

WhatsApp Business, RCS et les autres : les nouveaux canaux mobiles réinventent l'expérience utilisateur



12 janvier 2021 – Personnalisation, conversation et interaction : les clients veulent parler avec les marques comme ils le font avec leur entourage proche. L'enjeu est de taille pour les entreprises car il s'agit ni plus ni moins que de fidéliser ces utilisateurs de plus en plus exigeants en leur offrant une expérience client unique. Avec les fonctionnalités innovantes offertes par les nouveaux canaux de messaging mobile A2P, un véritable champ des possibles s'ouvre aux

entreprises. Elles peuvent désormais déployer des stratégies omnicanales faisant la part belle à un véritable lien interactif et conversationnel avec les utilisateurs. Plateforme pionnière de routage de messagerie mobile, smsmode® dresse le panorama complet des fonctionnalités et potentiels des nouveaux canaux mobiles (livre blanc téléchargeable ici <https://www.smsmode.com/livre-blanc-canaux-messaging-mobile-a2p/>).

Du contenu multimédia interactif

Les nouveaux canaux de messaging mobile, et notamment WhatsApp et le RCS, permettent d'enrichir considérablement le contenu et de s'affranchir du format limité à 160 caractères propre au SMS. Désormais, les marques peuvent envoyer et recevoir des fichiers volumineux, des images, des vidéos, des fichiers audios, des PDF, ou des fichiers de localisation et intégrer des boutons interactifs.

« Envoyer directement le contrat à signer au format PDF, compléter les informations de boarding puis transmettre au voyageur directement sa carte d'embarquement le tout sur la

même application, fournir une vidéo tutoriel permettant de résoudre le problème d'un client : avec ces fonctionnalités innovantes, les marques ont toutes les cartes en mains pour proposer des expériences contextualisées, personnalisées, et au potentiel décuplé. L'expérience utilisateur s'en trouve profondément transformée », souligne Fabien ANDRAUD, Directeur commercial de smsmode®.

Une expérience conversationnelle

L'expérience utilisateur se poursuit avec la possibilité d'engager des conversations avec les entreprises, en temps réel, de manière intuitive et fluide, directement sur l'application de messagerie.

« Avec ces nouveaux canaux, on permet aux marques de passer d'une stratégie de notification à une logique de conversation avec leurs clients. On rend possible un marketing 1to1 authentique qui valorise le client. » ajoute Fabien ANDRAUD.

En toute sécurité

Dotées d'un volet d'authentification des profils entreprises, ces nouvelles messageries sûres et fiables permettent de se prémunir du SPAM et du SMS phishing. Fabien ANDRAUD explique : *« Les profils des entreprises sont certifiés et authentifiés. Concrètement, ça se matérialise par un badge. Le client peut voir le profil complet de l'entreprise. L'utilisateur est en confiance. »*

À propos de smsmode®

Créée en 2004, smsmode® est l'une des principales plateformes françaises de routage de messagerie mobile (SMS, TTS, RCS, WhatsApp). Historiquement basée à Marseille, l'entreprise est également implantée à Paris et à Barcelone (Espagne). smsmode® est membre de la FrenchTech Aix-Marseille, de la MMAF (Marketing Mobile Association France) et de la GSMA (association internationale des opérateurs et constructeurs de téléphonie mobile). La société compte plus de 10 000 clients parmi lesquels Doctolib, Foodcheri, Keolis, Voyage-Privé, TheFork ou encore Century 21.

www.smsmode.com

Contact Presse

Julie Bagdikian

07 61 23 43 67 – julie@bamboum.com