



Dossier de Presse
Septembre 2014

Contacts :

Anne-Sophie DUPIRE - Responsable Communication
Tel : 0 328 328 000 - anne-sophie.dupire@sarbacane.com

Guillaume FLEUREAU - Directeur Marketing
Tel : 0 328 328 000 - guillaume.fleureau@sarbacane.com

PrimoTexto - 3 avenue Antoine Pinay - Parc des Quatre Vents - 59510 Hem - FRANCE - www.primotexto.com



Sommaire

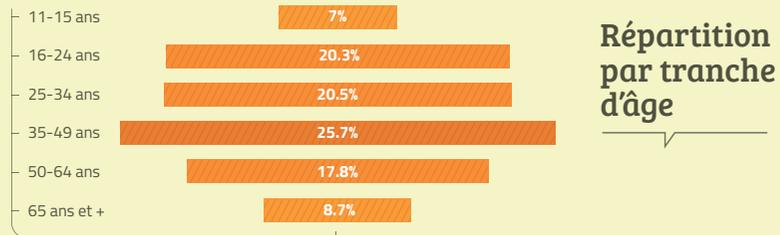
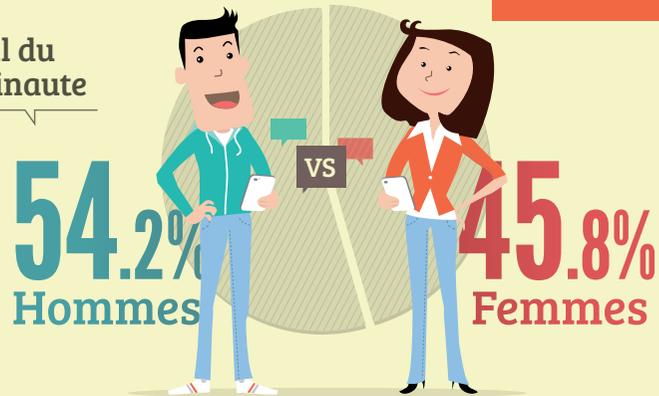
- 3 Les chiffres clés du SMS Marketing en 2014
- 4 Un outil SMS Marketing complet
- 5 Rich Message, bien plus qu'un simple SMS
- 6 Pourquoi intégrer le SMS à sa stratégie marketing
- 7 Interview Antoine Verspieren, Directeur Général Adjoint

Les chiffres clés

du SMS Marketing

en 2014

Profil du mobinaute



17.500 nouveaux smartphones attendus en 2014 contre 15.770 en 2013.



50 milliards de sms échangés au quatrième trimestre 2013.

Performances d'un SMS commercial

JUSQU'À **95%** SONT LUS

Le taux de lecture des SMS se situe entre 92% et 95%.



80.7% des équipes mobiles sont intéressées par la réception de SMS de la part d'entreprises

72% portent un intérêt aux SMS délivrant une information utile (jour de livraison, disponibilité d'un produit)

40% portent un intérêt à la réception de SMS commerciaux (réduction boutique, avantage, ...)

20% des mobinautes ayant reçu un SMS promotionnel ont déjà cliqué sur le lien proposé.



90% des SMS sont lus dans les 10 minutes.



26% se rendent en magasin après avoir reçu une offre par SMS

Primotexto

Un outil SMS Marketing complet

Filiale de Sarbacane Software, Primotexto est une solution de SMS Marketing qui connaît un succès fulgurant avec plus de 1 600 utilisateurs conquis en seulement quelques mois.

L'outil se distingue en proposant des fonctionnalités très innovantes comme le Rich Message qui permet d'aller bien plus loin que l'envoi de SMS classique. Primotexto permet à toutes les entreprises de profiter de l'essor des smartphones en tirant parti des possibilités marketing offertes par la nouvelle génération de mobiles. Parmi les entreprises ayant adopté Primotexto figurent : Meilleurtaux.com et SANEF (Bip and go), Father and sons. L'entreprise continue sa croissance tant sur le plan commercial que celui de l'innovation puisque Primotexto s'enrichit régulièrement de nouvelles fonctionnalités.



CONTACTS

Importez plusieurs milliers de contacts en quelques secondes et nettoyez la base



MODÈLES SMS

Construisez une galerie de modèles SMS pour des envois récurrents et plus rapides



RICH SMS

Dites-en bien plus qu'en 160 caractères grâce au Rich Message Composer



DIRECT OU DIFFÉRÉ

Envoyez vos SMS en instantané ou en planifiant les envois à une date ultérieure



STATISTIQUES POINTUES

Observez les comportements des destinataires à chaque campagne

Création et envoi de SMS

Primotexto est une solution simple et intuitive. En quelques clics, il est possible de réaliser des envois simples ou automatisés de SMS. Les utilisateurs peuvent suivre leurs campagnes en temps réel, relancer leurs clients et personnaliser leurs messages.

