



Étude clients 2010

Le marketing par SMS





Sommaire :

- Intérêt pour la réception de SMS de la part d'entreprises : P3
- Intérêt pour la réception de SMS géolocalisés de la part d'entreprises : P4 et P5
- Intérêt pour la réception de SMS de la part d'organismes/communautés : P6 et P7
- Ce qu'il faut retenir : P8
- Méthodologie : P9
- Pour en savoir plus : P10

Intérêt pour la réception de SMS de la part d'entreprises

80,7% des équipés mobiles sont intéressés par la réception de SMS de la part d'entreprises tous types de SMS confondus. Les SMS délivrant une information utile au quotidien ou s'assimilant à un service sont les plus plébiscités (72% des équipés mobiles intéressés) mais ils sont tout de même 40% à déclarer leur intérêt pour la réception de SMS commerciaux

Quel est votre niveau d'intérêt pour les énoncés suivants :

Équipés mobile 15-60 ans en %

(2 851 interviewés)



90,4% des équipés mobile CSP+ masculins sont intéressés par ce type de SMS



62,4% des équipés femmes de 15 à 24 ans sont intéressées par ce type de SMS

53,5% des 15/24 ans sont intéressés par ce type de sms

- Pas du tout intéressé
- Plutôt pas intéressé
- Plutôt intéressé
- Très intéressé

