



smsmode

RCS SUCCESS STORY

Panda Tea

Tripler son taux de conversion avec des campagnes RCS ultra-ciblées

Le potentiel d'interaction est le principal atout du RCS — Rich Communication Service —, le successeur du SMS. C'est cette promesse qui a séduit la marque engagée de thés & infusions bien-être Panda Tea, et qui l'a convaincue de déployer sa première campagne RCS en collaboration avec smsmode®.





18 495

RCS ENVOYÉS



10%

DES CONTACTS SMS COMPATIBLES RCS



16,26%

DE LA BASE À ACHETER

À propos de **Panda Tea**

Panda Tea est une marque de thés & infusions bien-être qui développe des mélanges biologiques de première qualité. Lancé en 2017, par 3 frères, Panda Tea compte une communauté de 300 000 amateurs de thé et 30 millions de tasses de thé ont déjà été servies.

SECTEUR D'ACTIVITÉ

e-commerce

TAILLE DE L'ENTREPRISE

10 collaborateurs

DATE DE CRÉATION

2017

LIEU

France

CANAUX

• **RCS**

INTÉGRATION

• **bot Google Dialogflow**

CAS D'UTILISATION

• **campagne marketing**

faire du RCS une nouvelle arme pour ses actions publicitaires

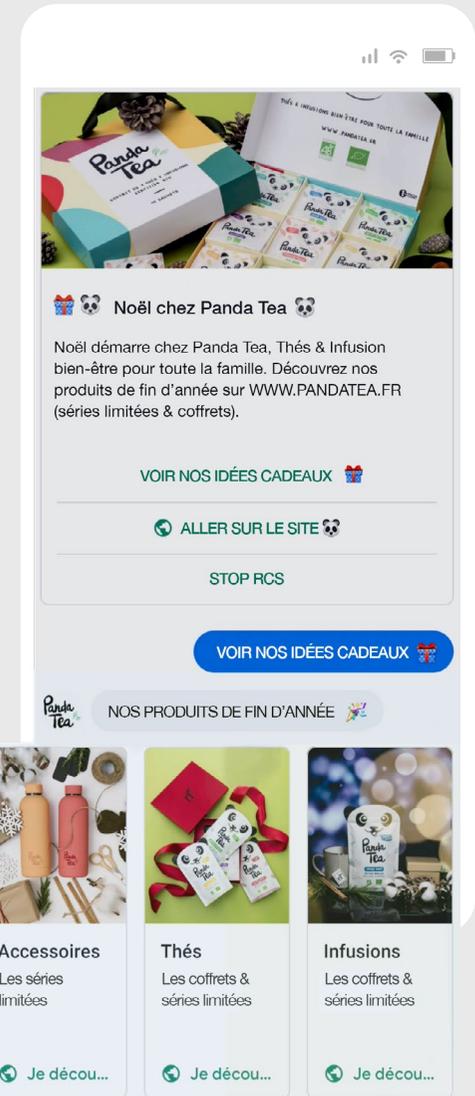
Une campagne de drive-to-web

Fervent partisan du marketing mobile, Panda Tea réalise très régulièrement des campagnes publicitaires lors des temps forts marketing de l'année tels que les soldes, le Black Friday, Noël, etc.

Panda Tea a souhaité lancer, en partenariat avec smsmode®, une campagne RCS. L'objectif était d'explorer les possibilités du RCS et d'apporter une nouvelle dynamique à la communication mobile de la marque. La campagne portait sur la mise en avant des produits de fin d'année (thés, coffrets, infusions, etc.), sous forme de boutons et d'un carroussel (image et descriptif de produits associés à un lien).

Notre objectif principal est de générer du trafic vers notre site web et le RCS est un canal prometteur et tout indiqué qui nous a permis d'utiliser dans notre campagne, images, boutons et carrousels, ce que le SMS ne permet pas.

Alexandre Ali, co-fondateur de Panda Tea



bénéficiaire de la force de frappe marketing du RCS

Les performances remarquables de ce nouveau canal

La campagne a été envoyée aux numéros de téléphones mobiles compatibles RCS de la base de contacts conséquente utilisée pour les campagnes publicitaires par SMS. Ce sont ainsi plus de 18 000 clients de Panda Tea qui ont bénéficié d'une interaction dynamique, simple et directe à travers cette nouvelle expérience mobile enrichie.

Les fonctionnalités de statistiques et de tracking des liens ont permis de suivre et d'analyser les résultats du RCS en temps réel. Et les résultats sont remarquables !

92,78% des RCS ont été lus dont 75% dans l'heure qui a suivie l'envoi, rivalisant ainsi avec les performances déjà exceptionnelles du SMS.

Et les autres performances ne sont pas en reste : avec un taux de clic de 7,23%, un taux de conversion de 16,26% — 3 fois supérieur aux campagnes SMS réalisées habituellement par la marque — et un taux de désinscription de 1,2%, le RCS prouve par là son efficacité.

Les résultats de cette campagne corroborent nos prévisions : ce nouveau canal de messagerie mobile se positionne clairement pour le e-commerce comme un outil de "drive to Web" qui de plus a un impact direct sur les ventes réalisées.



Fabien Andraud, head of sales smsmode©



imaginer de nouveaux usages en e-commerce



Le RCS, un canal marketing d'avenir

Panda Tea fait partie des premières marques françaises à mettre en place une communication par RCS. Les premiers enseignements pour l'utilisation de cette toute nouvelle technologie dans le secteur du e-commerce émergent :

POINTS FORTS DU RCS

- ✓ Un très bon taux de conversion
- ✓ La dynamisation et le renforcement de l'image de marque tout comme de la stratégie mobile
- ✓ Une révolution pour la promotion des produits
- ✓ Un renforcement de la proximité avec les clients

POINTS FAIBLES DU RCS

- ✓ Un type de messagerie encore peu connu et peu démocratisé
- ✓ Une compatibilité des mobiles encore faible

Le RCS s'avère être adapté à notre secteur d'activité, le e-commerce. Cette première campagne a révélé un impact direct sur le drive-to-web. Nous souhaitons maintenant lancer une campagne RCS basée sur un scénario de commerce conversationnel : ce serait un support parfait pour présenter un nouveau produit ou une nouvelle gamme de produit.

Alexandre Ali, co-fondateur de Panda Tea

nous sommes smsmode[©]

Plateforme française de messagerie mobile, expert et spécialiste du marché avec près de 20 ans d'expérience, nous accompagnons les marques françaises et européennes dans l'intégration de la messagerie mobile dans leurs stratégies de communication. Pour cela, nous proposons un ensemble des canaux mobiles (SMS, TTS, mais aussi RCS, WhatsApp Business ou Verified SMS) qui ouvre de nouvelles possibilités omnicanales.



En savoir plus :

+33 (0)4 91 05 64 63 — commercial@smsmode.com

www.smsmode.com

