



Cinq conseils rapides pour un campagne SMS performante !

Il y a 3 raisons pour lesquelles vous devriez lire cet article :

- 1. Vous êtes nouveau sur Octopush et vous mordez d'impatience de mettre en marche vos campagnes*
 - 2. Vous disposez d'un compte sur Octopush, et nous allons vous donner toutes les informations qui vous manquent pour réaliser vos campagnes avec le plus de succès*
 - 3. Vous ne disposez pas de compte Octopush, et vous êtes sur la bonne page. Non seulement on vous donne des conseils tout de suite, vous avez trouvé un fournisseur qui va vous donner des conseils, et en plus l'inscription avec essai gratuit n'est qu'à quelques clics !*
-



Lisez attentivement nos 5 conseils ci-après. Grâce à eux, vous allez pouvoir mettre facilement en place une campagne efficace. Il semble facile de rédiger un texte de 160 caractères mais être à court d'idée, manquer d'originalité, se répéter et ne pas atteindre son but peut arriver à tout le monde. Ici, nous allons vous présenter 5 clés afin de bien réussir vos campagnes, et, pourquoi pas, retravailler celles que vous avez déjà réalisées.



1 – Communiquer c'est bien, promouvoir c'est mieux

Le pouvoir du SMS marketing réside dans son interactivité. Si l'on peut écrire ce que l'on veut, il va être beaucoup plus efficace de mettre en avant du concret. Pourquoi écrire un slogan qui fait réfléchir et joue des tours sur le cerveau quand l'on peut simplement proposer une réduction, une offre ou une promotion, avec une limite de temps et un but clair? Un deal direct avec le client le pousse à agir vite!

2 – Utilisation du Text Talk (« Txt Talk »)

Les 160 caractères vont vite être remplis si le message propose un long paragraphe qui explique lentement pourquoi votre offre est intéressante. Contrairement aux emails, les SMS publicitaires sont bel et bien ouverts et doivent donc être percutants, concis et efficaces. Mais attention, même si le message doit être concis, si le message n'est pas assez bien rédigé, il sera ouvert et refermé illico presto. Des problèmes de place? Il est facile d'en gagner en limitant l'apparition de « LE » et « ET » par exemple.

3 – Attention au contenu!

Les inscrits vont être intéressés par du contenu exclusif. Il ne sert à rien de mettre en avant des informations disponibles sur votre site internet ou en magasin: elles sont déjà disponibles sur votre site internet. Il est ici plus intéressant de se focaliser sur les avantages que l'on obtient en recevant ce SMS, et les « informations exclusives » dont on dispose lorsque l'on fait partie de la liste des abonnés.

4 – Tout est dans le discours

Il est temps de lâcher les impératifs tels que « commandez maintenant » ou « achetez maintenant ». Ces messages sont invisibles car trop vus et peuvent même agresser. Recevoir un ordre alors que l'on ouvre un SMS d'un destinataire inhabituel peut être très mal reçu et peut tout gâcher. Il faut rester personnel, réaliste et honnête.

5 – Attention au timing !!

Une réduction de 75% sur votre produit reçue à 5 heures du matin ne servira à rien. Des réductions de Noël proposées le 14 juillet non plus. Ces informations paraissent évidentes mais prennent leur sens lorsqu'une campagne peut être associée à de grands événements sportifs, une activité nouvelle de votre entreprise ou de grands moments dans l'année. Cela permet à votre client de garder votre offre en tête. Si jamais il est plus intéressant d'attendre quelques jours avant d'envoyer votre diffusion, n'hésitez pas. Les retombées pourraient être plus grandes!!