



smsenvoi

Ce livret blanc vous est offert par SMSEnvoi

Sommaire

Introduction	02
Le Marketing Direct en quelques chiffres	04
Définition.....	05
Les chiffres clés	05
Focus sur les emailers	06
L'efficacité de l'Emailing	07
Focus sur le SMS	08
Découvrez les différentes utilisations des SMS	10
1. Le SMS Publipostage	11
2. Le SMS Anniversaire	13
3. La Réponse par SMS	14
4. Le SMS enrichi	15
5. Les SMS Landing Pages	16
6. Les SMS automatisés par API SMS	17
Conclusion	19

Introduction

Comment communiquer en temps réel avec ses clients depuis n'importe quel endroit dans le monde ?

Le SMS répond à une problématique de communication actuelle et son succès n'est plus à prouver. En effet, 48,63 millions des français utilisent leur smartphone soit un taux de pénétration de 75% en 2018 d'après une étude de [Hootsuite](#). Vos clients gardent donc leurs mobiles dans leur poche et le consulte régulièrement, 1 heure 42 en moyenne d'après la [LCl](#). En effet, grâce à son mobile, le client devient accessible instantanément, en tous lieux et à toute heure.

Par ailleurs, envoyer des SMS est simple et rapide autant pour l'émetteur que son destinataire. Un dialogue peut donc s'établir sans délai. Il s'agit donc d'un moyen de marketing direct efficace. L'usage d'internet sur les smartphones vous permet également de rediriger les utilisateurs par SMS vers une page de promotions, ou la présentation d'un nouveau produit.

L'envoi de SMS par internet est donc un moyen rapide et peu coûteux de contacter un grand nombre de personnes à travers le monde. Il permet aux marques de se rapprocher des clients pour connaître leurs habitudes d'achat et de les contacter de manière individualisée.

Le smartphone est en effet le principal outil de communication, avec les SMS et l'accès à internet.

La multiplication des applications de messagerie a très certainement largement contribué à cette croissance à travers le monde, avec Whatsapp et iMessage. Mais ces applications n'étant pas toutes compatibles entre elles, comment faire quand une marque souhaite communiquer avec plusieurs individus ? C'est là l'un des points forts des SMS : **ils fonctionnent sur tous les mobiles.**

L'importance du marketing mobile

Le SMS, avec ses 27 ans de loyaux services, est toujours un moyen de communication à la mode. D'après la Mobile Marketing Association en France, le nombre de messages marketing et transactionnels a augmenté de 24% entre 2017 et 2018. À cela s'ajoute le nombre moyen de SMS publicitaire qui s'élève à 5,6 messages par mois contre 4,5 messages en 2017. Les entreprises envoient donc plus de SMS à leurs clients car il est le seul moyen de communication qui atteint un taux d'ouverture de plus de [96%](#). D'un point de vue des consommateurs, le SMS est toujours vu comme un excellent moyen de communication pour l'envoi d'offres personnalisées de la part de leurs marques préférées.

Les consommateurs attendent toujours plus des marques, les SMS enrichis et le RCS (Service de Communication enrichi ou Rich Communication Services) de demain permettront de créer une véritable plateforme de conversation sur l'ensemble des smartphones de la planète.



Le nombre de messages **marketing**
et **transactionnels** a augmenté de
24% entre 2017 et 2018



À cela s'ajoute le nombre moyen
de SMS publicitaire qui s'élève à
5,6 messages par mois contre
4,5 messages en 2017

1

**Le Marketing direct en
quelques chiffres**

Définition

D'après le dictionnaire Larousse, le Marketing est «l'ensemble des actions qui ont pour objet de connaître, de prévoir et, éventuellement, de stimuler les besoins des consommateurs à l'égard des biens et des services, et d'adapter la production et la commercialisation aux besoins ainsi précisés. »

Les marques utilisent le marketing direct en envoyant un message à leur cible par publipostage. Les différentes techniques sont : l'email, l'appel téléphonique, le SMS, les courriers et les flyers déposés dans les boîtes aux lettres. À la suite de l'envoi du message, le destinataire reçoit le moyen d'y répondre facilement via un coupon réponse, un formulaire sur internet ou par SMS. Le marketing direct est donc interactif et les retours sont largement mesurables. Cette action est possible dans la mesure où l'entreprise dispose d'une base de donnée qualifiée.

