

Document de conseils

Comment assurer le succès de vos campagnes SMS Marketing ?



e-Mergence Consultant



Mobile Marketing | Media Monitoring | Applications Mobile, Métier | OpenSource | IT Consulting

Web: www.emergence-consultant.com - Mail: info@emergence-consultant.com

SOMMAIRE

I. Introduction	3
II. A qui envoyer des SMS ?	4
III. Quel contenu envoyé ?	4
IV. A quelle fréquence envoyer des messages ?	4
V. A quelles heures doit-on effectuer les campagnes SMS ?	5
VI. Conclusion.....	6

I. Introduction

Le SMS est un média incontournable dans les stratégies marketing des Entreprises.

Sa particularité réside dans sa capacité à obtenir un taux de conversion relativement élevé. Il est utilisé par les Entreprises pour communiquer efficacement avec leur environnement : Clients, Prospects, Partenaires, etc.

e-Mergence Consultant a développé depuis des années une expertise dans la conception, le déploiement et l'accompagnement dans le SMS Marketing. A ce jour, e-Mergence Consultant a accompagné les Institutions Financières, les Prêt-à-porter, les Supermarchés, les Compagnies d'Assurance à mettre en place leur système autonome de SMS Marketing.

Dans le présent document nous décrivons les différents points indispensables pour effectuer des campagnes de SMS Marketing réussies.

Si vous désirez réussir à tous les coups vos campagnes de SMS Marketing, vous devez tenir compte des conseils énumérés pour les questions suivantes :

- **A qui envoyer des SMS ?**
- **Quel contenu envoyé ?**
- **A quelle fréquence envoyée vos SMS ?**
- **A quelle heure doit-on effectuer les campagnes SMS ?**

Bonne lecture !

NOTE : Si vous souhaitez un accompagnement, envoyez-nous votre idée sur : mobile@emergence-consultant.com

Si vous voulez intégrer à votre site Web la fonctionnalité d'envoi des SMS, [cliquez ici](#)

Si vous souhaitez avoir une documentation sur la solution d'envoi de SMS par Internet, [cliquez ici](#)

Si vous avez envie de nous parler, ajoutez nous à Skype : emergence-c

Vous pouvez voir nos autres ressources sur notre blog : <http://blog.e-mc.co>

II. A qui envoyer des SMS ?

Avant d'envoyer des messages SMS à des personnes, vous devez vous assurer que ces derniers ont donné l'autorisation de recevoir vos messages. Les messages non sollicités et envoyés sur le mobile des personnes qui n'ont pas émis l'accord initial sont perçus comme intrusifs et traités comme des spams. Pour éviter cela, il est important de disposer d'une base de données de numéros de personnes ayant donné explicitement leur accord pour recevoir des messages provenant de vous. Il s'agit de l'OPT-IN.

Le succès de toute campagne SMS repose sur ce premier facteur.

e-Mergence Consultant accompagne depuis plusieurs années les grandes marques en Afrique et dans le monde dans la mise en place de leur base de données OPT-IN.

Le second facteur décisif dans le succès d'une campagne SMS est la nature de l'information envoyée. Cette information doit être utile et basée sur les centres d'intérêt et préférences du destinataire.

III. Quel contenu envoyé ?

Envoyer seulement ce que les consommateurs à l'origine ont accepté de recevoir comme information. Si votre programme d'abonnement OPT-IN dit qu'ils vont recevoir des promotions, des rabais exclusifs, il faut que le message à envoyer se concentre sur ces rabais, ou les promotions. Si vous envoyez des contenus différents aux attentes de vos consommateurs, vous risquez d'aliéner votre base de données.

IV. A quelle fréquence envoyer des messages ?

Il est important de respecter la fréquence retenue avec le consommateur lors de son inscription dans votre base de données OPT-IN.

Si vous dépassez la fréquence convenue, votre message pourra être considéré comme "non sollicité" parce que le consommateur n'a pas émis son accord sur cette fréquence de réception.

