

# Campagnes SMS

10 exemples  
de SMS professionnels  
à envoyer à vos clients

*Ebook*



Souriez, vous faites du marketing relationnel avec

**Digitaleo**  
BUSINESS BOOSTER

# Sommaire

INTRODUCTION	.3
EXEMPLE 1 : LE SMS D'ANNIVERSAIRE	.6
EXEMPLE 2 : LE SMS DE BIENVENUE	.8
EXEMPLE 3 : LE SMS DE RAPPEL	.10
EXEMPLE 4 : LE SMS PROMOTIONNEL	.12
EXEMPLE 5 : LE SMS DE CROSS SELLING	.14
EXEMPLE 6 : LE SMS DE RELANCE D'UN CLIENT INACTIF	.16
EXEMPLE 7 : LE SMS INFORMATIF	.18
EXEMPLE 8 : LE SMS DE FIDÉLISATION	.20
EXEMPLE 9 : LE SMS ÉVÉNEMENTIEL	.22
EXEMPLE 10 : LE SMS DE CONFIRMATION	.24
CONCLUSION.	.26
AVANT DE VOUS LANCER...	.28

# INTRODUCTION

# Introduction

Aujourd'hui, les clients sont de moins en moins fidèles à une marque ou à une enseigne. Il est donc **indispensable de créer une relation privilégiée** avec vos clients. Dans cette optique, le **SMS professionnel** constitue un **levier d'acquisition et de rétention client très puissant**.

Quelques **chiffres** confirment les grands potentialités de ce levier de marketing relationnel :

- en moyenne, nous consultons 221 fois notre téléphone par jour
- le taux de lecture des SMS est de 95%
- le taux de mémorisation des SMS commerciaux est de 60% (source INSEE)

Or, force est de constater que le SMS demeure un **canal de marketing méconnu** et sous-utilisé par les enseignes. C'est pourtant un moyen efficace pour **atteindre sa clientèle** et **maintenir un lien constant** avec elle.

Les possibilités offertes par les campagnes SMS sont nombreuses et pleinement adaptées aux besoins des marques :

- confirmation de rendez-vous
- alertes en temps réel (infos trafic ou changement d'horaires)
- diffusion de sondages ou de questionnaires de satisfaction
- invitations à des événements en point de vente
- diffusion d'offres promotionnelles, etc...

# Introduction

Loin d'être un effet de mode, le marketing SMS s'avère être une **stratégie payante à très court terme**. Il est même conseillé de considérer le SMS dans une démarche plus globale, au sein d'une **solution multicanale** notamment.

Forts de notre expérience et de notre expertise, nous vous présentons dans cet e-book **10 exemples de messages contextualisés et inspirés**. Il s'agit de cas pratiques qui pourraient garantir sans aucun doute le succès de vos futures actions de marketing direct. Bonne lecture !

# EXEMPLE 1.

## Le SMS d'anniversaire

# 1. Le SMS d'anniversaire



Tout le monde aime recevoir un SMS pour son anniversaire, vos clients ne font pas exception ! L'envoi automatique de SMS d'anniversaire à vos clients, avec une offre spéciale vous permet de les **fidéliser et de déclencher une vente** tout en gagnant du temps.

Vous pouvez aussi utiliser les sms automatiques pour **optimiser votre relation client**, avec par exemple, un SMS pour souhaiter la bonne année.

## EXEMPLE 2.

# Le SMS de bienvenue



## 2. Le SMS de bienvenue



Vous venez de collecter les données d'un nouveau client, **n'attendez pas ! Montrez-lui tout de suite que vous tenez à lui**, envoyez automatiquement un SMS de bienvenue.

Le SMS de bienvenue permet de **créer un premier contact positif** avec votre client, afin d'instaurer une relation privilégiée avec lui.

# EXEMPLE 3.

## Le SMS de rappel

### 3. Le SMS de rappel



Vos clients ou patients ont une vie bien remplie, c'est pourquoi ils leur arrivent d'oublier un rendez-vous. **Optimisez votre temps et votre planning en réduisant votre taux d'absentéisme** grâce aux SMS automatiques de rappel de rendez-vous ou d'intervention.

Le SMS de rappel de rendez-vous est un confort pour vos clients et vous permet d'apporter un service en plus afin de vous différencier de la concurrence.

