

SMS marketing, de notification,
conversationnel

On vous dit tout sur les différents types de SMS

Ebook



Digitaleo

Introduction	3
Partie n°1 Le SMS marketing	6
Partie n°2 Le SMS de notification	10
Partie n°3 Le SMS conversationnel	13
Conclusion	16

Introduction

Le téléphone mobile (en particulier le smartphone) s'impose progressivement comme l'écran principal des consommateurs : **en 2019 le taux d'équipement en France était de 95%**¹ et il continue de croître ! Le SMS (qui en est l'une des fonctionnalités primaires) est un support commercial incontournable pour développer son activité, peu importe le secteur.

95%

C'est le taux d'ouverture moyen d'un SMS (5 fois plus élevé que l'email)².

10%

C'est le taux de SMS qui sont considérés comme des SPAMs (contre 50% pour l'email)³.

36%

C'est le taux de clic moyen d'un SMS (contre 3,4% pour l'email)⁴ !

Le SMS est aujourd'hui relativement peu utilisé par les marques, comparé à d'autres canaux de communication comme l'email ou les réseaux sociaux. Par conséquent, **il est plus facile de se démarquer en envoyant un SMS** qu'en envoyant un email qui se fondra dans la masse au fin fond d'une boîte de réception... Sachez d'ailleurs qu'**un SMS est lu en moyenne dans les 3 minutes suivant sa réception**⁴.

Attention, cela ne fonctionne que si le SMS est utilisé à bon escient, et envoyé au bon moment !

Les **campagnes SMS** offrent de nombreuses opportunités aussi bien en termes de marketing relationnel que commercial :

- Prise et confirmation de rendez-vous
- Alerte en temps réel : changement d'horaires, livraison effectuée
- Partage de sondages ou d'enquêtes de satisfaction
- Invitation à des événements en point de vente
- Diffusion d'offres promotionnelles
- Etc...

Selon le sujet que vous souhaitez aborder dans votre message (soldes, alertes rendez-vous, satisfaction client...), différents choix s'offrent à vous quant au type de SMS à utiliser...

Forts de notre expérience et de notre expertise dans le marketing direct, nous vous présentons dans cet e-book **les différents types de SMS professionnels que vous pouvez utiliser.**

Bonne lecture !

#1

Le SMS marketing

DÉFINITION

Le **SMS marketing** consiste à envoyer des **campagnes promotionnelles** ou des invitations à des événements par SMS.

Ces messages sont essentiellement destinés à communiquer des **offres limitées dans le temps, des alertes ou des informations commerciales** à des clients qui ont consenti à les recevoir. Ce canal permet d'envoyer des messages de 149 caractères sur un téléphone mobile.



EXEMPLES

Quelques exemples de SMS marketing qui fonctionnent :



Soldes d'été ! Plus qu'une semaine pour en profiter : jusqu'à -70% en ligne et dans tous nos magasins !
STOP 36400

Bonjour Mme Dupont, pour votre anniversaire nous vous offrons un bon d'achat de 10€ **sur présentation de ce SMS !** STOP 36200

Profitez de **20% de réduction** sur tout le magasin en adhérant à notre programme de fidélité :
<https://programme-fidelite>
STOP 36200

20 ans de notre boutique à Rennes ! Profitez de **5€ de réduction dès 20€ d'achat** (uniquement en magasin). STOP 36100



AVANTAGES

Peu exploité : il permet de vous démarquer car peu utilisé. Pour rappel, **les SMS marketing ont un taux d'ouverture 5 fois plus élevé que les emails** : ils ont ainsi plus d'impact auprès des clients et sont **plus susceptibles de générer du trafic** en point de vente ou sur votre site internet.

Plus écologique : en comparaison à l'email ou à une campagne print, le SMS marketing a une empreinte carbone beaucoup plus faible (4g pour un email classique contre 0,00215g pour le SMS)⁵ !

Simple d'utilisation : le message peut être programmé (date et heure) et envoyé en masse, en temps réel, et, contrairement à l'email, il **ne nécessite aucune création graphique** (sauf pour un SMS avec landing page). Avec une **solution de marketing** direct, la mise en place de ce type de SMS est à la fois simple et rapide.

