



COMMENT LES ENTREPRISES UTILISENT-ELLES LE SMS ?

TENDANCES DU SMS A2P EN 2022





L'envoi de SMS A2P (Application to Person) est une pratique plébiscitée par les marques. Très performante, elle leur permet d'établir un lien direct et immédiat avec tous leurs contacts.

Si les marques explorent toujours de nouveaux canaux de messagerie mobile pour créer de nouvelles façons d'interagir avec leurs clients (WhatsApp Business, RCS, etc.), le SMS reste la solution universelle. Il bénéficie d'une compatibilité totale avec le parc mobile et les nouveaux usages continuent de se développer.



É T U D E S M S A 2 P

INTRODUCTION

Quelle dynamique pour le SMS A2P en 2022 ? Quelles nouvelles tendances ? Quelle évolution du trafic par rapport à l'année 2021 ? Comment le SMS marketing s'est-il adapté aux restrictions sanitaires ? Quel impact de la vaccination sur la notification par SMS ? Autant d'interrogations qui trouvent leurs réponses dans cette troisième grande enquête consacrée au SMS A2P. Pour ce faire, smsmode® a analysé plus de 247 millions de SMS envoyés par quelques 2 100 marques et entreprises françaises entre 1^{er} septembre 2021 et le 31 janvier 2022.

247,49M

DE SMS ÉTUDIÉS

2108

COMPTES CLIENT ANALYSÉS

D É F I N I T I O N S



SMS MARKETING

Le SMS marketing regroupe les messages, envoyés généralement en masse, à des fins commerciales ou promotionnelles.

Pour rappel : le SMS marketing est soumis à une réglementation interdisant leurs envois les dimanches et jours fériés et entre 20h et 8h.



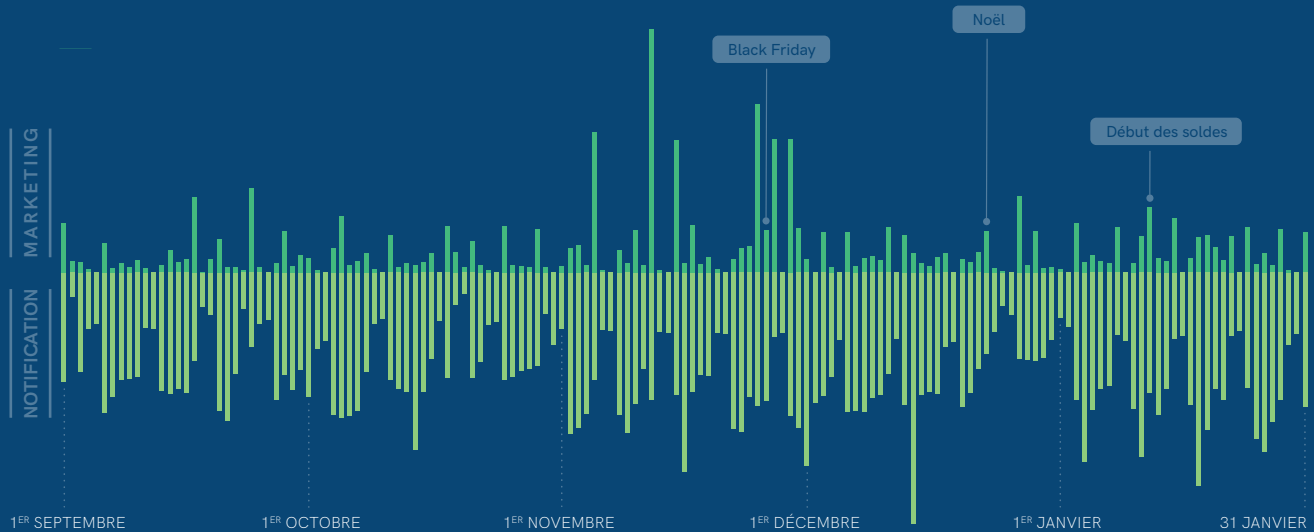
SMS NOTIFICATION

Une notification est un message informationnel envoyé par SMS, en réponse à un événement ou une transaction (rappel de rendez-vous, confirmation de réservation ou d'achat, signature électronique, code unique, Click and Collect, etc.).

