



Les tendances du SMS

2024

toujours plus de performances





smsmode[®] en 2023, c'est...



22,8M€

DE CHIFFRE D'AFFAIRES



715,8M

DE SMS ENVOYÉS



10 212

COMPTES CLIENT ACTIFS



+100

NOUVEAUX CLIENTS



99,79%

D'UPTIME SUR NOS SERVICES





Le SMS en 2023, c'est...



65,13%
DE NOTIFICATION



UN TAUX DE DÉLIVRABILITÉ DE
96,09%



UN TAUX DE DÉSINSCRIPTION DE
0,16%



80,43%
DES ENVOIS DE SMS SONT
AUTOMATISÉS (API, PLUGIN...)



44,76%
DES SMS ENVOYÉS
ENTRE 8H ET 12H

Sur quelles données ?

Les statistiques présentées dans cette étude s'appuient sur l'analyse de 745 millions de SMS envoyées sur les services smsmode® par 10 212 comptes clients, du 1^{er} janvier au 31 décembre 2023.



1 À quoi ressemblent les campagnes SMS ?

Sans surprise, l'usage du SMS est dominé par la notification qui progresse d'année en année. Les rappels de rendez-vous, alertes, de livraison, signature électronique, code unique, etc. représentent ainsi **65,13%** des SMS envoyés.

Relevons également que 6 SMS du 100 sont des OTP (code à usage unique).

“ La montée en puissance de la notification s'est amorcée depuis 2020 et se confirme comme l'usage dominant du SMS par les marques.

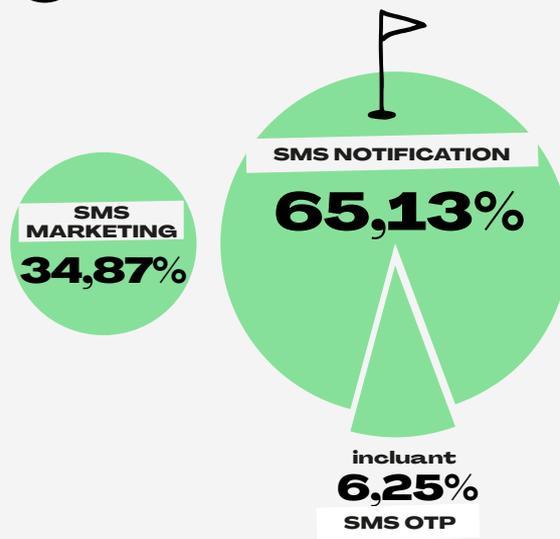
Cette tendance s'inscrit dans un marché en croissance, d'environ +10% entre 2022 et 2023.



Fabien Andraud
COO smsmode®



En chiffres



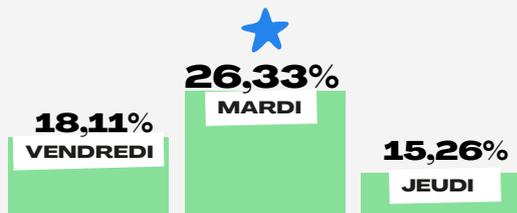


Le SMS marketing

 *Quels sont les principaux temps-forts relayés par SMS ?*



Quel jour est préféré ?



Et quelle heure ?





un taux de désinscription

0,16%

 *Quel contenu des messages ?*



89,17%

des messages ont un émetteur personnalisé

89,41%

des messages contiennent entre 120 et 160 caractères

6,39%

plus de 161 caractères



69,83%

des SMS marketing reçus en moins de 10 secondes



Les marques sont bien accoutumées aux campagnes marketing par SMS. Elles exploitent pleinement temps-forts commerciaux et fonctionnalités du canal (personnalisation sender ID ou limite de caractères).

Dans nos échanges avec les marques, on note un intérêt et un usage grandissants des liens cliquables et trackables. Extensions des campagnes SMS sur une page web mobile, la puissance du SMS est déployée pour les stratégies de drive-to-store et drive-to-web.



Thibaud Leenhardt
Head of Outbound Sales
smsmode®



Le SMS notification

 *Quel contenu des messages ?*



77,35%
des messages ont un émetteur personnalisé

45,87%
des messages contiennent entre 120 et 160 caractères

37,45%
moins de 120 caractères



75,52%

des SMS notification reçus en moins de 10 secondes



un taux de réponse de

4,26%



L'essor du SMS de notification s'inscrit dans une tendance conversationnelle où les marques activent de plus en plus les interactions avec leurs clients.