Intérêt pour la réception de SMS géolocalisés de la part d'entreprises

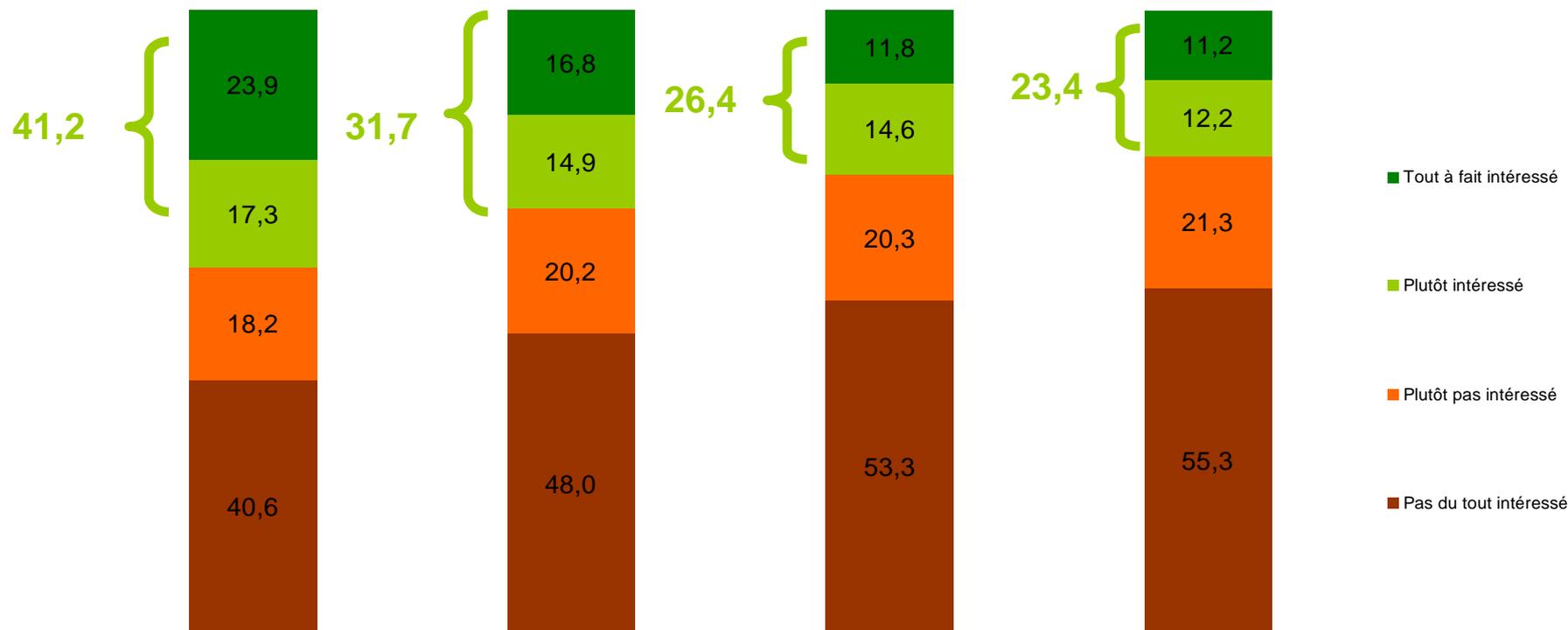


L'intérêt pour la réception de SMS géolocalisés est comparable à celui observé pour les SMS commerciaux classiques : **46,2%** des équipés mobile (vs **40%** pour les SMS commerciaux classiques) sont intéressés par la réception d'au moins un type de SMS géolocalisé. L'usage le plus intéressant pour les équipés mobile (**41,2%**) et surtout pour les étudiants (**47,8%**) est la réception de coupons de réduction par SMS lorsqu'ils passent à proximité d'un magasin

Quel est votre niveau d'intérêt pour les énoncés suivants :

% de réponse sur les équipés mobile 15-60 ans

(2 851 interviewés)



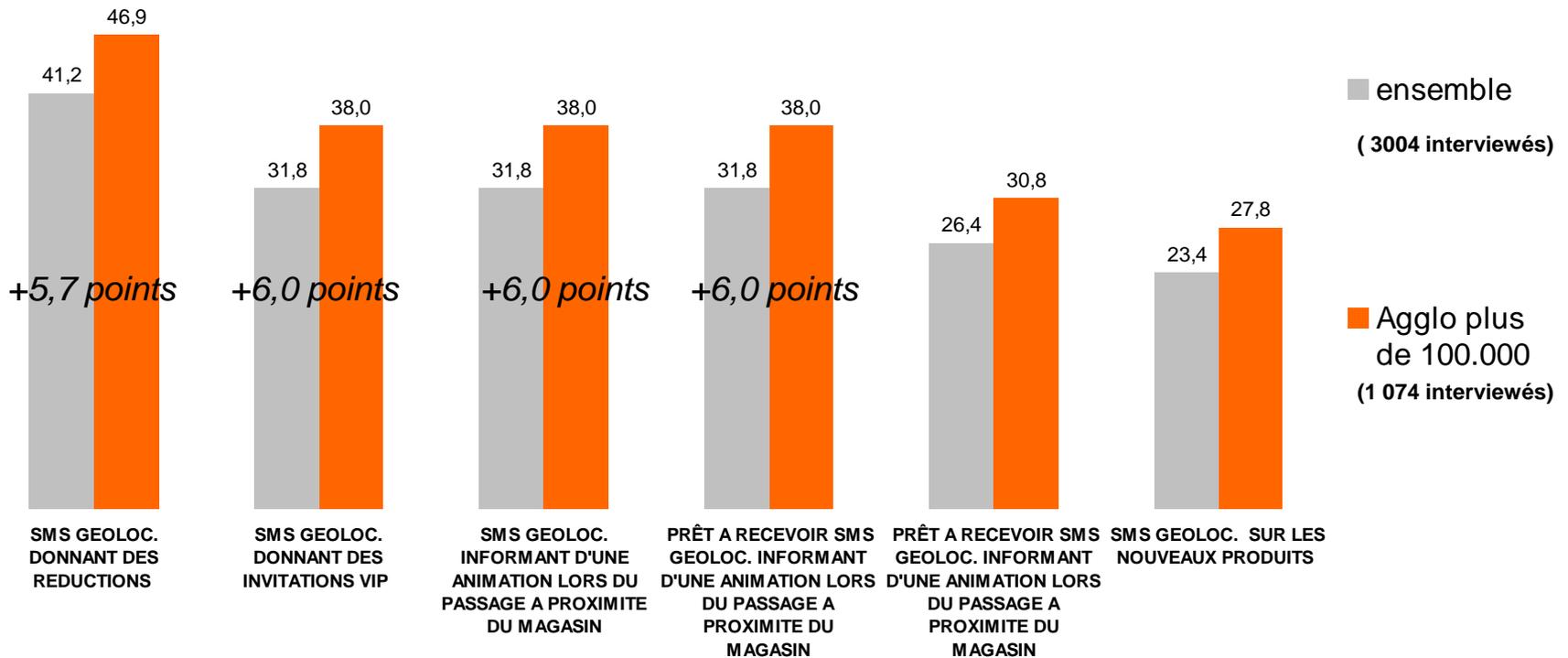
SMS GEOLOC. DONNANT DES REDUCTIONS

47,9% des équipés mobile étudiants sont intéressés par ce type de SMS

L'intérêt pour les SMS géolocalisés est plus marqué chez les habitants des *agglomérations* de plus de *100 000 habitants*

