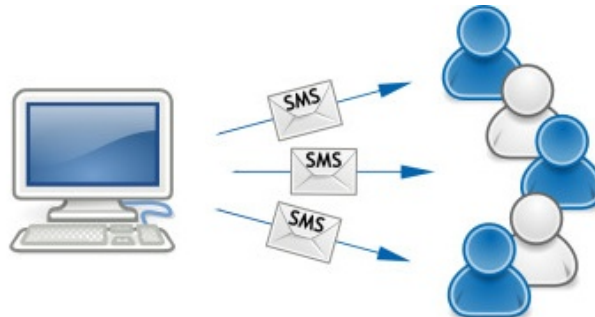


## Pour une campagne de SMS marketing réussie

---



L'utilisation du SMS marketing permet le partage d'expérience avec son client. Et nous savons que le SMS est plus couramment utilisé pour échanger/communiquer avec ses proches. C'est pourquoi, le client va naturellement se sentir privilégié lors de la réception d'SMS. Ainsi, ce côté privilégié permet de faire passer des messages plus facilement, de plus, beaucoup de possibilités s'offrent aux annonceurs.

Chez Express-Mailing, nous possédons une plateforme de **sms mailing** (également appelé sms push) qui a été développée en interne et repose sur des liaisons directes avec les grands opérateurs de téléphonie mobile en France (Orange, SFR, Bouygues et leurs MVNO Free Mobile et Virgin Mobile). Cette plateforme permet l'envoi en masse de sms (en moyens et gros volumes), en vue donc, de diffuser rapidement à vos contacts des informations simples et percutantes.

De nos jours, le taux d'ouverture des sms se situe entre 92 et 96%. Le mailing sms est finalement, moins utilisé par les marques, mais il reste le média qui possède les meilleurs taux de lecture. Il est donc devenu un outil de communication incontournable



Les recommandations suivantes proposent plusieurs pistes pour réussir votre campagne SMS marketing :

- Faites en sorte que votre message soit court, compréhensif et fort !

Un sms marketing est limité à 160 caractères, il s'agit donc de trouver les bons mots pour vous faire comprendre, mais surtout pour convaincre de façon immédiate. Le sms marketing reste un média d'action immédiate, on vous demande donc de faire court.



- Choisir le bon moment



Il faut impérativement que vous fassiez attention au jour et à l'heure que vous choisissez pour envoyer vos SMS. Les téléphones portables des clients sont pour la plupart, tout le temps ouvert. Et, un sms marketing reçu à 4h-5h du matin, peu importe l'offre proposée, sera systématiquement mal perçu !  
Nous vous conseillons donc d'envoyer vos sms entre 09h et 17h30, les jours ouvrés de préférence.

- *Le passage à l'action*

Le sms push est un média immédiat, c'est pourquoi il faut faire appel à « l'action du client » :

exemple

- en donnant le lien pour accéder à votre site web, le client pourra le visiter
- en donnant votre adresse, le client pourra ainsi se rendre dans votre point de vente
- en lui fournissant votre numéro, il pourra ainsi vous contacter.



- Vos offres doivent être cohérentes



Dans un premier temps vous pouvez répondre tout simplement à des questions posées par le client  
Vous pouvez également promouvoir des réductions : ce qui logiquement fera réagir de façon positive votre client/prospect.  
Enfin, vous avez la possibilité d'offrir un cadeau au client.

- Ne pas être intrusif et s'adapter à sa cible

Le **sms marketing** est considéré par les utilisateurs comme intrusif.

En effet, le téléphone mobile est un objet à la fois personnel et professionnel et la réception d'sms marketing peut être perçu de plusieurs façon selon l'âge de la cible :

- si votre cible est plutôt jeune, alors le SMS ne sera pas considéré comme intrusif il sera même attendu.
- si au contraire elle est plus âgée, le SMS sera considéré comme intrusif. Cependant, si votre offre est cohérente avec les attentes du client il n'y a aucun problème.




---

Pour toutes questions ou conseils sur vos futures campagnes marketing, n'hésitez donc pas à nous demander conseils sur [www.express-mailing.com](http://www.express-mailing.com) ou directement au 0169313961.