

Pourquoi intégrer les SMS dans sa stratégie commerciale ?

De nombreuses marques ont réalisé ces dernières années qu'elles devaient inclure les SMS dans leur stratégie marketing.

Autrefois considéré comme envahissant, il est aujourd'hui plébiscité par 80% des Français qui seraient intéressés par la réception de SMS commerciaux provenant de leurs enseignes favorites (source MMAF). Il se présente comme un canal de communication permettant de contrôler au mieux sa campagne publicitaire pour un coût faible par rapport au retour sur investissement. Voici quelques bonnes raisons de se tourner vers le marketing mobile :

Créer du trafic

Un envoi massif mais ciblé de SMS permet de toucher en très peu de temps un maximum de clients potentiels qui ne déplacent plus sans leur portable. C'est un moyen de communication idéal pour le lancement d'une nouvelle gamme, des promotions, informer d'un événement à venir. Le mobile s'impose comme une opportunité non négligeable d'établir une relation stable avec une clientèle déjà établie, mais aussi une possibilité d'accroître son fichier client grâce à l'acquisition de base de prospects. Il ne présente aucun problème de délivrabilité et peut même déclencher une viralité.

Cibler sa clientèle

Grâce à une base de données en votre possession, ou bien par la location de fichiers chez les spécialistes en marketing mobile, vous avez la possibilité de cibler vos campagnes en fonction du type de clientèle que vous souhaitez atteindre. Qu'il s'agisse de particuliers ou de professionnels, vous pouvez établir une sélection en fonction d'un secteur géographique, d'une tranche d'âge ou d'une activité. Le potentiel de ces fichiers est une ressource substantielle pour les entreprises, tous domaines confondus.

Des chiffres prometteurs

Si l'on regarde de plus près les statistiques liées aux campagnes marketing, ces dernières peuvent à elles seules convaincre les derniers sceptiques. En effet, selon de récents sondages (INSEE), les campagnes publicitaires SMS se taillent la part du lion avec des retombées atteignant les 15%, un taux supérieur d'1 point en comparaison avec les spots télévisés. Enfin, si on les compare aux retombées des prospectus, ceux-ci peinent à atteindre un taux de 0,5% alors qu'ils sont en moyenne 25 fois plus chers. Quant au taux de mémorisation de l'information, il s'élève à 60%. Tous ces chiffres démontrent à quel point les campagnes SMS font partie d'un rouage qui est devenu essentiel voire incontournable pour les sociétés.

On ne peut tout simplement pas nier le fait que le SMS soit depuis de nombreuses années le moyen de communication favori des Français avec plus de 50 milliards de SMS échangés chaque trimestre en France.

Des applications multiples

Quel que soit votre secteur d'activité, une campagne SMS peut vous permettre d'améliorer votre façon de communiquer, vous pouvez :

Fidéliser une clientèle existante avec l'aide de carte de fidélité, anniversaire

Prévenir en avant-première d'évènements tels que les soldes, promotions, déstockages

Confirmer une commande, une inscription, un délai de livraison

Notifier un retard de paiement, le seuil bancaire, un suivi de livraison)

Alerter en cas de problème climatique, coupure d'énergie, cours de bourse

Confirmer un rendez-vous

Modernisez et dynamisez votre image ! Les Français sont devenus accros à leur portable, c'est certainement pour cela que le SMS est en tête des leviers d'acquisition de nouveaux clients tout comme de leur fidélisation.

Un moyen de communication simple, efficace, rapide et adaptable en fonction de vos besoins. La société Spot-hit (<http://www.spot-hit.fr/>), spécialiste de l'envoi de SMS sur internet, vous conseille et vous aide dans vos démarches de mise en place de votre campagne SMS marketing.