Primotexto, c'est aussi :

- ✓ L'envoi de SMS flash s'affichant directement à l'écran, comme une notification. Le message devient incontournable pour les destinataires de la campagne
- ✓ La gestion automatique des STOP envoyés par les clients qui souhaitent se désabonner
- ✓ Des fonctionnalités pour renforcer la relation client
- ✓ Des campagnes automatisées pour souhaiter un anniversaire, la bienvenue ou confirmer une livraison

Pour améliorer l'efficacité des campagnes SMS et renforcer la relation client, Primotexto propose de concevoir des campagnes dynamiques.

Cette nouvelle fonctionnalité permet à tout utilisateur de se créer des scénarios de communication SMS à partir d'un champ date ou d'une date d'insertion dans une liste ■

L'envoi à l'International pour communiquer sans frontières

Idéal pour les utilisateurs dont les clients se trouvent aux quatre coins du monde ou ceux qui souhaitent élargir leur portefeuille clientèle à l'étranger, Primotexto permet désormais d'envoyer des SMS à l'international vers tous les opérateurs des pays dont la Belgique, le Royaume-Uni, l'Algérie, la Guadeloupe ou encore l'Allemagne.



Rich message, bien plus qu'un simple SMS

L'inconvénient majeur du SMS est la limitation du nombre de caractères d'un message. La créativité se joue alors sur les mots, pas sur le graphisme ni la mise en page du message. Primotexto est le seul opérateur permettant de contourner cet obstacle en créant des campagnes SMS relayées par des contenus web sans aucune connaissance technique !

Le Rich Message Composer permet de créer des pages web, ou landing pages, très rapidement. Il est possible d'insérer un lien vers une page Internet directement dans le contenu du SMS, afin de détailler davantage le message. Ces pages sont automatiquement conçues pour un affichage optimisé, une navigation fluide et intuitive sur smartphone.

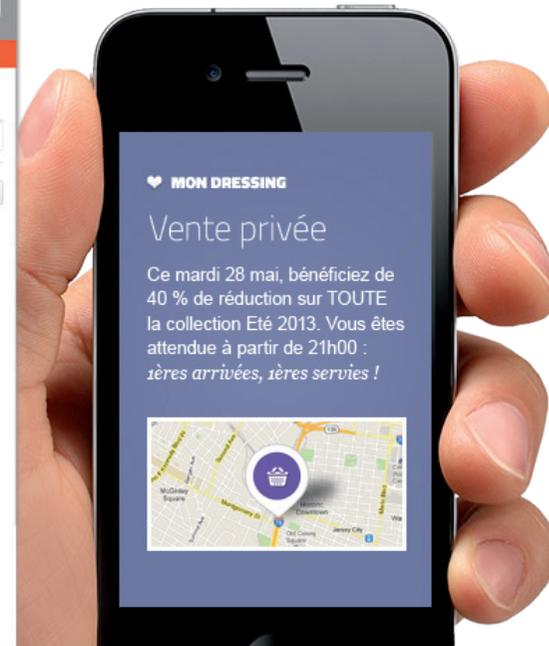
Mesurer l'impact des SMS sur votre site internet



Primotexto offre un suivi comportemental complet : il est possible de tracker les liens contenus dans le SMS, tout comme les pages web. Ainsi, vous pouvez connaître le taux d'ouverture de la campagne, mais aussi le taux de clics sur le lien et sur la landing page. D'autres statistiques de performance comme le taux de réactivité permettent d'évaluer rapidement l'efficacité d'une campagne.



L'analyse des statistiques peut être encore plus poussée, puisqu'il sera prochainement possible de mesurer l'impact d'une campagne SMS sur le trafic de son propre site Internet, grâce à une passerelle entre Primotexto et Google Analytics ■



Pourquoi intégrer le SMS à sa stratégie marketing ?

Pendant longtemps, le SMS Marketing a connu une faible croissance car il était considéré comme un canal envahissant. Aujourd'hui, les choses ont bien changé !