Les chiffres clés

Selon la FEVAD, le marché du marketing direct a représenté environ 14 millions d'euros des dépenses publicitaires en 2013, soit près de 45% des dépenses de communication en France. Le marketing digital s'élève à 41% du secteur publicitaire et il devrait dépasser les 50% en 2023. La tendance depuis quelques années, n'est donc plus au marketing direct, mais au marketing relationnel.

La communication n'est plus à sens unique, mais elle vise à devenir plus ciblée, personnalisée et conversationnelle. Les marques doivent donc s'adapter aux consommateurs en proposant de nombreux moyens de communications tout en gardant une continuité pour améliorer la relation avec les clients.

Focus sur les emailers (ou newsletters)

Dans son livre paru aux éditions ENI en septembre 2012 «Webmarketing : définir, mettre en pratique et optimiser sa stratégie 2.0», Guillaume Eouzan, Fondateur et Dirigeant de la MindFruits Web academy présente les graphiques suivants :

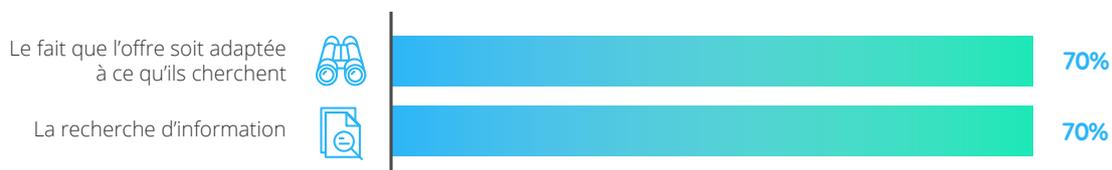
Les facteurs clés d'ouverture

Les principaux facteurs d'ouverture d'un Emailing par les internautes sont :

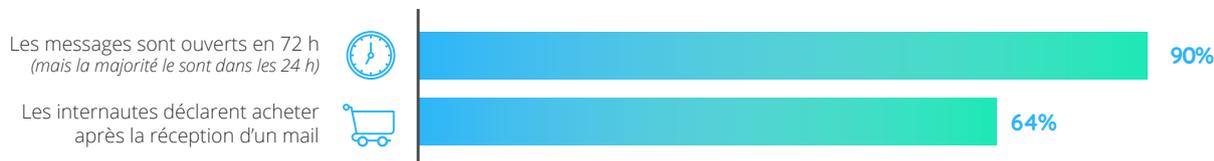


Les principaux facteurs de clics

2 facteurs influencent fortement les clics des internautes :



Autres statistiques



L'efficacité de l'E-mailing

Quelles sont les avantages et les limites de la communication par emails ?

Les avantages

- Le ROI (retour sur investissement) de l'e-mailing est le plus élevé des investissements dans le marketing direct.
- Le taux de pénétration d'internet est supérieur à 99% (mise à jour en 2019)
- La proximité avec le commerce en ligne
- La synergie et l'interactivité avec les sites internet
- La capacité à obtenir de l'information comportementale
- La rapidité de mise en œuvre et de diffusion des campagnes
- La mesure de la performance
- Le faible coût des contacts
- La possibilité de transmission par mail (viral)
- Les capacités de test de deux versions
- La synergie avec les autres outils du Marketing Direct avec les SMS.

Les limites

- 81 % des messages dans le monde revêtent un caractère de spam
- [Le taux d'ouverture des emails est de seulement 43.61%](#) en 2017
- Le taux de pénétration est plus faible sur certaines cibles comme les seniors
- La très faible durée de vie des campagnes
- La saturation des internautes et donc la diminution des performances
- La mauvaise qualité des bases de données et donc une faible délivrabilité

Focus sur le SMS

Les avantages des SMS

Les opérations marketing par SMS ont de nombreux avantages en comparaison des autres moyens. En effet, le SMS Marketing est beaucoup plus interactif et permet de cibler l'ensemble des clients car comme nous l'avons vu précédemment, le SMS ne fait pas de distinction entre l'avancée technologique des différents modèles de téléphone. Selon une étude menée par l'INSEE, le taux de mémorisation des campagnes SMS envoyés par les entreprises est de 60% contre 15% pour les publicités diffusées sur la télévision et sur la radio.