# EXEMPLE 4.

## Le SMS promotionnel

## 4. Le SMS promotionnel



C'est bien connu, nous sommes tous friands de promotions. Diffusez-les donc via le canal le plus impactant, le **SMS**. Envoyez un SMS à vos contacts et même à des contacts loués. Pensez à **conditionner les promotions sur présentation du SMS afin de pouvoir calculer facilement votre retour sur investissement**. Pour maximiser votre taux de retour, pensez à insérer un champ personnalisé, comme le prénom dans vos SMS.

Enfin adaptez vos promotions à l'actualité afin d'augmenter le taux de mémorisation et la viralité de votre message.

# EXEMPLE 5.

## Le SMS de cross-selling

## 5. Le SMS de cross-selling



Le cross-selling c'est quoi ? C'est le fait de proposer, au moment de la vente ou après, un **produit complémentaire à celui acheté**.

Le SMS de cross -selling est donc un moyen d'**augmenter vos ventes** en proposant à vos clients ayant déjà acheté un produit d'en acheter un complémentaire qui pourrait les intéresser.

## EXEMPLE 6.

# Le SMS de relance d'un client inactif



## 6. Le SMS de relance client inactif



Certains de vos clients n'ont rien acheté depuis un certain temps ? Relancez-les grâce aux [SMS professionnels](#) et suscitez à nouveau leur intérêt.

Le SMS est un canal pertinent pour **renouer le contact** avec un client, car il lui montrera que vous lui portez un intérêt particulier.

# EXEMPLE 7.

## Le SMS informationnel

## 7. Le SMS informationnel



Votre magasin sera fermé mardi, **prévenez simplement et rapidement vos clients** par SMS. Le SMS informatif est la catégorie de SMS professionnel considérée comme **la plus utile** par les consommateurs.

Ceux-ci n'ont pas d'objectif promotionnel mais seulement informationnel, magasin fermé, changement d'horaires, rupture de stock ou au contraire un réapprovisionnement vient d'arriver... **Montrez votre sérieux en informant vos clients.**

# EXEMPLE 8.

## Le SMS de fidélisation

## 8. Le SMS de fidélisation



**Montrez à vos meilleurs clients que vous tenez à eux.** Créez-vous une liste avec vos meilleurs clients et rédigez des SMS spécialement pour eux.

**Remerciez-les d'être des clients fidèles** en leur adressant un simple merci, accompagné d'une offre ou d'une invitation à un événement spécial comme une vente privée.

# EXEMPLE 9.

## Le SMS événementiel

## 9. Le SMS événementiel



**Augmentez le nombre de participants à vos événements.** Diffusez et gérez les inscriptions à vos événements directement par SMS. Invitez vos clients de manière personnelle pour qu'ils se sentent **priviliégiés**.

De plus, un SMS est facilement conservable, vos clients n'auront pas d'effort à fournir pour retrouver les informations sur votre événement.

# EXEMPLE 10.

## Le SMS de confirmation



# 10. Le SMS de confirmation



**Rassurez vos clients** en confirmant un envoi, une réservation, une annulation...

**Le SMS de confirmation** montre à vos clients que vous les prenez en compte et qu'ils ne sont pas de simples clients.

# CONCLUSION

# Conclusion

L'utilisation du SMS marketing est aujourd'hui un levier très important pour améliorer **la fidélité de vos clients et pour piloter votre marketing local**. Le SMS demeure une **valeur sûre** pour atteindre votre clientèle et vous permettre de **communiquer efficacement**, que ce soit lors d'opérations ponctuelles (invitations, promotions...) ou sur la durée via des programmes de fidélité. Les **opportunités offertes par le SMS marketing pour booster votre business sont nombreuses**, à condition toutefois de faire preuve d'un minimum d'inspiration et de respecter certaines règles fondamentales avant l'envoi de votre campagne (voir la rubrique suivante "Avant de vous lancer...").

Dernier point à régler, et non des moindres : le **choix d'une plateforme d'envoi**, qui soit techniquement fiable. L'**expérience utilisateur** doit être placée au centre des préoccupations de votre prestataire . **Digitaleo** vous propose une solution de marketing SMS qui réunit ces critères, et d'autres tout aussi importants :

- personnalisation des différents champs du message
- modèles de campagnes pré-existants
- automatisation des campagnes
- plateforme ergonomique et simple d'utilisation
- location de contacts B2B et B2C, etc...

Nous espérons que cet ebook vous a convaincu d'intégrer le **canal SMS** dans votre stratégie marketing.

