

— MARKETING

Le SMS, le nouvel allié d'un marketing efficace

📅 17 avril 2019 · 👤 Anne-Sophie

Cet outil de communication est connu de tous mais souvent sous-exploité par les entreprises. Pourtant le SMS a déjà fait ses preuves dans le domaine du marketing, de ce fait, il est devenu un atout pour ce secteur. Découvrez ce que le **SMS marketing** a à vous offrir.

Efficacité dans la fidélisation client

La fidélisation client est une des préoccupations les plus importantes pour les entreprises, elle est même devenue une nécessité. Et comme recruter un client coûte dix fois plus cher que de le fidéliser, il est d'autant plus intéressant de se concentrer sur cette fidélisation. Le SMS professionnel présente de nombreux avantages, et la fidélisation client en fait partie.

Il existe plusieurs types de SMS pour fidéliser ses clients :

- **Le SMS anniversaire** : recevoir un SMS le jour de son anniversaire fait toujours plaisir. Et quand c'est de la part d'une entreprise, il y a un sentiment d'attachement qui se crée envers elle. D'autant plus si ce message est personnalisé et accompagné d'une offre promotionnelle unique. SMS anniversaire peut vouloir dire également anniversaire d'inscription ou de premier achat. Dans ce cas, le client se sentira valorisé quand il recevra son SMS le remerciant de sa fidélité, accompagné d'un code promo ou de points fidélité supplémentaires.
- **Le SMS de bienvenue** : la fidélisation commence dès l'arrivée du nouveau client. Avec l'envoi d'un SMS sympathique qui exprime combien l'entreprise est ravie de l'avoir parmi ses clients, une relation positive se crée instantanément entre le nouveau client et l'entreprise.
- **Le SMS de lancement de nouveautés** : Toutes les entreprises évoluent, innovent et de ce fait sortent des nouveautés. L'envoi d'un SMS aux clients pour leur apprendre la sortie d'une nouvelle collection de vêtements, ou bien le lancement d'une application mobile par exemple, les tiendra informé en temps réel et ils ne rateront aucune occasion.
- **Le SMS promotionnel** : Quand une entreprise décide de faire des promotions il faut que le maximum de personnes soit au courant. Grâce à une campagne SMS les clients seront informés de l'offre proposée et cela en quelques minutes. Et pour que l'offre soit encore plus attractive rien de mieux que de personnaliser le SMS, avec le nom du client par exemple.
- **Le SMS évènementiel** : Malgré la distribution intensive de flyers ou les centaines voire milliers de mails d'invitation envoyés pour l'annonce d'évènements, il est arrivé bien souvent que les informations n'arrivent pas auprès des clients. Avec le SMS cela n'est plus un problème puisque le client peut le garder dans son téléphone et avoir à portée de main toutes les explications disponibles, mais surtout avec un taux d'ouverture de 97% vous pouvez être quasiment certains qu'ils le verront ! Sans oublier que le client aura le sentiment d'être privilégié d'avoir été invité.





VS



5 conseils par SMSFactor pour un SMS marketing efficace :

- **Un message, une offre** : la limitation de 160 caractères oblige à écrire un message pertinent qui va à l'essentiel. Il faut que le SMS ne propose qu'une seule offre afin qu'elle soit encore mise en

5 conseils par SMSFactor pour un SMS marketing efficace :

- **Un message, une offre** : la limitation de 160 caractères oblige à écrire un message pertinent qui va à l'essentiel. Il faut que le SMS ne propose qu'une seule offre afin qu'elle soit encore mise en valeur.
- **Bien choisir les jours et horaires d'envoi** : Il faut éviter d'envoyer des campagnes SMS le weekend. Les destinataires sont chez eux, détendus et pourraient se sentir gênés. Pour les horaires, il faut oublier le soir après 20h30, ou le matin trop tôt. Les meilleurs créneaux pour l'envoi d'une campagne SMS sont ceux où votre client est détendu et donc plus enclin à retenir votre information voir même à en parler à ceux qui les entourent. Nous vous conseillons donc d'envoyer vos campagnes Marketing lors de leur pause déjeuner ou quand ils quittent le travail (12h-14h et 17h-20h).
- **Ne pas oublier la personnalisation dans le corps du texte** : Personnaliser l'émetteur est tout à fait possible, mais il faut savoir que l'opérateur Free, n'affiche pas toujours le nom demandé s'il considère que votre SMS s'apparente à du SPAM. Comme cela est fait parfois à tort vous n'êtes pas à l'abri que cela vous arrive. Le client reçoit alors un SMS mais il ne sait pas de qui. Pour éviter ce gros malentendu, il faut rappeler dans le corps du message quelle entreprise est l'émettrice.
- **Faire attention aux fautes d'orthographe** : Il est bien beau d'envoyer des SMS professionnels mais si le message contient des fautes d'orthographe, l'entreprise perd toute sa crédibilité aux yeux du client. Prêter attention au moindre détail est primordial pour que le SMS soit le plus professionnel possible, et pour que l'entreprise entretienne une image de qualité.
- **Ne pas oublier la mention STOP** : Il est important d'être en accord avec la loi. Si le client ne désire plus recevoir de SMS promotionnels de la part d'une entreprise il doit pouvoir faire valoir ce droit. Pour cela, il existe la mention STOP à mettre en fin de message, que la CNIL a rendu obligatoire. En envoyant ce STOP, le destinataire se désabonne, il ne recevra plus de SMS contre son gré et l'entreprise émettrice de la campagne restera en accord avec la loi.

Le SMS est le canal de communication le plus rapide et avec le taux d'ouverture le plus élevé (97%). En effet, de plus en plus de personnes admettent ne plus pouvoir vivre sans leurs téléphones et une personne regarde en moyenne 150 fois son téléphone par jour. Cet outil de communication universel et abordable est donc un outil efficace pour le marketing et ne pas s'en servir serait bien dommage !

Partager



Anne-Sophie

Passionnée par le marketing, la lecture et l'écriture font partie de mon quotidien.

Contact

6 rue des immeubles
industriels, 75011 Paris

Learn More

- [L'infogérance par Rocket Services](#)
- [Le blog](#)
- [Qui sommes nous ?](#)
- [Studio de développement](#)