca w aplikacji lub na stronie www. To ogromna szansa na aktywizację posiadaczy zainstalowanych na smartfonie aplikacji sklepów czy programów lojalnościowych.* - opowiada Tomasz Pakulski, dyrektor zarządzający w Redlink.

**To nie koniec korzyści**

Redlink już teraz pozwala na smart integrację kanałów e-mail i SMS oraz tworzenie scenariuszy automatycznych wysyłek. Teraz do cyklu komunikacyjnego przedsiębiorcy będą mogli dołożyć powiadomienia mobile push. W ten sposób Redlink chce pomóc marketerom w optymalizacji budżetu na promocję. Panel narzędzia umożliwia ułożenie ścieżki, zgodnie z którą wybrany segment użytkowników otrzyma np. powiadomienia push, a w przypadku braku ich otwarcia w ciągu 24 godzin - zostanie wysłana do nich wiadomość e-mail lub SMS. To ogromna szansa na skuteczne dotarcie do większości odbiorców, a także okazja dla sklepów organizujących ograniczone czasowo promocje.

**Prosta droga do zamiany w klienta**

Za pomocą mobile pushy użytkownicy aplikacji mają być nakłaniani do częstszych interakcji z firmą, np. do robienia zakupów.

-*Notyfikacje push cechują się niskim jednostkowym kosztem dotarcia do odbiorcy, a także możliwością łączenia z innymi technologiami, np. geolokalizacją. Firmy, które ich nie wysyłają, tracą po prostu wiele pieniędzy zainwestowanych w aplikację. Osoby otrzymujące pushe robią zakupy 10 razy częściej, co udowodniła badaniami firma Leanplum. Dlatego już teraz zachęcam do testowania naszego nowego modułu.* - dodaje Tomasz Pakulski.