Le format du SMS disponible dans la mémoire du mobile est apprécié par les consommateurs qui peuvent le consulter à n'importe quel moment et le partager en quelques clics.

De plus, les campagnes SMS sont perçues comme un moyen nettement moins agressif qu'une campagne de publicité télévisuelle ou sur la radio. En effet, le client doit donner son accord (opt-in) lorsqu'il communique son numéro de téléphone. À cela s'ajoute la possibilité de se désinscrire à tout moment avec la mention Stop obligatoire à la fin du SMS.

Les horaires sont également important, car le SMS marketing est réglementé par la loi. Il doit être envoyé :

- Du lundi au vendredi de 08h00 à 20h00
- Le samedi de 8h00 à 20h00
- Il est interdit le dimanche et les jours fériés

Le SMS marketing n'est donc pas visuellement imposé aux consommateurs et ne nuit donc pas à l'image de l'entreprise qui l'utilise. Un combo gagnant pour les marques ! La communication par SMS pour des actions marketing directes comme des codes promotionnels ou des informations publicitaires, implique un investissement financièrement faible et peu chronophage pour les entreprises. À la différence des autres formes de mailing direct, le SMS marketing fait appel à une « réponse » ou une « action » du destinataire. Bien qu'il soit peu probable qu'un client réponde à ce SMS, il fera naître en lui une volonté d'agir. Au-delà de cette considération, ce type de communication permet une évaluation de l'action marketing avec les taux d'ouvertures et les taux de clics.

L'envoi de courriers par les marques est plus formel et officiel mais ce moyen est assez froid et intrusif. Au contraire, les emails sont plus impersonnel et trop nombreux. Le SMS est donc un moyen plus chaleureux, moins formel, court (160 caractères en moyenne), car nous recevons en général des SMS de la part de proches ou de notre famille.

Taux d'ouverture des SMS contre l'email



2

Découvrez les différentes utilisations des SMS

1. Le SMS publipostage

Qu'est-ce-que le SMS publipostage?

Le publipostage vous permet de personnaliser chaque message d'une même campagne en intégrant une information comme le nom ou le prénom de vos clients.

Grâce à cette méthode le SMS devient plus personnel et vos clients apprécieront cette touche supplémentaire de votre part.

Quand pouvez-vous utiliser le SMS Publipostage ?

Cette technique consiste à envoyer un message personnalisé pour chaque client (nom, prénom ou tout autre champ) à une personne ou à un groupe d'individus défini à l'avance. Ce groupe recouvre les deux catégories de votre cible : les clients et les prospects. Les clients actuels pourront être fidélisés grâce à la personnalisation et l'envoi d'une promotion ou lors de l'arrivée d'un nouveau produit.

Mais cette technique permet également de convaincre vos prospects d'effectuer un premier achat. Si vous souhaitez augmenter vos parts de marché, vous pouvez également inclure la [location de base de données](#) clients à vos SMS publipostés.

De nombreuses entreprises dans tous les secteurs confondus utilisent le publipostage par SMS pour augmenter la fréquentation en magasin ou en agence.



Comment créer le message idéal pour des SMS publipostages ?

La difficulté principale de ce type de campagne réside dans la taille du SMS : il ne comporte que 160 caractères. La réussite de cette campagne dépendra énormément de la qualité du message.

Ainsi, il convient d'être concis et précis, tout en étant clair et en donnant suffisamment de force à son message pour qu'il éveille la curiosité de votre client. Il est donc primordial que le message soit très pertinent. Pour cela, il vous faudra bien veiller au choix de l'audience. Enfin, pour maximiser les chances de réussite d'une campagne de SMS publipostage, il est très important d'envoyer le SMS en journée, durant la semaine, la pause déjeuner est un très bon moment.