Prospection : contrairement aux autres SMS présentés dans cet ebook, le SMS marketing peut également être utilisé pour **communiquer auprès d'une base de données louée**. Cela vous permet d'élargir votre zone de chalandise.

Attention tout de même à bien **préciser le nom de votre marque**, en utilisant un TPOA, pour que les clients sachent qui s'adresse à eux. Dans le contenu du SMS, n'oubliez pas également de rappeler l'adresse de votre point de vente si nécessaire ainsi que les **conditions de l'offre** (validité, sur présentation du SMS...).



CONTRAINTES

La mention STOP : elle est **obligatoire lorsque le nom d'expéditeur est personnalisé**, et limite donc à **149 caractères** la taille du message. Le défi est donc d'être clair et concis pour toucher votre audience. Si toutefois vous souhaitez dépasser cette limite, sachez que c'est possible, mais vous paierez un supplément : par exemple pour envoyer un message 3 fois plus long, vous paierez le prix de 3 SMS.

RGPD : une autre règle à ne pas négliger, c'est le consentement de vos clients. Comme pour toute information client, le numéro de téléphone est une donnée personnelle protégée par le RGPD.

Assurez-vous donc d'avoir l'opt-in de vos clients avant de leur envoyer des communications à visée promotionnelle.

Les horaires : il est important de veiller à l'heure d'envoi de vos SMS promotionnels. **Les SMS marketing sont à proscrire le dimanche, les jours fériés et la semaine entre 20h et 8h !**



! DANGER ! DANGER ! DANGER ! DAN

#2

Le SMS de notification

DÉFINITION

Beaucoup plus personnalisé que le SMS marketing, **le SMS de notification a pour but d'informer un client** suite à une action réalisée auprès de votre entreprise. Il permet par exemple d'**avertir qu'une commande est prête ou de rappeler un rendez-vous**.

Le message est déclenché suite à une **action réalisée par le destinataire**, à un moment précis et est pertinent pour le destinataire. C'est un moyen de **rendre service et faciliter la vie des clients** de façon ponctuelle et pour une raison bien particulière.



EXEMPLES

Quelques exemples de SMS de notification qui fonctionnent :





AVANTAGES

Délivrabilité rapide : un SMS de notification est censé arriver en moins de 5 secondes, contrairement au SMS marketing qui peut mettre plusieurs minutes à arriver à destination. Chez Digitaleo les notifications sont prioritaires et envoyées via des routes dédiées.

Pas de mention STOP, donc pas de désabonnement car ce sont des SMS informatifs.

Pas de contrainte horaire, pas de SPAM.

Le SMS de notification est un vrai levier de fidélisation !

Attention tout de même à ne pas abuser de ces avantages : il ne s'agit pas de harceler vos clients mais de communiquer de manière pertinente avec eux.



CONTRAINTE

Mis en place plus chronophage : la plus grande contrainte du SMS de notification est qu'il faut être en mesure d'**enregistrer les actions de vos clients dans votre CRM** et de le connecter à votre outil d'envoi de SMS. C'est d'ailleurs tout l'enjeu d'une [API SMS](#), qui crée une interconnexion entre ces deux outils.

#3

Le SMS conversationnel

DÉFINITION

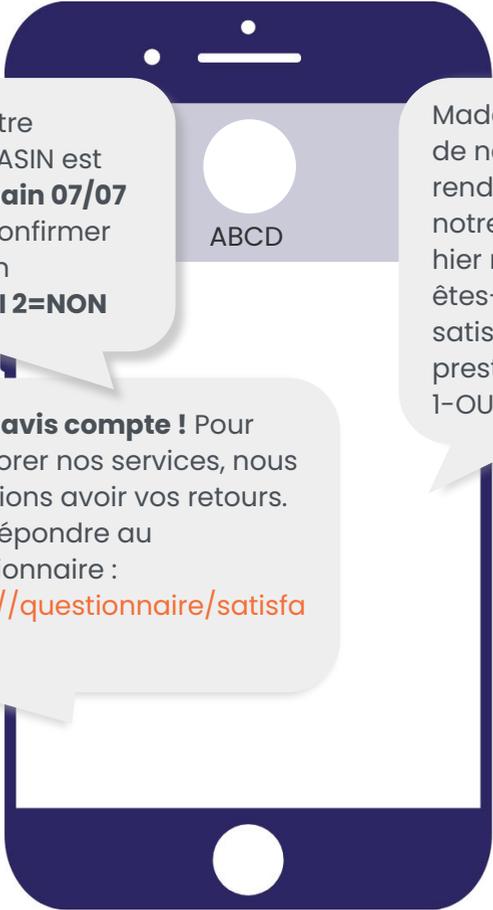
Le **SMS conversationnel** sert à **poser une question à un contact, lui demander son avis** : une réponse est généralement attendue. Il permet également au client de **lancer lui-même la conversation** s'il a besoin d'un service, d'un produit ou encore s'il a une question.