Le SMS, réponse au nouveau défi marketing : le Real Time

L'essor d'Internet et l'explosion des smartphones et tablettes ont ouvert la porte à une nouvelle ère : celle du consommateur hyper-connecté. Une ère où les 'buzz', la communication téléphonique illimitée, l'information disponible dans l'instant et en continu sur les réseaux sociaux ont donné naissance à une course effrénée au 'temps réel'.

Focalisé sur le moment présent, le consommateur impose aux marketers de réorchestrer leur stratégie en tenant compte de sa mobilité et ses attentes de 'temps réel' pour offrir une meilleure expérience utilisateur et donc, un meilleur taux de conversion : +26% selon Econsultancy*. Si les bénéfices du Real Time Marketing sont probants, les entreprises doivent gagner en réactivité pour sortir du lot.

Face à ce nouvel enjeu, les marketers n'ont pas tardé à se mettre en ordre de bataille pour répondre à cette exigence, et certains ont intégré le SMS Marketing à leurs stratégies.

Le SMS permet une instantanéité et une lisibilité que les autres moyens marketing n'offrent pas. Grâce à lui, les entreprises peuvent être au plus proche de leurs clients. Plus simple que l'emailing, plus rapide que le téléphone et plus efficace que le courrier papier, le SMS permet d'obtenir des résultats impressionnants : 95% des SMS commerciaux sont lus par leurs destinataires. Contrairement aux emails ou aux courriers papier, le SMS est rarement supprimé sans être lu. Peu mis de côté, il est souvent lu rapidement après réception.

Le SMS répond aux exigences du consommateur d'aujourd'hui

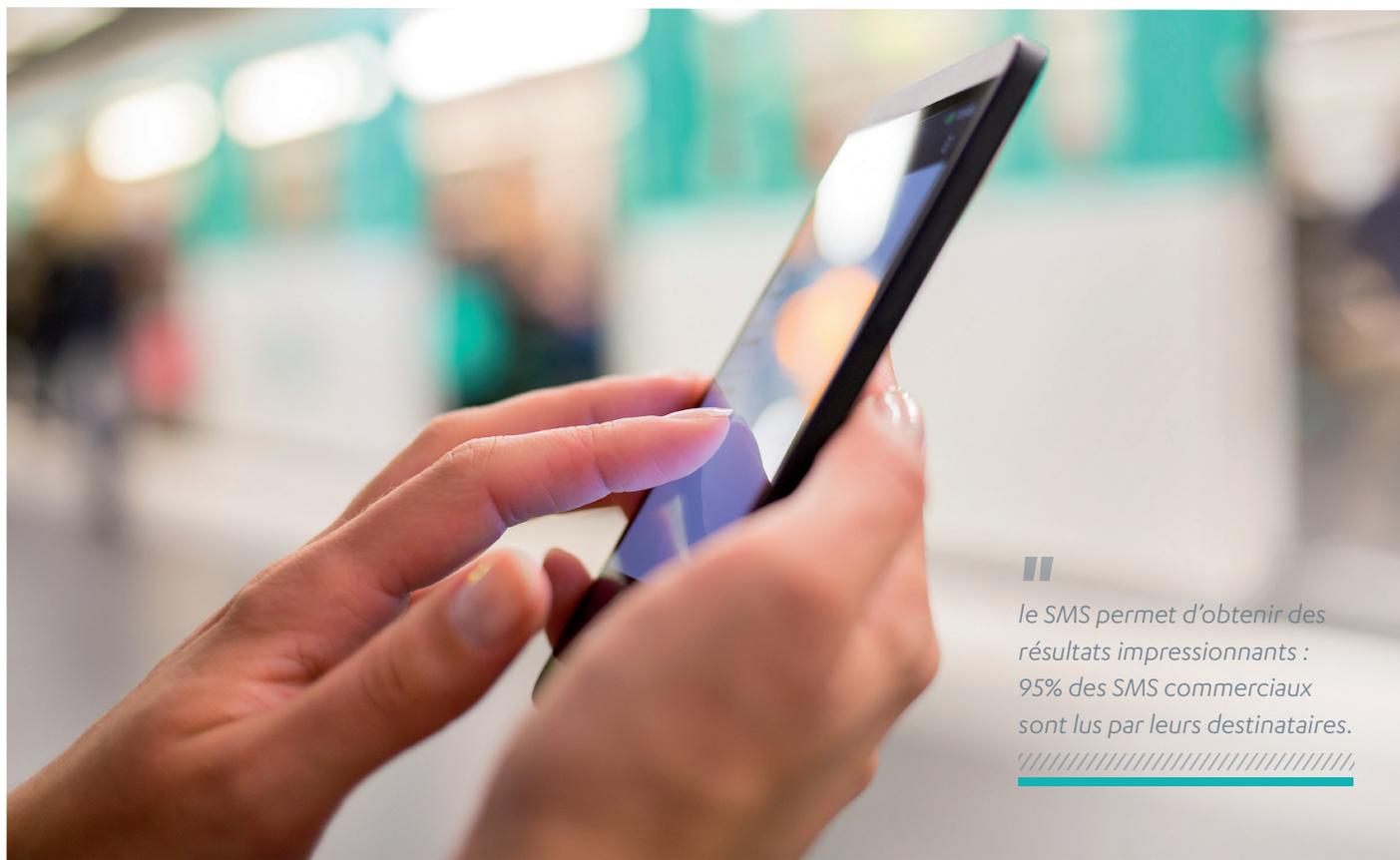
Lorsqu'il s'est développé, le téléphone était peu ergonomique, il ne permettait d'effectuer qu'une seule tâche et les sonneries étaient bruyantes. Le mobile était vu comme un objet personnel, et les SMS commerciaux étaient alors peu appréciés des particuliers.