Chez SMS Envoi, nous avons tout prévu et il est très facile de paramétrer la date d'envoi de vos SMS. Pour plus d'informations, connectez-vous gratuitement sur notre plateforme [ici](#).

Quels sont les avantages du publipostage par SMS ?

Tout d'abord, un publipostage par SMS vous permet d'atteindre un très grand nombre de personnes très rapidement. Le temps passé à élaborer la campagne est minime lorsque le but du message et la liste des clients a été défini. Une plateforme SMS comme celle de SMSEnvoi vous permet de gagner du temps et de l'argent car vous pouvez créer et envoyer vos SMS publipostés en quelques clics.

Le publipostage par SMS est un outil très intéressant car il permet de créer une proximité entre les clients et l'entreprise, grâce à la personnalisation. L'avantage concurrentiel parfait!

Enfin, une campagne de SMS par publipostage pour une entreprise est très peu onéreuse. Pour plus d'informations sur les tarifs de SMSEnvoi, vous pouvez consulter notre site ou [cliquer ici](#).

2. Le SMS Anniversaire

Qu'est-ce qu'un SMS Anniversaire ?

Le SMS anniversaire est une campagne destinée aux clients d'une entreprise pour un anniversaire. Il peut s'agir de la date d'anniversaire du client ou de la date du début de la relation entre l'entreprise et le client.

Vous pouvez programmer via notre plateforme l'envoi d'un SMS automatique à la date d'anniversaire de chacun de vos clients. Cette petite attention accompagnée d'une offre personnalisée ravira vos clients et vous permettra de vous différencier de vos concurrents.

Quand pouvez-vous utiliser le SMS Anniversaire ?

Le principal objectif de ce type de campagne est, à travers la symbolique de l'anniversaire, de lier l'entreprise à celle du client, tout en proposant une offre personnalisée. L'offre doit correspondre aux attentes de vos clients pour un meilleur impact.

Les plateformes d'envoi de SMS pour les entreprises dotées d'une API (Application de Programmation d'Interface) permettent d'analyser les réactions de vos clients et d'améliorer vos offres. Il est donc facile d'optimiser sa campagne avec une plateforme pour les entreprises comme celle de SMSEnvoi.

Quels sont les avantages du SMS Anniversaire ?

L'envoi de SMS Anniversaire à vos clients est une très bonne stratégie pour améliorer l'image de marque et la fidélisation. En effet, l'objectif principal de ce genre de campagne est l'aspect humain de la relation entreprise-client et non seulement la vente. L'aspect direct du SMS se combine très bien à une stratégie marketing à long terme qui permet d'augmenter les parts de marché.



3. La Réponse par SMS

Qu'est-ce que la réponse par SMS ?

La réponse par SMS permet aux destinataires du message de répondre à l'entreprise directement par SMS. Concrètement, les entreprises peuvent programmer des SMS en fonction des réponses reçues de la part de vos clients.

La réponse par SMS est utile lorsqu'on attend une réponse de la part des clients suite à une enquête ou pour connaître leurs avis sur un nouveau produit ou un service.

Quand pouvez-vous utiliser la réponse par SMS ?

La réponse par SMS peut être utilisée pour sonder sa clientèle avec les questions suivantes: Êtes-vous intéressé par les offres de notre entreprise ? Êtes-vous satisfait par nos produits ou services ?...

Elle permet également de rassurer les clients lors des commandes et une meilleure gestion de la relation client. L'outil SMS parfait pour fidéliser, augmenter les ventes tant incitatives que croisées.

Quels sont les avantages de la réponse par SMS ?

Le client a besoin de reconnaissance de la part d'une entreprise pour lui être fidèle. La réponse par SMS donnera la possibilité aux clients de discuter avec la marque. Un lien particulier se créera alors entre la marque et ses clients. Le consommateur comprendra alors, que ses besoins et goûts sont pris en compte par l'entreprise et il sera plus enclin à acheter. Dans ces conditions, le SMS ne sera plus seulement vu comme un message publicitaire mais il deviendra un message personnel pour le consommateur.