ÉTUDE SMS A2P

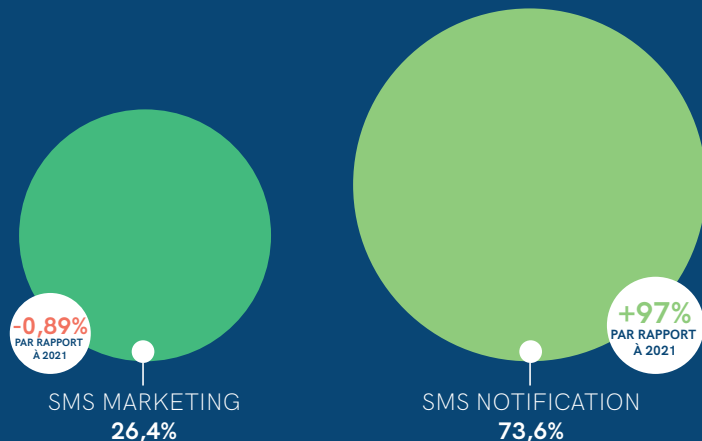
MARKETING OU NOTIFICATION ?

RÉPARTITION DES SMS PAR JOUR ET PAR USAGE



117 405 

SMS ENVOYÉS PAR MOIS ET PAR COMPTE



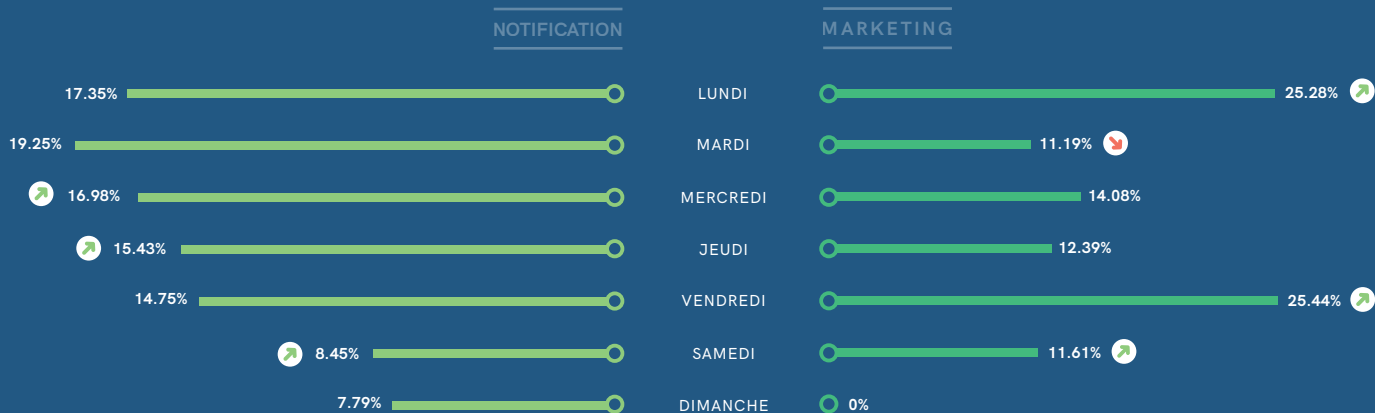
La tendance amorcée en 2020 continue de se confirmer en 2021. Le nombre de SMS notification envoyés ne cesse de progresser (+97% par rapport à l'année précédente). Après avoir dépassé le marketing l'an dernier, **la notification s'impose désormais comme le canal dominant**, portant à lui seul l'augmentation globale du nombre d'envois (+45,28%).

