



Réduire les coûts de communication

Votre guide SMS





Le SMS face à l'e-mail

Rentabiliser la communication est un enjeu important pour les entreprises, qu'il s'agisse de multinationales ou de PME. Le défi est de réduire les coûts sans réduire la qualité des échanges avec les clients et partenaires. Le SMS professionnel est une solution adoptée par de plus en plus d'entreprises pour répondre à cette problématique.

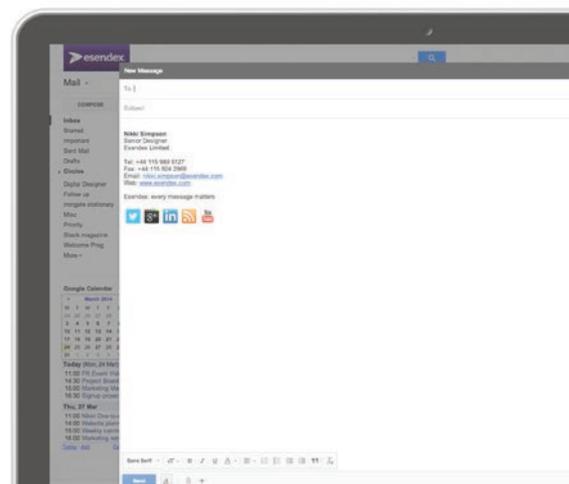
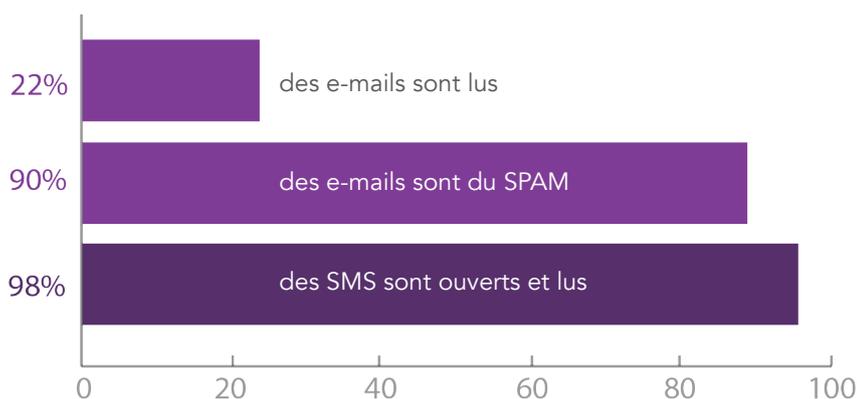
L'e-mail, un canal saturé

L'e-mail est un moyen de communication précieux pour de nombreuses entreprises. L'e-mail est pourtant victime de son succès car aujourd'hui c'est un canal saturé. Ainsi une personne peut recevoir une moyenne de 1 216 e-mail par mois (contre 178 SMS en moyenne). Cette saturation signifie que bien souvent les e-mails sont ignorés par leurs destinataires.

L'un des autres problèmes rencontrés par l'e-mail est le SPAM. Des études récentes montrent qu'environ **90%** des e-mails reçus sont du SPAM. Cela implique que communiquer avec les clients, les fournisseurs ou les

salariés par e-mail présente le risque de voir le message traité comme du SPAM, contrairement au SMS, remis directement sur les téléphones portables.

Il est aussi important d'ajouter que seulement **22%** des e-mails sont ouverts et lus alors que c'est le cas pour **98%** des SMS. Ce qui explique pourquoi de plus en plus d'entreprises ont recours au SMS pour remplacer ou accompagner les e-mails. Le SMS continue d'ailleurs sa croissance avec **6.1 billions** de SMS envoyés en 2010 et une prévision de **10 billions** en 2013.





Le SMS face à l'e-mail

Coût et retour sur investissement de l'e-mail

Il est souvent question du coût très bas des campagnes d'e-mailing. Pourtant il faut prendre en compte la préparation, le design, la gestion de la base de données et le coût de la plateforme d'envoi, au final une campagne d'e-mailing peut entraîner un coût élevé. De plus, le retour sur investissement n'est pas toujours au rendez-vous, notamment à cause du faible taux d'ouverture et d'un pourcentage de réponse moindre.

Par conséquent le SMS rencontre plus de succès dans les communications avec les clients, les salariés et les fournisseurs. De nombreuses études illustrent le fait que les campagnes de marketing par SMS génèrent des taux d'ouverture et de réponse supérieurs. **70%** des sondés affirment avoir déjà répondu à un SMS commercial, un pourcentage bien supérieur à celui des e-mails.

Intégrez l'envoi de SMS à votre boîte e-mail

Echo pour Email est notre solution d'envoi de SMS via e-mail. C'est un outil idéal pour les équipes dont l'accès à internet est limité (centres d'appel et banques par exemple) et qui utilisent l'e-mail comme principal canal de communication.

C'est une solution très simple à installer qui ne requiert pas de former les équipes. C'est exactement comme envoyer un SMS classique mais à une adresse différente; par exemple au 0630984176@echoemail.net

Le taux de réponse au SMS est **8 fois** supérieur à celui de l'e-mail.