Grâce au traitement automatisé des réponses, les entreprises auront plus de temps pour effectuer d'autres tâches. Cependant, le dialogue peut être maintenu avec les clients si les entreprises choisissent de répondre de manière individualisé sur les plateformes comme celle de SMSEnvoi.



4. Le SMS enrichi

Qu'est-ce que le SMS enrichi ?

Le SMS Enrichi est un outil complémentaire du message SMS : il permet d'insérer un lien court dans le corps même de votre SMS et renvoie directement vers une page mobile ou une SMS Landing Page.

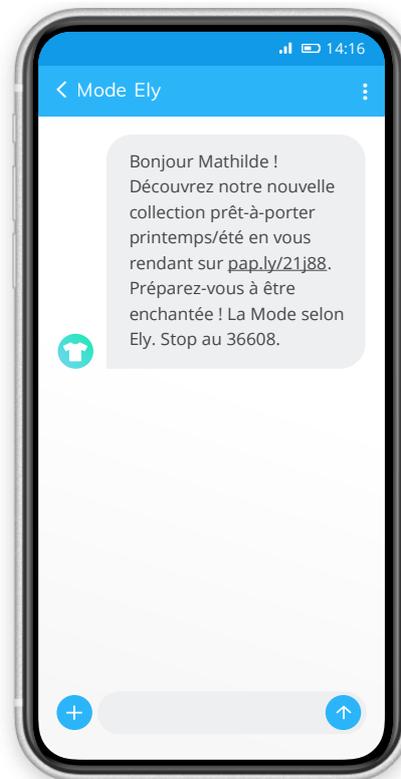
Pourquoi utiliser le SMS enrichi ?

Comme nous l'avons vu, le SMS présente l'avantage d'être personnalisable et très bien perçu de la part des français. Néanmoins, la contrainte des 160 caractères par message et l'absence d'images peut être négligeable pour certaines marques.

Les SMS enrichis vous permettent donc de profiter de l'excellent taux d'ouverture du SMS pour envoyer un message qui renvoie directement vers une page mobile.

Quels sont les avantages d'un SMS enrichi ?

Un SMS enrichi est un « accélérateur de trafic en magasin » très économique. Il permet de présenter en image un nouveau produit à la différence du SMS. Les entreprises peuvent l'utiliser pour des jeux concours ou pour inviter les prospects à venir le découvrir un site internet adapté au mobile.



5. Les SMS Landing Pages

Qu'est-ce que le SMS Landing Pages ?

Les SMS Landing Pages sont des pages web personnalisables adaptées aux mobiles qui permettent de rediriger votre cible vers la page de votre choix. Les SMS Landing pages sont envoyées via notre service de SMS enrichi.

Pourquoi utiliser les SMS Landing Pages ?

Comme les SMS enrichis, les SMS Landing Pages permettent de colorer les SMS en le rendant plus attractif. En effet, vous pouvez créer une page adaptée aux mobiles avec des logos, des images, des vidéos...Grâce aux SMS Landing Pages vous présenterez vos nouveaux produits sur une seule page, cela permettra de réduire les distractions des pages web traditionnelles.

Quels sont les avantages des SMS Landing Pages ?

Les SMS Landing pages vous permettent de présenter toute vos informations en image. De la présentation d'un nouveau produit à une promotion en passant par la collecte d'avis sur votre produit, les Landing Pages modernisent vos SMS.

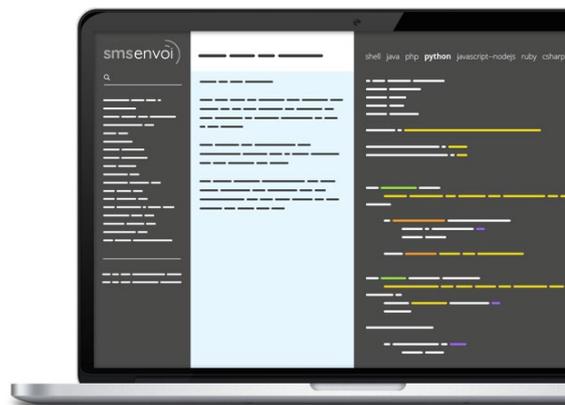
Tout comme le SMS enrichi, les SMS Landing pages vous permettront d'augmenter le trafic de la part de vos clients et prospects. La cerise sur le gâteau ? Elles permettront de vous différencier de vos concurrents et sont très faciles à créer via notre plateforme. Pour découvrir notre plateforme, vous pouvez créer un compte gratuitement ici.