Quel est votre niveau d'intérêt pour les énoncés suivants :

% des individus qui se déclarent très intéressés ou plutôt intéressés par la réception de SMS de chaque type



Intérêt pour la réception de SMS de la part d'organismes/de communautés



De même que pour les SMS provenant d'entreprises, les équipés mobiles sont intéressés par la réception de SMS provenant d'organismes/de communautés auxquels ils appartiennent (**76,3%** tous types de SMS confondus) avec un score d'autant plus élevé que l'information les implique et/ou s'assimile à un service (**85,2%** pour ce type de SMS contre **76,3%** pour les SMS informatifs)

Q. Quel est votre niveau d'intérêt pour la réception de SMS à une fréquence raisonnable dans le(s) contexte(s) suivant(s)

NB : Au préalable, une question filtre a été posée afin d'identifier la possibilité d'être concerné par les services proposés

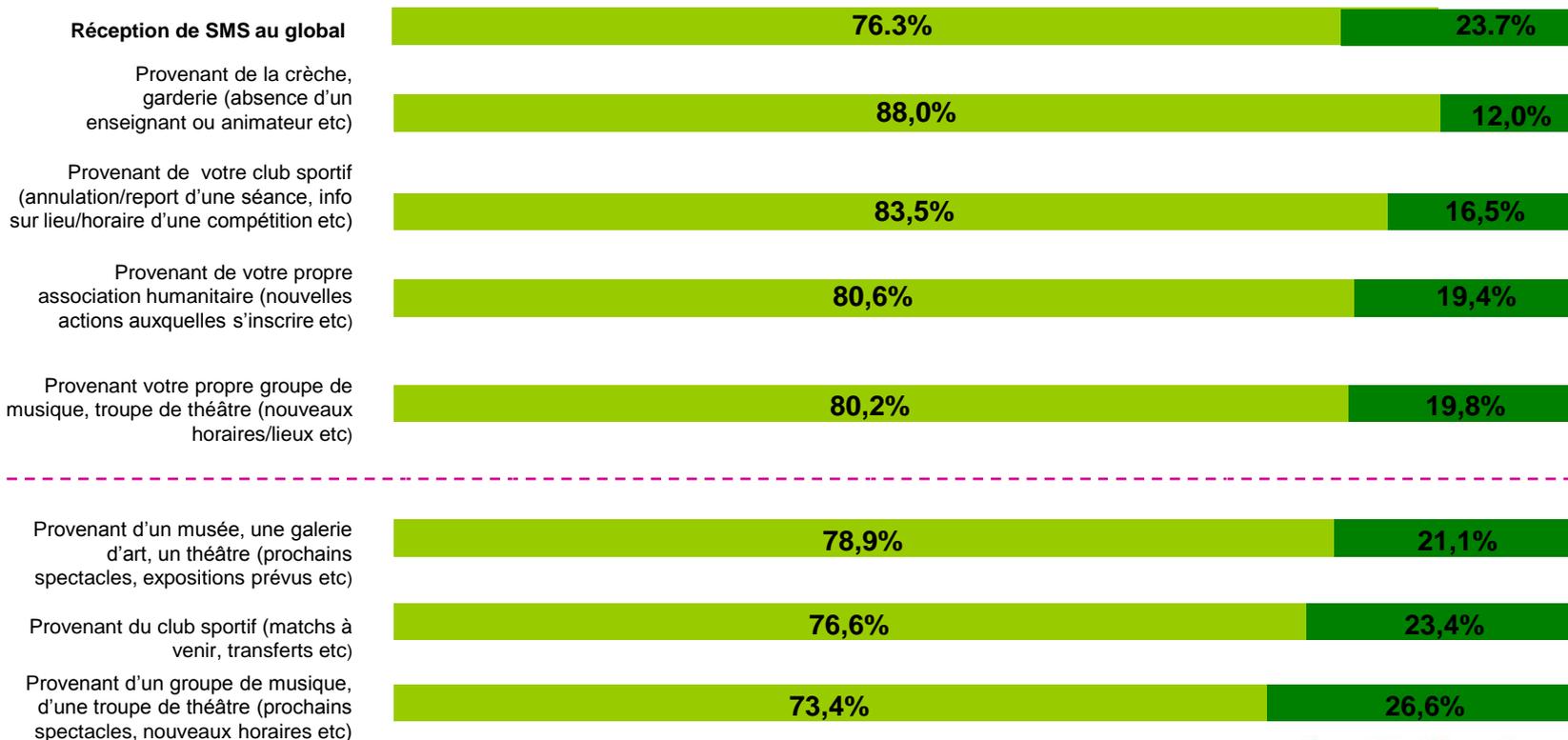
Base : Ensemble des équipés mobiles concernés pour chaque type de SMS