Il peut s'agir d'un message visant à **évaluer leur satisfaction** vis-à-vis d'une prestation, à demander **confirmation** aux clients (avant une livraison par exemple) ou à **solliciter leur avis**.



EXEMPLES

Quelques exemples de SMS conversationnels qui fonctionnent :



La livraison de votre commande MAGASIN est prévue pour **demain 07/07 entre 9h et 12h**. Confirmer votre présence en répondant : **1=OUI 2=NON**

Madame X, merci de nous avoir rendu visite dans notre concession hier matin, êtes-vous satisfaite de la prestation reçue ?
1-OUI, 2-NON

Votre avis compte ! Pour améliorer nos services, nous aimerions avoir vos retours. Pour répondre au questionnaire :
<https://questionnaire/satisfaction>



AVANTAGES

Interactions : le SMS conversationnel permet de **générer des interactions avec les clients** et de **solliciter leur avis**. Ils se sentent ainsi considérés par la marque.

Simplicité pour le client : les SMS conversationnels arrivent toujours dans la même conversation côté destinataire.

Joignabilité : le format de numéro (numéro long) du SMS conversationnel permet d'être facilement joignable par SMS et par téléphone

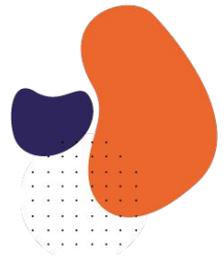
Pas de contrainte horaire, pas de SPAM, ni de mention STOP comme pour le SMS de notification.



CONTRAINTE

Organisation et réactivité : si vos clients vous posent une question, ne répondez pas 2 jours plus tard ! Pour info, le délai de réponse jugé acceptable pour ce type de SMS est de l'ordre de quelques minutes et non de plusieurs heures. **Cela suppose alors une bonne organisation.** Des outils permettent justement de pallier ces contraintes, par exemple en programmant des réponses automatiques...

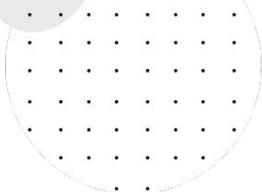
Conclusion



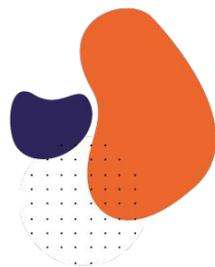
L'utilisation du SMS est un vrai levier pour **créer du lien et fidéliser les clients**. Ce canal demeure une **valeur sûre** pour communiquer efficacement et **piloter sa stratégie de marketing local**, que ce soit lors d'opérations commerciales avec le SMS marketing, pour des alertes ponctuelles et individualisées avec le SMS de notification, ou encore pour générer des interactions avec le SMS conversationnel.

Maintenant que vous connaissez les différents types de SMS ainsi que leurs usages, leurs avantages et leurs contraintes, il ne vous reste plus qu'à **saisir les bonnes opportunités pour en tirer profit** lors de vos campagnes.

Pour ce faire, il est important de vous équiper d'une solution pour **gérer vos campagnes SMS et analyser leurs performances**. Digitaleo vous permet de gérer via une seule et même plateforme toutes vos campagnes de communication : cela passe notamment par le canal SMS, mais pas seulement ! Digitaleo vous permet de réaliser vos campagnes email automatisées, de gérer vos réseaux sociaux et vos avis clients, de maîtriser votre visibilité en ligne, et bien plus encore...