Le SMS marketing reste quant à lui sur la dynamique de l'année précédente (-0,89%). **Les envois marketing de 2020 avaient été fortement impactés par les mesures de confinement**. 2021 aura elle aussi été une année calme en matière de trafic marketing, probablement freinée par une situation sanitaire qui n'a pas permis aux marketeurs de mener des opérations publicitaires de grande ampleur. On note cependant **un certain rebond en fin d'année, avec une anticipation des envois liés aux temps fort promotionnels, comme à l'approche du Black Friday**. Les campagnes de communication autour des soldes ont été plus importantes en 2021, mais plus étalées sur la durée qu'en 2020.

ÉTUDE SMS A2P

QUAND SONT RÉALISÉS LES ENVOIS ?

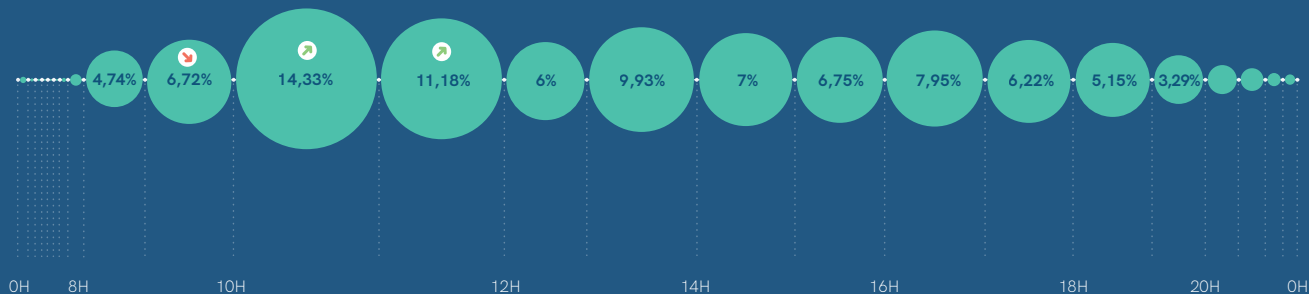
RÉPARTITION DES ENVOIS EN FONCTION DES JOURS DE LA SEMAINE



Comme en 2020, les envois de SMS notification 2021 restent repartis de manière égale sur la semaine. Seule différence en 2021, le lundi est légèrement moins plébiscité au profit de tous les autres jours de la semaine. **Le pic d'envoi est désormais le mardi et une décroissance du nombre d'envois s'opère jusqu'au dimanche.**

Côté marketing, **le vendredi reste le jour préféré des marketeurs pour effectuer leurs campagnes promotionnelles par SMS.** Mais c'est le lundi qui prend désormais la deuxième place, remplaçant ainsi le mardi qui recule nettement par rapport aux années précédentes. **Le samedi voit également sa part augmenter d'année en année.**

RÉPARTITION DES SMS PAR HEURE D'ENVOI



Si la large plage horaire de 8h à 20h n'a cessé de s'affirmer d'année en année comme le créneau représentant l'immense majorité des envois (marketing et notifications confondus), 2021 est l'année où cette plage horaire atteint une forme de plateau (91,12% des SMS envoyés, contre 91,15% en 2020).