Aujourd'hui, notre rapport au téléphone a bien changé : un individu peut recevoir des dizaines de notifications dans la journée provenant de réseaux sociaux ou d'applications. Les mobiles ont évolué, de nombreuses tâches peuvent être gérées et la réception des SMS se fait en toute discrétion. Ils

font aujourd'hui partie de notre quotidien et ne sont plus intrusifs.

Le taux d'équipement est important en France, puisqu'en 2012, 88% de la population des 12 ans et plus étaient équipés d'un mobile. Plus de 80% d'entre eux sont intéressés par la réception de SMS de la part d'entreprises. Ils sont 72% à porter un intérêt aux SMS délivrant une information utile (par exemple : le jour de livraison ou la disponibilité d'un produit) et 40% à la réception de SMS commerciaux comme des réductions en boutique et des avantages.

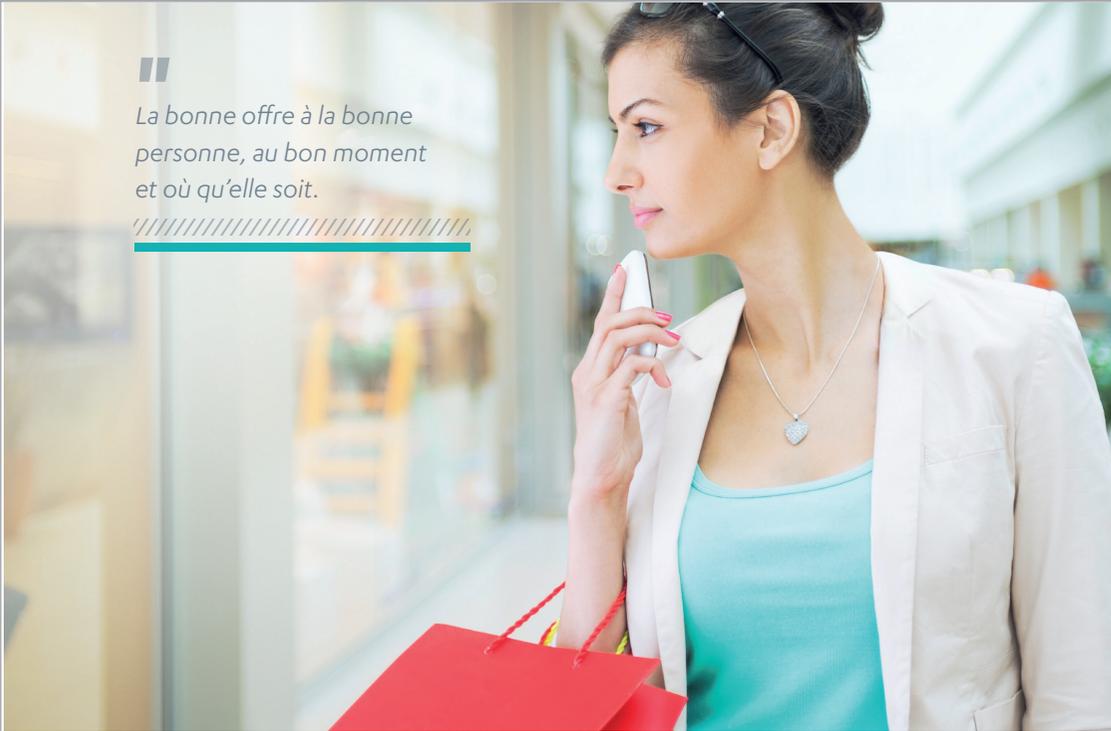
Le taux d'ouverture des SMS commerciaux est très important puisque 95% d'entre eux sont lus. De plus, 20% des mobinautes qui ont reçu un SMS promotionnel ont déjà cliqué sur le lien proposé.



