

Il n'est pas toujours simple pour les boutiques physiques d'augmenter leurs ventes malgré les possibilités de faire de la publicité en ligne. Même si elles semblent être désuètes, les **campagnes SMS**, MMS ou via messagerie vocale restent d'excellents leviers de communication. L'objectif : toucher une audience sans se montrer intrusif et susciter des visites en magasin. Découvrez comment le marketing direct par SMS peut booster votre fréquentation.

Pourquoi mettre en place des campagnes de SMS marketing ?

Le marketing direct sous sa forme digitale connaît aujourd'hui un grand succès. Les consommateurs sont presque tous équipés d'un smartphone et consultent régulièrement les messages écrits et vocaux.

Les campagnes marketing par SMS, MMS ou par message vocal direct sur répondeur atteignent de très bons résultats, avec des taux d'ouverture et d'écoute approchant les 100%. L'envoi de SMS personnalisés aux acheteurs et l'emploi d'un ton direct sont les clés du succès pour ce type de communication qui mise sur l'efficacité.

Par ailleurs, le coût relativement bas de ces opérations permet de choisir librement entre actions ponctuelles ou campagnes à long terme. On peut ainsi construire efficacement sa stratégie, sans être limité sur le plan budgétaire.

La finalité du marketing direct sur smartphone est de provoquer une visite en magasin et idéalement, un achat. Le contact avec les conseillers et avec le produit lui-même restent des arguments forts de l'expérience client, qui font le succès des boutiques physiques. En générant **de l'intérêt pour un produit au bon moment**, les actions de webmarketing peuvent donc être mises au service des commerces.

« Le marketing direct sur smartphone est un moyen efficace de créer du lien avec vos clients et de dynamiser votre fréquentation. » Laurent Rignault - fondateur et CEO d'Expertisme.

Comment développer un message percutant ?

Le succès de l'envoi à votre base de contacts dépend cependant de la qualité et du ciblage du message. Être à l'écoute des attentes des consommateurs permettra de toucher juste, sans jamais devenir intrusif.

La définition des objectifs et du profil client

Pour être entendu par ses clients, mieux vaut avoir un message clair. Pour tout type de campagne SMS, on veillera donc à définir sa cible (profil, âge...) et ses objectifs (visites en magasin, conversions...). On personnalisera son contenu avec le nom du destinataire, mais aussi avec des informations locales pouvant lui être utiles. Chaque client doit se sentir unique et concerné par l'offre.

La création d'un message efficace

L'envoi de MMS et de messages vocaux appelle un contenu court et efficace. Celui-ci doit inciter à l'action et faciliter l'accès à l'offre (par exemple avec un lien dans le contenu texte). Un message bien préparé aura un effet positif sur l'engagement des destinataires.

Analyser vos campagnes pour les améliorer en permanence

Analyser les résultats d'une campagne, au préalable ou a posteriori, permet d'ajuster efficacement les actions de marketing direct digital. En amont, les réseaux sociaux sont une précieuse source de données et permettent de mieux comprendre les attentes de votre cible. Par la suite, les plateformes d'analyse de statistiques de campagne permettront d'étudier, pour chaque action, les améliorations à apporter (durée du message, modification du call to action, etc.).

L'avis des experts d'Expertisme

L'envoi de campagnes SMS et sur messagerie vocale est une manière simple de nouer un contact authentique avec vos clients et de dialoguer efficacement. **Savoir identifier sa cible et analyser les résultats du marketing direct** est cependant essentiel pour ne pas gaspiller ses efforts ni son budget.

L'équipe d'Expertisme vous fournit de précieux conseils pour élaborer une stratégie de qualité et mettre votre campagne en place rapidement. À la clé, une relation personnalisée qui contribuera à fidéliser votre audience.

N'hésitez-pas à nous contacter pour vous présenter notre accompagnement.