Cette stratégie prévisage la montée en puissance des canaux conversationnels (Time2Chat, RCS, WhatsApp...) qui s'amorce.



Rémy Catala

Key Account & Sales Manager
smsmode®



Le SMS OTP

Quel contenu des messages ?



62,28%
des messages ont un émetteur personnalisé

95,93%
des messages contiennent 160 caractères et moins



88,57%*

des SMS notification reçus en moins de 10 secondes

** À noter qu'une priorisation de vos messages est activable pour atteindre 95% à 97% des messages reçus dans les 10 secondes.*



21136

SMS OTP envoyés par mois et par compte



L'usage du SMS OTP répond à la dimension sécurisation mais aussi, de plus en plus, à des processus de KYC (Know You Customer) : authentification du numéro de mobile, vérification et validation de l'identité d'un utilisateur.

À la clé, une réduction des fraudes, usurpations d'identité et des contacts non qualifiés.



Belén Pisani

Country manager Espagne
smsmode®

2 Quelles sont les performances du SMS ?

Le SMS confirme ses performances remarquables avec un taux de réception de **96,09 %** sur l'année. Des performances de délivrabilité qui placent le SMS en haut du podium des canaux de relation directe.

Notez que le taux de livraison moyen des emails est de 85 %, et la portée organique des publications Facebook de 5,5 %.

“ Le dynamisme du canal SMS est étroitement lié à ses performances intrasèques. Mais, ce taux de livraison des messages repose également sur 2 autres critères : la qualité des bases de données utilisées et celle de votre routing. D'où l'importance du choix de votre prestataire.



Sephora Bratzu
Support et technical advisor
smsmode®



En chiffres

messages reçus

96,09%

erreurs temporaires

0,74%

erreurs permanentes

0,32%

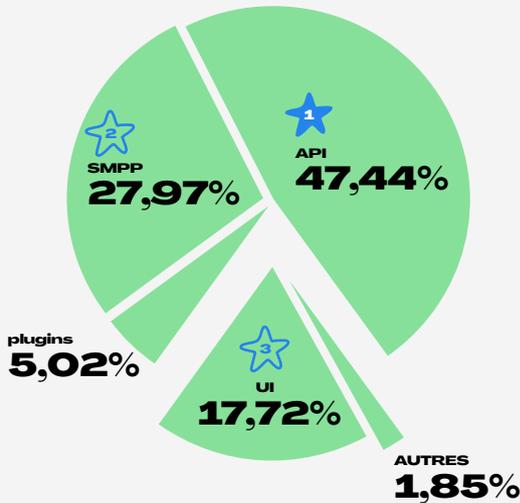
autres erreurs

2,85%

3 Quelles méthodes d'envoi sont choisies ?



En chiffres



Côté méthode d'envoi, le recours aux API, SMPP et plugins représente **80,43 %** des envois.

Solutions puissantes, elles permettent l'ajout de la brique "SMS" dans et depuis les outils métier et sont l'épine dorsale de toutes les stratégies d'automatisation et de transformation numérique.



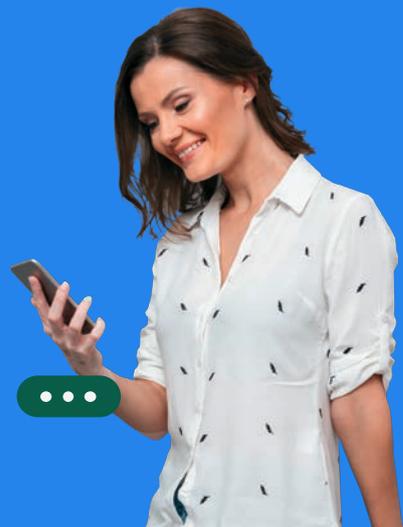
L'automatisation et les stratégies CRM s'imposent plus que jamais pour fluidifier les process d'envoi de SMS. Utilisée pour la notification comme le marketing, ils offrent efficacité accrue, meilleure expérience client, réduction de la charge de travail, et centralisation de la data dans votre application métier.



Hugo Maisonhaute
Head of international sales
smsmode®

nous sommes smsmode[®]

Plateforme française de messagerie mobile, expert et spécialiste du marché avec 20 ans d'expérience, nous accompagnons les marques françaises et européennes dans l'intégration de la messagerie mobile dans leurs stratégies de communication.



**Besoin d'en savoir plus ?
Contactez-nous**

commercial@smsmode.com
www.smsmode.com