“
Le SMS permet d'obtenir des résultats impressionnants : 95% des SMS commerciaux sont lus par leurs destinataires.”



La bonne offre à la bonne personne, au bon moment et où qu'elle soit.



Donner de l'élan à la communication

La proximité avec les consommateurs est devenue essentielle, il est important pour les entreprises qu'elles aient un impact auprès de leur cible, peu importe l'endroit où celle-ci se trouve.

Vital pour un grand nombre de TPE et PME, le SMS permet de toucher une large audience à moindre coût. C'est par lui que les marques se rapprochent de leurs consommateurs et donnent de l'élan à leur communication.

Les mobinautes attendent une expérience personnalisée.

Le SMS est le canal idéal puisqu'il répond à plusieurs objectifs :

- ✓ Développer l'image de marque de l'entreprise en montrant qu'elle innove mais aussi qu'elle est accessible et proche de ses clients

- ✓ Acquérir de nouveaux clients car l'envoi de promotions par SMS permet de générer du trafic en magasin et ainsi séduire une nouvelle clientèle
- ✓ Générer des ventes via des promotions, des coupons de réduction et des nouvelles offres
- ✓ Fidéliser les clients grâce à un programme spécifique par SMS (par exemple : récompense fidélité ou anniversaire du client)
- ✓ Fournir des informations importantes pour vos consommateurs : la confirmation d'un rendez-vous, une date de livraison, la disponibilité d'un produit en magasin ou le Service Après-Vente
- ✓ Gérer une communication de crise : en cas d'événements imprévus, vous pouvez communiquer rapidement et dans l'urgence grâce au SMS.

Offrir une expérience personnalisée aux clients

Aujourd'hui, les mobinautes attendent une expérience personnalisée. En cela, le SMS est le canal idéal puisqu'il répond à plusieurs objectifs y compris la fidélisation client et la mise en place d'échanges plus intensifs et personnalisés.

Le SMS Marketing propose de concevoir des campagnes dynamiques : il s'agit de campagnes qui s'envoient automatiquement et qui répondent en temps réel aux comportements et aux besoins de vos clients. Précieuse pour l'animation récurrente et continue d'un fichier clients, cette fonctionnalité permet à tout utilisateur de créer des scénarios de communication SMS à partir d'un champ date.

Par exemple : dans le cadre d'un programme de fidélité avec un SMS anniversaire, un SMS de bienvenue ou de relance pour les clients inactifs. Cela permet d'envoyer des offres très personnalisées au moment le plus opportun et de la façon la plus directe, le SMS : la bonne offre à la bonne personne, au bon moment et où qu'elle soit.

Le SMS permet également de répondre à des problématiques plus pointues : un concessionnaire pourra relancer automatiquement l'acquéreur d'un véhicule 6 mois après l'acte d'achat pour lui rappeler sa première révision, au même titre qu'un institut confirmera les rendez-vous pris ou relancera un client plusieurs jours ou mois après sa dernière transaction.

Mobilité et proximité tels sont les enjeux majeurs pour les entreprises souhaitant toucher directement leurs clients. Le contexte économique morose impose aux entreprises d'utiliser des leviers marketing simples, directs et efficaces, caractéristiques qu'elles retrouvent dans le SMS marketing.

Les détracteurs peuvent penser que le SMS est en perte de vitesse, mais grâce à l'arrivée du Real Time Marketing et à l'instantanéité du message, le SMS a de beaux jours devant lui. Loin de disparaître, son accessibilité est démultipliée par l'explosion des smartphones, faisant ainsi du SMS Marketing un levier incontournable des stratégies marketing et l'arme indéniable pour répondre aux exigences du consommateur d'aujourd'hui.

C'est un nouveau marketing qui a vu le jour et les entreprises qui l'ont compris possèdent déjà une longueur d'avance ■

*Real-Time Marketing Report - Econsultancy February 2014



Interview

Antoine Verspieren

Directeur Général Adjoint

Quels sont les avantages du SMS par rapport aux autres leviers marketing ?