6. Les SMS automatisés par API SMS

Qu'est-ce qu'une API par SMS ?

Une API par une SMS est une intégration à vos logiciels métiers pour automatiser l'envoi de vos SMS. Les Application Programming Interface en anglais, peut se traduire en français par «Interface de Programmation». L'expression désigne un regroupement de fonctionnalités, de typologies de clients, de procédures et de logiciels informatiques. Ils sont gérés et proposés par un fournisseur d'accès API, un système d'exploitation comme Windows ou encore par une bibliothèque informatique.



Ces fameuses interfaces de programmation sont donc des outils multifonctions qui permettent aussi bien de créer les messages, de programmer et d'organiser les envois ou encore d'organiser sa propre segmentation de clientèle. On peut décrire une API comme une simple clé d'accès ou bien comme une interface qui réunit les données issues de plusieurs bases pour permettre une gestion personnalisée.

Pourquoi utiliser les API SMS ?

Les API rendent possible l'interaction de systèmes informatiques entre eux. Dans le cadre de l'envoi de SMS marketing, les entreprises peuvent faire appel à un fournisseur d'API, qui fait payer ses services en règle générale à un tarif faible pour chaque SMS envoyé. Le fournisseur peut aussi imposer des limites et des freins à l'accès à sa plateforme. Ce manque de souplesse peut entraver l'autonomie d'une entreprise. Il est donc préférable d'acquérir un bon logiciel d'envoi de SMS qui intègre les API et permet une gestion des envois de SMS par internet.

Prenons un exemple avec l'association d'une API par SMS et d'une API liée au calendrier de départs

des colis, peut permettre à une boutique en ligne de prévenir par SMS tous ses clients de l'expédition des colis à la bonne date.

Le e-commerçant limite ainsi le nombre d'appels pour les demandes de date de livraison et renforce son image. L'opérateur de téléphonie voit le volume de SMS échangés sur son réseau à la hausse. En ce qui concerne le fournisseur éventuel d'API, il fournit un service efficace qui justifie une facturation à la boutique en ligne.

Quels sont les avantages des API par SMS ?

Les SMS marketing permettent donc de contacter de nombreux clients et prospects facilement et économiquement. L'envoi de SMS par une API peut être utile pour de nombreuses entreprises. Néanmoins, les tarifs des fournisseurs d'API peuvent se révéler très variables.

Les logiciels d'envoi de SMS à caractère publicitaire sont également accessibles à des prix encore très aléatoires. La souplesse en matière de segmentation de clientèle et de contenu des SMS est encore assez importante, le législateur n'ayant pas encore défini de limites précises dans ce domaine. C'est pourquoi il faut s'entourer de professionnels fiables comme SMSEnvoi.

L'utilisation des SMS automatisés grâce aux API est donc un excellent canal de communication pour les entreprises surtout lorsqu'un client demande une réponse immédiate.

Pour en savoir plus sur nos solutions API SMS, rendez-vous sur <https://www.smsenvoi.com/produits/envoi-via-api/>.

Conclusion

Le SMS marketing est une technique de marketing de plus en plus utilisée. Il permet de fidéliser les clients et de créer une relation avec les prospects grâce à l'interaction instantanée. Lorsqu'elle est bien menée, une campagne SMS marketing présente de sérieux atouts qui la rend incontournable dans la stratégie de communication globale d'une entreprise. Vous souhaitez en savoir plus sur les SMS ou sur notre plateforme, notre équipe reste à votre disposition au 01 80 961 962 ou en cliquant [ici](#).