Prix abordable et ROI important

Par exemple l'un des clients d'Esendex a acheté un pack de 2 000 SMS, il s'agissait de son premier achat de SMS. Il a décidé de lancer une opération Marketing ponctuelle à l'ensemble de sa base client, soit 2 000 contacts. Cette opération a eu lieu en soirée un jour de la semaine.

Sur les 2 000 SMS qu'il a envoyé environ 1 600 SMS ont été reçus (numéros invalides ou expirés...). Sur les 1 600 destinataires de ces SMS, 70 ont commandé suite à ce message soit un retour de 4.38%.

La valeur moyenne d'une commande était de 12€, ce qui représente un chiffre d'affaires supplémentaire de 840€ pour le magasin. Le retour sur investissement de cette opération est de 442%, soit 155€ dépensés pour l'envoi de SMS contre 840€ générés !

Cet exemple particulier est celui d'une pizzeria mais tous les magasins peuvent réaliser ce type de campagnes. Parmi les clients d'Esendex nous comptons aussi bien des magasins de vêtements que des galeries d'art.



Les avantages du SMS sur le courrier postal

Le courrier traditionnel est la méthode de communication dont l'efficacité est l'une des plus difficiles à mesurer en raison de l'absence de suivi facile à mettre en place. Envoyer des lettres par la poste a un coût (papier, brochure, enveloppes, affranchissement). Le coût du design ou encore de la collecte de données qualifiées. Construire une base de données qualifiée est également plus compliqué, les clients sont moins susceptibles de donner leur adresse que leur numéro de téléphone.

Prix et retour sur investissement

Un SMS coûte en moyenne 7 centimes d'euros. La plateforme d'envoi d'Esendex permet de gérer tout le procédé, de la création du message à la réception par le destinataire.

Des études ont montré que les taux d'ouverture de courrier promotionnel papier se situent entre 2 et **5%**. Ce qui illustre le peu d'intérêt suscité par ces campagnes. Ainsi la grande majorité des entreprises s'orientent vers d'autres canaux de communication.

Cette évolution dans le choix des médias de communication se traduit par la progression des envois de SMS professionnels. Les banques et les organismes financiers ont toujours traditionnellement communiqué avec leurs clients par courrier.

Maintenant ces entreprises se tournent de plus en plus vers le marketing mobile et les services en ligne. Bien que touché par la crise, le secteur financier a attribué **1 milliard** d'euros à la communication mobile.





Le SMS, une alternative au téléphone

Efficacité réduite du téléphone

De récentes études statistiques montrent que la réduction de l'utilisation du téléphone vient de l'augmentation de la communication par SMS. L'étude constate une utilisation moyenne de **71,52%** pour les SMS par rapport à **71,48%** pour les appels. Mais les chiffres corrigés pour les utilisateurs mobiles sont encore plus favorable aux SMS avec **72,4%**, comparé à **71,5%** pour les appels. Cela signifie que les SMS et les appels peuvent être utilisés en parallèle afin de booster la communication.

Si l'on considère le coût de ces deux médias, les messages texte sont bien moins coûteux (en temps et argent) et plus rapides que les appels téléphoniques aux clients. De nombreuses entreprises ont commencé à remplacer les appels par des envois SMS.

L'efficacité des SMS comme remplacement d'un canal de communication traditionnel comme les appels téléphoniques a été un succès et représente une valeur ajoutée pour de nombreux services.

Des entreprises comme Kiddicare ont réduit de **30%** le nombre de rendez-vous manqués et ont réussi à augmenter la satisfaction des clients tout en réduisant leurs coûts grâce au SMS.

Tout cela vient réaffirmer l'importance du SMS dans le milieu professionnel que ce soit pour des utilisations promotionnelles, des rappels de rendez-vous, des notifications de livraison, des enquêtes de satisfaction ou encore des systèmes d'alerte.

Coût des centres d'appel

L'un des postes de dépense de communication principal pour une entreprise est représenté par les centres d'appel notamment pour les services de télémarketing ou de vente. Ces services peuvent coûter en moyenne **50 000€** par an pour réaliser **11 000** appels. En utilisant les services SMS il est facile d'optimiser la communication et d'économiser fortement. Ainsi un pack de **20.000 SMS** ne coûte que **1 400€**.

Des entreprises comme Ocado au Royaume-Uni ont découvert que remplacer un système d'appels par une plateforme d'envoi et de réception de SMS permet de planifier les changements d'équipe et heures supplémentaires, puisque le personnel peut les informer rapidement de ses disponibilités.

kiddicare
BABY SPECIALIST

Kiddicare est un groupe britannique spécialisé dans les produits pour bébés et jeunes enfants.

"Grâce à l'envoi de notifications par SMS nous avons constaté une amélioration dans nos taux de livraison. Ce qui est une excellente nouvelle pour nos clients, équipes et fournisseurs.

Le retour des clients a été très majoritairement positif en ce qui concerne le système d'envoi de SMS et nous continuons d'étudier des solutions pour constamment l'améliorer."



Nous contacter



Par téléphone

Ventes: 01 70 99 35 54

Support: 01 73 44 31 75

Fax: +33 (0)1 53 45 27 01



Par email

ventes@esendex.fr



En ligne

www.esendex.fr

[@esendex_france](https://twitter.com/esendex_france)



Par courrier

5 Rue de Castiglione

75001 Paris

France