Voici quelques exemples de fréquence d'envoi de SMS suivant le domaine :

- Les commerçants, supermarchés, prêt-à-porter,... envoient des messages de promotion par semaine ou dès la réception de nouveaux articles
- Les médecins, cliniques, ... envoient les informations sur le rappel des RDV à leurs patients quelques jours avant la date d'échéance
- Les banques et les institutions de micro finance envoient des informations sur le mouvement des comptes des clients dès que leur compte est modifié par une opération

- Etc.

En tant que vendeur, et pour assurer le succès de votre campagne SMS, il est important de définir une fréquence raisonnable pour l'envoi des messages à votre public mobile.

V. A quelles heures doit-on effectuer les campagnes SMS ?

Les campagnes SMS les plus performantes doivent prendre en compte les heures de la journée où l'audience mobile est avec son téléphone mobile, et aussi cela doit tenir compte des moments les plus appropriés durant les activités courantes des destinataires.

Il faut toujours avoir en tête un objectif clair et pertinent pour la date et l'heure d'envoi d'une campagne de SMS Marketing.

e-Mergence Consultant recommande de suivre les meilleures pratiques en matière de détermination de quand envoyer vos messages :

- Personne n'aime les lundis : Sauf si votre message est relatif à une date spécifique (ou un rappel), les lundis ont un taux de réponse bas, dû au nombre important de mails que les gens reçoivent après le week-end
- Evitez les heures de pointe : Puisqu'il s'agit d'un message texte (SMS). Les gens peuvent ne pas lire ou réagir à un message aux alentours de 13h, et de 6h30-08h:30 et 16h-17h.
- Soyez respectueux : Pas trop tôt le matin et pas trop tard le soir. Considérez les moments où les personnes sont susceptibles de recevoir des coups de fil. Le SMS à la même méthode d'alerte que les appels et les gens n'aiment pas être dérangés à ces heures.
- Soyez 'Local' : Il faut toujours garder à l'esprit les fuseaux horaires de vos destinataires. Envoyez votre campagne SMS à des heures qui ont plus d'impact, ceci est particulièrement efficace pour les messages de concerts, pour les commerces et les offres sensibles aux temps.
- Rappels de RDV : les rappels doivent-être envoyés au moins 24 heures avant le RDV et contenir toutes les informations nécessaires.
- Pour augmenter le trafic en magasin les week-ends : Les jeudis sont conseillés pour envoyer des campagnes de SMS Marketing avec des taux de réponse forts, et les vendredis entre 14h et 17h ont montré un grand succès.
- Pour les maquis, les restaurants, etc. Pour augmenter le trafic pendant la pause de midi : Il faut envoyer les messages à 11h30 pour conquérir ceux qui sont en train de planifier leur déjeuner. Inclure un coupon de réduction pour doper la campagne.

VI. Conclusion

Le SMS Marketing est incontournable dans la stratégie de communication de toute Entreprise. Lorsqu'il est bien défini, il permet de cibler, de toucher sa cible à tout moment et de manière optimale.

Le succès des campagnes de SMS Marketing repose sur le respect des points discutés dans le présent document.

Dans notre prochain guide, nous allons aborder la problématique liée à la mise en place d'une base de données OPT-IN efficace.

Notre équipe expérimentée vous accompagne dès l'expression de vos besoins, jusqu'à sa réalisation.

NOTE : Si vous souhaitez un accompagnement, envoyez-nous votre idée sur : mobile@emergence-consultant.com

Si vous voulez intégrer à votre site Web la fonctionnalité d'envoi des SMS, [cliquez ici](#)

Si vous souhaitez avoir une documentation sur la solution d'envoi de SMS par Internet, [cliquez ici](#)

Si vous avez envie de nous parler, ajoutez nous à Skype : emergence-c

Vous pouvez voir nos autres ressources sur notre blog : <http://blog.e-mc.co>