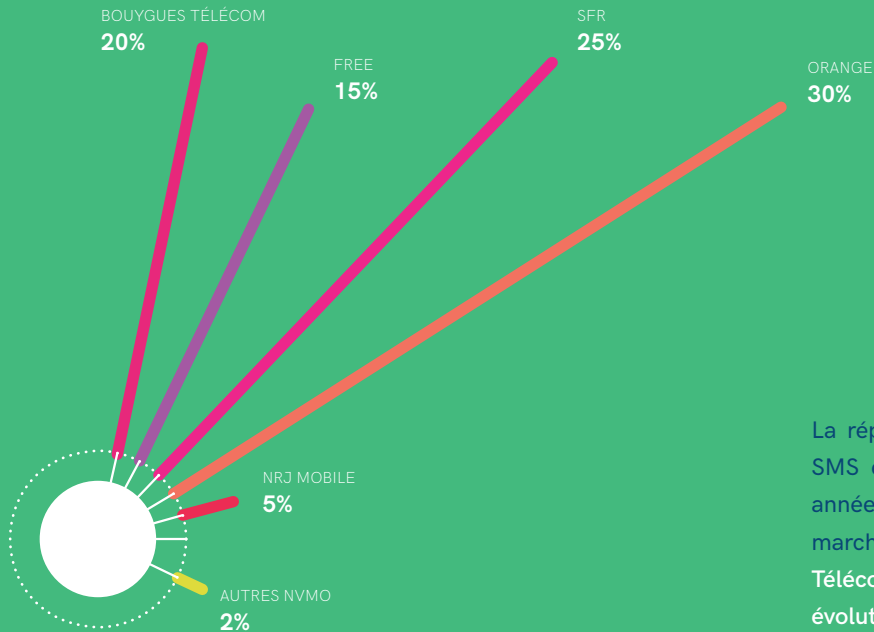
De manière générale, **2021 voit le matin devenir de plus en plus prisé par les entreprises (33,69% des envois). Le créneau de 10h à 11h continue de s'affirmer comme l'heure d'envoi préférée (+3,29 points par rapport à l'année précédente), et le créneau 11h-12h gagne lui aussi du terrain (+1,76 point). Seul le créneau 9h-10h perd 2,64 points.**

Les envois sont en baisse passé 16h par rapport à l'année dernière (-1,84 point), probablement en raison de la décélération des services de livraison et du Click an Collect.

ÉTUDE SMS A2P

VERS QUELS OPÉRATEURS ?

RÉPARTITION DES SMS PAR OPÉRATEUR



La répartition par opérateurs des envois de SMS est extrêmement stable d'année en année, en cohérence avec leurs parts de marché : Orange (30%), SFR (25%), Bouygues Télécom (20%) et Free (15%). Seule légère évolution, NRJ Mobile (5%) gagne 1,39 point en 2021.



La montée en puissance de la notification par SMS annoncée en 2020 a bien eu lieu en 2021. Si le SMS marketing n'a pas retrouvé son niveau d'avant la pandémie, **la digitalisation des échanges s'est confirmée et la notification a porté la croissance du SMS A2P dans sa globalité.**

La campagne de vaccination n'est évidemment pas étrangère à cette nette augmentation du trafic. **Les plateformes de prise de rendez-vous médicaux en ligne ont vu leur fréquentation exploser, multipliant le nombre de SMS de rappels et de confirmation de rendez-vous.**

Le SMS OTP (one-time password) a lui aussi joué un rôle majeur dans cette croissance. Lui qui avait été impacté par l'arrêt de son utilisation pour les transactions bancaires, il trouve un second souffle dans la multiplication des comptes nécessitant une authentification forte. La connexion à des portefeuilles de cryptomonnaie, les plateformes d'entreprise accessibles à distance (avec le développement du télétravail), ou encore les comptes hébergeant des données sensibles sont autant **de nouveaux usages impliquant un fort besoin de sécurité, auquel le SMS apporte une réponse.**





Le SMS vous intéresse ?

Mettez-le au profit de votre stratégie avec les services smsmode®. Gérez vos campagnes marketing et notification grâce à nos outils — notamment nos APIs smsmode® — dotés de fonctionnalités complètes qui vous permettront de maîtriser le SMSmessaging et de répondre à tous vos besoins en matière de communication par messagerie mobile.

Opérateur Télécom ARCEP, smsmode® permet de bénéficier d'une délivrabilité optimale via un routage en route directe opérateurscouplé à des outils d'analyse et de monitoring, afin que vous atteigniez vos objectifs de performance.



smsmode

www.smsmode.com