



Le SMS au service de la relation client et de la dynamisation des ventes



Alors que la pandémie se poursuit, maintenir le lien avec la clientèle est essentiel. Si les points de contact dans la communication mobile se multiplient, les contraintes de ressources des entreprises imposent un choix stratégique pour obtenir le meilleur retour sur investissement des campagnes de communication.



LE SMS, UN OUTIL MARKETING EN CROISSANCE

Parmi les tendances en matière de communication figure le sms marketing destiné à recruter ou fidéliser de la clientèle. D'après une étude menée en Europe et Asie Pacifique, **l'utilisation du sms en entreprise a cru de 30 % en 3 ans¹**.

Si le **taux d'ouverture des sms est de 95 %**, c'est le **coût qui constitue la première raison de l'utilisation du sms par les entreprises** (50 % d'entre elles). L'efficacité n'est citée que par 25 % des entreprises, la sécurité par 20 % d'entre elles et la facilité par 16 %.



LES CONSOMMATEURS RÉCEPTIFS AUX SMS

Côté consommateurs, d'après un sondage réalisé en 2018 auprès des Français, parmi les publicités reçues par les mobinautes, 43 % déclarent que c'est le SMS qui attire le plus leur attention (contre 38 % pour l'email). Pour les seniors, ce chiffre monte à 47 %².

D'après une enquête CSA de 2015, 53 % des Français aiment recevoir des SMS publicitaires des marques, qu'ils en soient clients ou non³.



A noter tout de même que les principales raisons pour lesquelles les consommateurs français choisissent de recevoir des communications de marques sur leurs smartphones sont :

- des remises immédiates ou des points de fidélité (40 %)
- des confirmations de commande (31 %)
- des alertes d'expédition ou de livraison (29 %) et sur des ventes ou promotions (17 %).

Les offres personnalisées basées sur le comportement ou sur la localisation sont les deux raisons les moins susceptibles d'inciter les acheteurs à choisir initialement de recevoir des communications de la marque sur leurs smartphones (13 % et 10 % respectivement)⁴.



LES CONSOMMATEURS D'AVANTAGE DISPOSÉS À TRANSMETTRE DES DONNÉES PERSONNELLES AUX PETITES ENTREPRISES

56 % des Français sont prêts à partager aux entreprises leur numéro de portable pour recevoir des sms⁴.

Le partage de données personnelles est un sujet de plus en plus sensible : selon une étude Sendinblue réalisée en juin 2021 avec CITE Research, 67 % des consommateurs sont encore plus prudents qu'avant le confinement en ce qui concerne leur vie privée⁵. Toutefois, 66 % des Français préfèrent partager leurs données personnelles avec des petites entreprises qu'avec des grandes et 85 % sont prêts à partager leurs données avec les commerçants qui leur offriront des promotions.



DANS LA FILIÈRE DU VÉGÉTAL

Dans un article paru dans le magazine américain Garden Center, Jessica AYRE explique que le sms marketing permet non seulement de favoriser l'engagement du consommateur en temps réel mais aussi de fournir des rappels et solutions qui peuvent se transformer en ventes⁶.



J. AYRE présente 6 étapes pour démarrer une campagne de sms marketing visant à stimuler les ventes en jardinerie⁶ :

- **Annoncer l'arrivée de nouveaux produits**

Partager cette information par sms en plus des réseaux sociaux et de l'email permettra d'atteindre le consommateur plus rapidement.

Pour ce faire, les consommateurs se rendant en magasin ou en ligne peuvent être au préalable invités à donner leur numéro de portable pour recevoir des offres par sms.

- **Encourager la vente de produits et services**

Il est parfois plus facile et profitable de vendre des produits connexes à des clients existants, tels que des prestations de paysage, un décor saisonnier ou de nouveaux articles à partir des achats antérieurs.

La jardinerie pourra alors envoyer un sms à son client peu de temps après un achat pour le compléter avec un autre produit.



- **Promouvoir des produits lors de périodes spécifiques**

Conserver le lien avec le client via le sms marketing peut aider à stimuler les ventes hors saison. Une offre de produits peut être valorisée à chaque saison. Il s'agit par exemple de promouvoir les plantes d'intérieur lorsqu'il fait trop froid pour jardiner afin de profiter des végétaux toute l'année.

- **Recruter de nouveaux clients**

Ajouter un chat sms sur son site internet permet aux clients potentiels de créer le contact et de poser des questions. Il s'agit non seulement d'être disponible pour une vente mais aussi de valoriser la capacité du professionnel à apporter des solutions. La réactivité est alors la clé pour doper les ventes.



- **Encourager les clients à assister à vos événements**

Si vous souhaitez que vos clients participent à vos ateliers (par exemple, comment préparer son jardin à la saison hivernale) ou autres événements, envoyer des sms est un bon moyen de faire passer le message. Augmenter le nombre de participants à un événement signifie augmenter les opportunités d'accroître les ventes, les chances de partage de cet événement sur les réseaux sociaux et d'arrivée de nouveaux clients.

- **Bénéficier d'avis favorables supplémentaires en ligne**

Les avis clients occupent une place non négligeable dans le commerce et permettent aux clients potentiels de trouver plus facilement l'entreprise dans le moteur de recherche. Un sms peut être envoyé après achat pour encourager le client à poster un avis sur internet et ainsi favoriser la e-réputation de l'entreprise et donc la confiance des consommateurs.



Au final, le sms marketing peut aider à renforcer la satisfaction du client, sa fidélisation et augmenter les ventes.



Sources

- [1 E-marketing, Infographie - En trois ans, l'utilisation des SMS en entreprise a augmenté de 30 %, 09/11/2021.](#)
- [2 Charge Box, Le SMS, champion de l'attention sur mobile ?, 14/02/2019.](#)
- [3 Mediapost, Blog, Le SMS Marketing en chiffres, 19/06/2019.](#)
- [4 Philippe RICHARD, Les consommateurs sont de plus en plus sélectifs quant aux informations partagées avec les marques, It Social, 09/12/2021.](#)
- [5 Alexandre BODKINE, En se digitalisant, les petits commerces ont renforcé leurs liens avec les Français, Entreprendre, 01/07/2021.](#)
- [6 Jessica AYRE, 6 ways texting can boost your business, Garden Center mag, 01/07/2022.](#)

Crédits photos



VAL'HOR

Pexels

Pixabay



www.valhor.fr

Contact études : Aline HAERINGER – aline.haeringer@valhor.fr