Pour finir



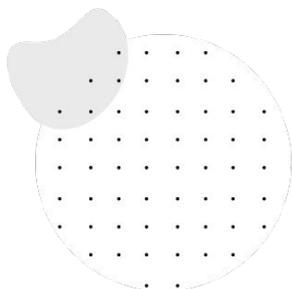
Nous espérons que ces exemples vous auront donné des **idées pour communiquer** via le canal SMS en exploitant tout son potentiel.

N'oubliez pas les **bonnes pratiques** propres à toutes communications et tâchez de toujours vous poser ces questions avant chaque envoi :

- Quel est l'**objectif** de ma campagne ?
- Quelle est ma **cible** ?
- Quel **message** je souhaite faire passer ?
- Quel **canal** vais-je utiliser ?

En bref, soignez vos contenus et réinventez vos communications pour garder un lien fort avec vos clients !

Toutes les équipes de Digitaleo restent bien évidemment à vos côtés et à votre disposition en cas de doutes ou si vous avez besoin de conseils avant l'envoi de votre campagne.



Sources

1. Le mobile s'impose comme premier écran
https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/cge/barometre-numerique-2019.pdf
2. Chiffres clés du marketing 2020 : taux d'ouverture du SMS marketing
<https://www.kissthebride.fr/chiffres-cles-marketing/les-chiffres-cles-du-marketing-novembre-2020/>
3. Taux de Spam du SMS
<https://mondedumail.com/sms-marketing-liste-ultime-des-statistiques-2020/>
4. Taux de clic moyen du SMS
<https://www.webmecanik.com/campagne-de-sms-marketing/>
5. Le SMS : moins polluant que l'email
<https://youmatter.world/fr/>

Ne vous arrêtez pas en si bon chemin 😊

Demandez une démo !



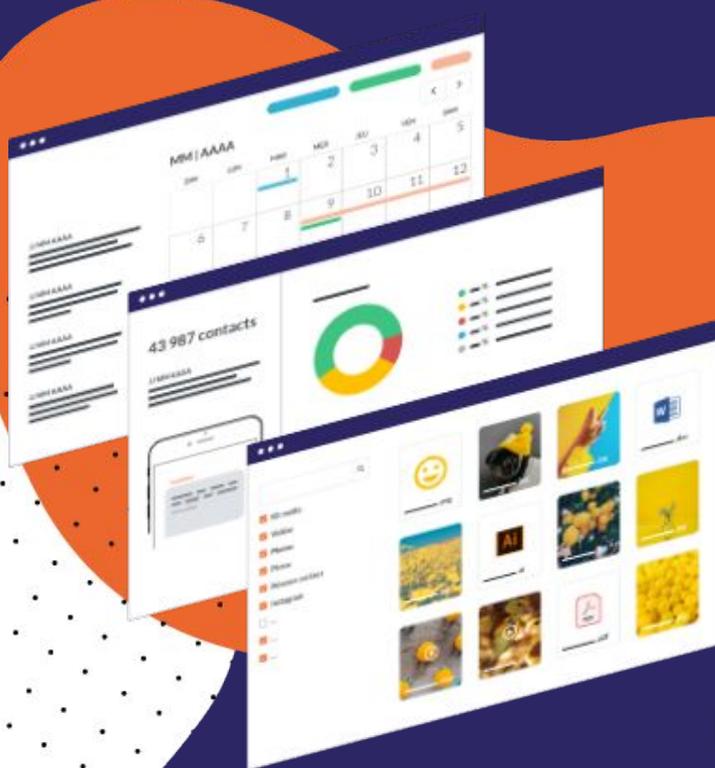
Pour parler **SMS marketing**,
SMS de notifications, API
SMS, **location de contacts**,
ou plus largement de votre
stratégie multicanale,
contactez-nous

UNE DEMO, UNE DEMO 🙌

[Parcourir tous nos contenus](#)

Activez votre communication de proximité

MARQUES • FRANCHISES • DISTRIBUTEURS • COOPÉRATIVES



Découvrez notre plateforme de communication locale >



Pour une impression raisonnée : on imprime en recto verso, noir et blanc, et ensuite on le passe à son voisin de bureau ou on le jette dans la poubelle de recyclage papier.

Digitaleo

Faites le premier pas, contactez-nous



02 56 03 67 00

www.digitaleo.fr