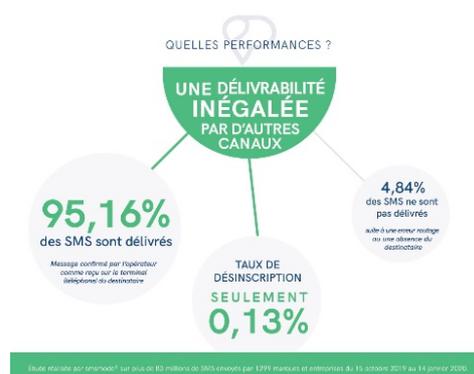
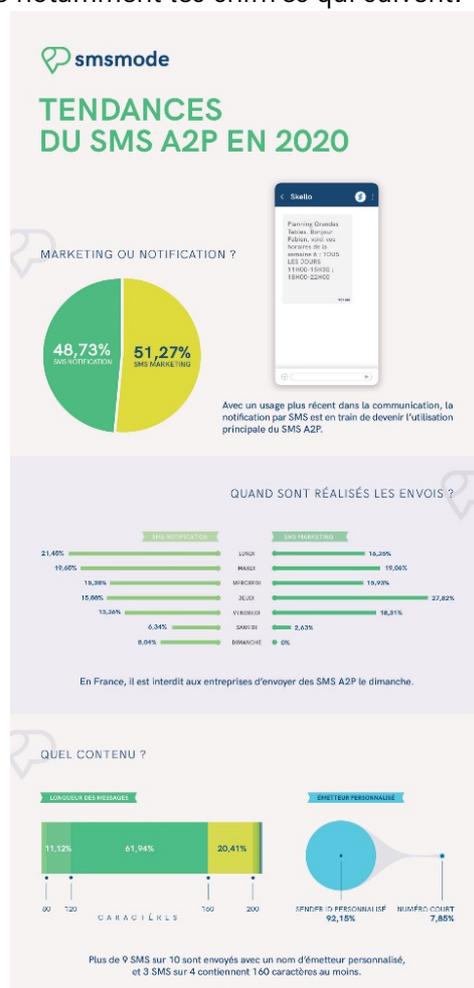


smsmode® publie son étude sur les tendances du SMS A2P Le SMS de notification en passe de détrôner le SMS publicitaire...

Marseille, février 2020 – smsmode®, acteur historique de la communication mobile par SMS, publie les résultats de son étude sur les tendances du SMS A2P, autrement dit, l’usage du SMS par les marques et entreprises. Pour son étude, smsmode® a analysé plus de 83 millions de SMS diffusés par 1299 marques et entreprises via sa solution sur la période du 15 octobre 2019 au 14 janvier 2020.

Parmi les résultats, on relève notamment les chiffres qui suivent.



Près de 49% des SMS envoyés sont des SMS de notification. La notification par SMS connaît une croissance et un dynamisme qui s'appuie sur le potentiel serviciel du SMS. En effet, historiquement consacré au marketing, de plus en plus d'entreprises investissent le SMS A2P pour envoyer des notifications à leurs clients (rappel de rendez-vous, confirmation de réservation ou d'achat, alerte automatique, code de sécurité, etc.). Alors qu'en 2017, le prorata était de 39% de SMS notification pour 61% de SMS marketing (chiffres AFMM), il tourne aujourd'hui autour de 49% pour 51%.

0 SMS marketing envoyé le dimanche. Afin de protéger le consommateur et de ne pas le soumettre à une pression publicitaire trop importante, l'envoi de SMS marketing est strictement réglementé. Ce dernier est interdit les dimanches, les jours fériés et chaque jour pendant le créneau horaire de 20h et 8h.

Près de 62% des SMS contiennent entre 121 & 160 caractères. La majorité des messages envoyés par les entreprises sont des messages courts, car cette limite de 160 signes, au-delà de laquelle un SMS est dit long, favorise la rédaction de messages plus percutants.

9 SMS sur 10 sont envoyés via un émetteur personnalisé. La personnalisation du Sender ID permet aux marques d'être immédiatement identifiées par les destinataires des messages. Une meilleure reconnaissance qui a pour incidence de gagner en visibilité et d'établir un lien de confiance immédiat avec leurs clients et prospects.

Plus de 95% des SMS envoyés sont délivrés. Autrement dit, plus de 95% des messages envoyés par SMS atteignent leur cible finale et sont lus immédiatement (le délai moyen d'ouverture d'un SMS est que de 1 à 4 minutes — chiffres MMAF). Ce niveau de délivrabilité est inégalé par les autres leviers de communication. Cela fait du SMS A2P un canal de diffusion idéal et particulièrement adapté aux communications en temps réel.

0,13% de désinscription. Le faible taux de désinscription constaté sur les campagnes SMS A2P reflète la qualité de ciblage exercé sur ce levier. Le STOP SMS est historiquement un moyen de désinscription simple, fiable et fonctionnel. Les personnes réfractaires à la réception de messages publicitaires peuvent grâce à lui simplement, gratuitement et à tout moment, exercer leur droit d'opposition. On pourrait donc s'attendre à un taux plus élevé. Cependant, l'envoi de SMS a un coût non négligeable, donc les marques qui l'utilisent nettoient généralement leurs bases de données des opt-out et des numéros expirés après chaque envoi pour réduire considérablement les messages non sollicités.

Amis journalistes,

Nous nous tenons à votre disposition pour vous faire parvenir l'étude complète ainsi que pour toute demande d'interview avec un responsable de smsmode® pour en commenter les résultats. L'infographie est également disponible en haute résolution sur demande par retour de mail ou auprès d'Annabel, La Nouvelle Agence, au 06 24 37 32 01 // annabel@lanouvelle-agence.com.

A PROPOS DE SMSMODE®

Créée en 2004, smsmode® est l'un des principaux et des plus anciens acteurs du marché de la communication mobile par SMS. Historiquement implantée à Marseille, au Pôle Média Belle de Mai, la société dispose désormais également de bureaux à Paris et à Toronto, au Canada.

smsmode® est membre de FrenchTech Aix-Marseille, de Marseille Innovation et du Pole SCS (Solutions Communicantes Sécurisées). La société compte plus de 10 000 clients parmi lesquels Doctolib, Foodcheri, Keolis, Voyages Privés, LaFourchette.com, Tripadvisor, ou encore Century 21.

CONTACTS PRESSE

La Nouvelle Agence - Eloïse Provino & Annabel Verrier
annabel@lanouvelle-agence.com
06 24 37 32 01