# Avant de vous lancer...

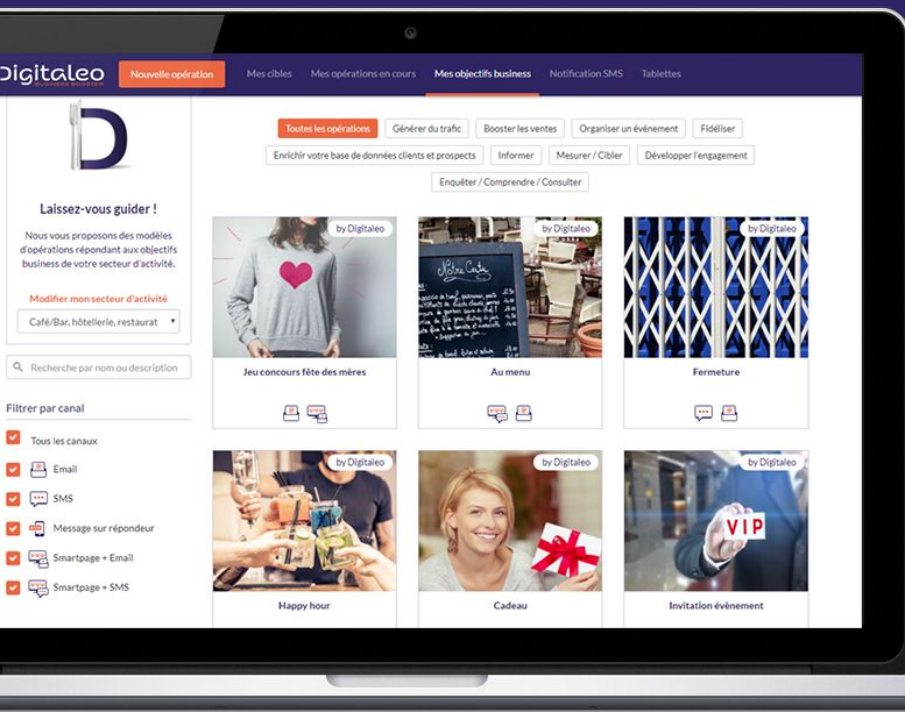
En bonus, voici une check-list en 10 points qui vous permettra de réaliser vos campagnes SMS en toute sérénité. Elle recense les bonnes pratiques pour procéder à l'envoi d'une campagne SMS. Référez-vous régulièrement à cette check-list afin d'acquiescer les bons réflexes.

## *Check-list à vérifier avant d'envoyer une campagne SMS pro*

- Ma liste de contact est composée uniquement de personnes opt-in, elle est enrichie et mise à jour régulièrement.
- J'ai personnalisé mon nom d'expéditeur pour que mes clients me reconnaissent et j'ai intégré mes coordonnées (adresse, site web...)
- J'ai intégré un champ de personnalisation (comme le prénom) afin de rendre mon SMS plus percutant et unique aux yeux des destinataires.
- Mon message ne fait pas plus de 160 caractères, il est clair et concis.
- Mon message contient 1 seule information et pousse à une action bien précise.
- Mon message laisse un sentiment d'urgence et une offre pertinente.
- Mon message ne contient pas de faute d'orthographe et de grammaire et je n'abuse pas non plus des majuscules et de la ponctuation.
- Je donne la possibilité à mes contacts de se désabonner (mention stop obligatoire uniquement si l'expéditeur est personnalisé).
- Le jour et l'heure d'envoi du SMS est bien en règle avec les conditions de la CNIL (pas de SMS le dimanche, les jours fériés ainsi qu'entre 20h et 8h).
- J'ai envoyé un test de mon SMS à au moins 2 personnes pour recueillir des avis extérieurs.

# À propos de Digitaleo : Plateforme de marketing relationnel

Digitaleo vous propose un outil tout-en-un simple et efficace vous permettant de communiquer avec le bon canal pour augmenter votre trafic en point de vente. Plus de 4000 clients nous font déjà confiance et sont satisfaits de la solution.



# Découvrez les autres publications sur **Digitaleo**

## COMMENT CHOISIR LA BONNE SOLUTION MULTICANALE ?



15 questions à se poser avant de choisir une solution multicanale

**TÉLÉCHARGER MAINTENANT**



**Digitaleo**  
BUSINESS BOOSTER

Pour en savoir plus sur nos offres et services,  
contactez-nous :

**02 56 03 67 00**

**www.digitaleo.fr**

