

Concurrencés par la vente en ligne, les magasins physiques doivent se démarquer auprès de leur public.

Comment améliorer votre trafic en magasin ?

Quelles techniques vous assureront à la fois quantité et qualité ?

Découvrez tout de suite les atouts des campagnes de marketing direct digital.

Générer du trafic magasin avec le marketing relationnel

Les personnes possédant un téléphone portable ont tendance à le garder constamment près d'elles.

C'est pourquoi celui-ci est devenu un canal de diffusion particulièrement intéressant pour le commerce. Ainsi, le taux d'ouverture des sms marketing atteint les 98 % !

Du côté des messages vocaux, c'est le même constat, avec une consultation frôlant les 100 %. Moins intrusif que le démarchage plateforme, le mailing vocal séduit grâce à sa personnalisation et son faible coût.

Par ce biais, les opérations commerciales trouvent une meilleure réception auprès du public. Intéressé, celui-ci est plus enclin à se rendre ensuite en magasin pour un achat.

Comment fidéliser ses clients ?

Les secteurs très concurrentiels demandent de la créativité pour se distinguer.

En approfondissant la relation client, les campagnes digitales mettent l'accent sur des services de qualité.

Elles peuvent s'appuyer sur différents supports :

- SMS publicitaire
- MMS marketing
- Message vocal direct répondeur

Grâce au contenu personnalisé, le mobinaute se sent privilégié.

Une position qui favorise ensuite son engagement auprès de la marque !

Créer une offre attractive

Au préalable, vous devez définir l'objet de votre campagne publicitaire. À qui souhaitez-vous vous adresser ? Quel est votre objectif (conquête, fidélisation...) ? Une fois votre offre établie, il reste à rédiger ou à enregistrer votre message.

Celui-ci doit être clair et concis, car vous n'avez que peu de temps pour convaincre.

Le texte peut également comporter un lien, qui renverra le client vers la Landing Page décrivant l'offre en détails.

« Les campagnes de SMS ou de messages vocaux ont un fort impact sur l'engagement client. Bien préparé, le message incite à se rendre en magasin. »

Personnaliser le message publicitaire

La personnalisation du contenu est un élément-clé pour la réussite de votre campagne publicitaire.

Pour donner l'impression d'un échange direct, vous pouvez y inclure des informations, comme :

- Le nom de la personne
- Son numéro client
- Des informations sur le magasin le plus proche

Ces messages peuvent aussi simplement être l'occasion de souhaiter la bienvenue ou de proposer une offre anniversaire.

L'impact qualitatif d'un message personnalisé est décisif pour augmenter le trafic magasin.

Évaluer une campagne web to store

Le mailing vocal et l'envoi de SMS fonctionnent grâce à un générateur. Celui-ci collecte des données afin d'établir un suivi de la campagne.

Ces statistiques concernent :

Sur Twitter : Tweets sponsorisés, sponsoring de comptes et de tendances permettent de cibler des professionnels tout en boostant la visibilité de vos tweets

Sur LinkedIn : Sponsorisation des posts de votre page entreprise, Lancement de campagnes de Texts Ads ou d'Inmails sponsorisés, ou encore de vidéos sponsorisés pour toucher vos cibles BtoB !

Facebook et Instagram vous permettent de diffuser en sponsoring vos posts, vos vidéos, vos visuels, mais également vos produits e-commerce par leur plateforme publicitaire

Tiktok vous permet de cibler le marché des jeunes au travers de 4 formats innovants

- Le taux de consultation
- La durée d'écoute
- Le choix effectué par le mobinaute

En fonction de ces chiffres, vous pourrez évaluer la pertinence de vos offres, les moments d'appels, etc.

Ce suivi vous donne des pistes concrètes pour piloter efficacement votre campagne en cours et réfléchir à celles à venir.

Réussir vos campagnes de marketing direct digital

L'agence Expertisme a développé pour vous plusieurs services en marketing direct digital. Nous vous proposons la gestion et l'envoi de :

- Vos campagnes vocales direct répondeur
- Vos campagnes SMS
- Vos campagnes MMS
- Ainsi que la location de bases de données BtoB ou BtoC

L'avis de l'expert en Marketing Direct Digital



Simple et flexible, le mailing vocal permet d'augmenter votre trafic en magasin. Tout comme les SMS, il instaure une relation de proximité avec vos clients.

La mise en place et le suivi de ce type de campagne demande des outils et des compétences spécifiques.

Notre équipe est là pour bâtir avec vous votre prochaine campagne de marketing direct digital !