Le SMS, en tant que canal marketing, assure une instantanéité et une lisibilité que ne permettent pas les autres canaux Marketing. Il peut être utilisé pour répondre à différents objectifs marketing et ainsi, toucher diverses cibles parfois difficiles à atteindre.

Grâce à lui, les entreprises peuvent établir une relation de proximité avec leurs clients. Plus simple que l'emailing, plus rapide que le téléphone et plus efficace que le courrier papier, les campagnes SMS sont très simples et rapides à mettre en œuvre : pas de frais d'agence, de planification complexe, de traitement de fichier lié à un déménagement ou un changement d'adresse email (portabilité des numéros).

La mémorisation des messages par le client est optimale : 160 caractères pour aller droit au but sans dissiper l'attention du lecteur vers une image ou une information parasite. Enfin, le retour sur investissement est élevé : 95% des SMS commerciaux sont lus. Le SMS ne souffre d'aucun problème de délivrabilité, ce qui accroît fortement le succès des opérations.

Les TPE et PME sont de plus en plus nombreuses à intégrer dans leurs stratégies marketing, à juste titre. On parle souvent des SMS promotionnels mais un autre SMS connaît un essor important, le SMS transactionnel. Confirmation de commande, alerte sur un stock, notification d'expédition de commande ou autre, le SMS transactionnel permet aux acteurs B2B et B2C, de délivrer une information clé ou critique directement et instantanément sur un support toujours à portée de main du client. L'intégration du SMS transactionnel dans le parcours client permet d'accroître sensiblement la satisfaction et de réduire considérablement les appels ou demandes vers les services clients ou SAV.

Qu'est-ce qui différencie Primotexto de vos concurrents ?

Le succès de la solution repose sur la prise en compte des nouveaux usages offerts par l'émergence des téléphones connectés : les smartphones. A l'heure où 50% des ménages sont équipés d'un smartphone, nous avons su apporter une solution qui efface la frontière entre le SMS et le Web.

Concrètement, nous permettons à nos clients d'enrichir leurs messages par l'association d'un lien raccourci dont nous assurons la traçabilité. Une porte d'entrée de 160 caractères vers un contenu web par définition illimité. Pour les clients dont le site n'est pas optimisé pour la lecture sur mobile, nous proposons de créer une landing page sur notre application. Cette page est personnalisable, idéal pour l'insertion de codes-barres, QR codes, images, vidéos, plans, etc. Enfin, les statistiques d'analyse de performance d'une campagne SMS étaient jusqu'ici très limitées (accusés de réception, erreurs et NPAI). Avec notre système, nous permettons à nos clients d'affiner leurs analyses en fournissant des indicateurs supplémentaires comme les clics sur les liens, le support d'ouverture (IOS, Android, etc). Des informations pertinentes pour toute entreprise dont la stratégie de développement est orientée vers la digitalisation et une aubaine pour relever les défis du M-commerce.

Nous proposons également une batterie de fonctionnalités qui répondent à des besoins très spécifiques. Par exemple : la possibilité de créer des campagnes automatiques, des campagnes cadencées, ou encore des envois différés.

Notre capacité est grande, nous avons pour objectif de toujours avoir une longueur d'avance au niveau fonctionnel.

Pour quelles raisons vos clients ont-ils choisi la solution Primotexto ? Quelles sont leurs fonctionnalités préférées ?

Nos clients ont été séduits en premier lieu par la simplicité d'utilisation de la plateforme. Nos ingénieurs ont su rendre la richesse fonctionnelle très simple et fluide dans l'utilisation. Une ergonomie intuitive est la clé de succès d'une application web. Les grandes marques, restaurateurs, ecommerçants, ... nous ont retenus car chacun trouve chez nous une fonctionnalité qui répond à un besoin métier. En plus d'offrir à leur client une expérience nouvelle, les directions Marketing se procurent de nouvelles armes d'analyse comportementale indispensables pour la compréhension et l'amélioration de leurs communications.

Aussi, nos clients sont accompagnés et conseillés. La réactivité de l'application (campagne paramétrable en 4 minutes) et des équipes leur permettent de gagner en souplesse et de 'dégainer' des campagnes express très rapidement et sereinement.

Enfin, la possibilité d'intégrer notre plateforme à des applicatifs métier (CRM, centre d'appels, stocks, etc) grâce à nos API puissantes est un plus important. Nos ingénieurs avant-vente facilitent le travail en fournissant une librairie de codes qui permet à tout développeur d'envoyer du SMS transactionnel depuis un site web ou un logiciel en quelques heures.