SMS utiles/ Services
85,2% intéressés

SMS informatifs
76,3% intéressés

■ Intéressé par ce service

■ Pas intéressé par ce service

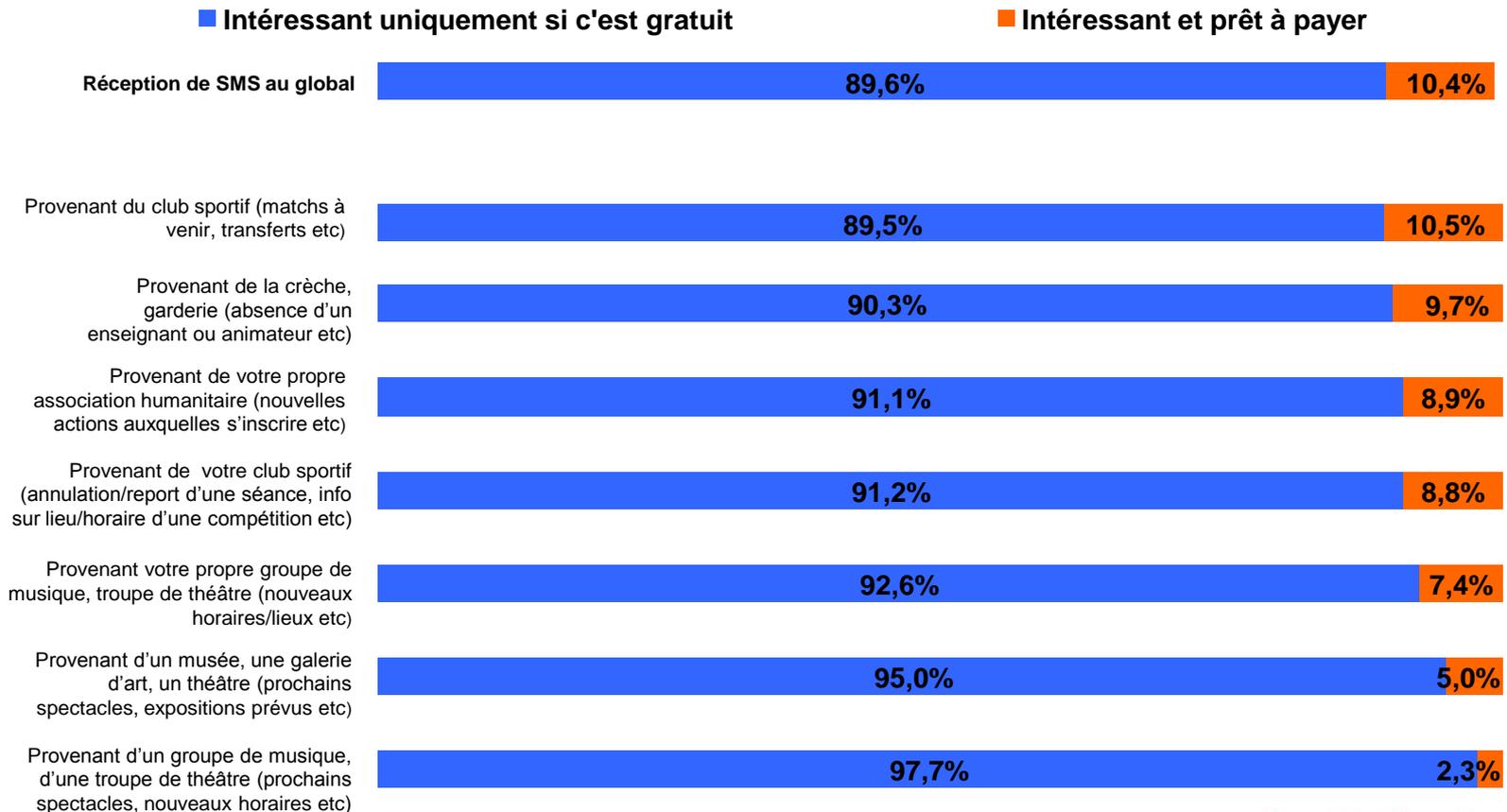


Intérêt pour la réception de SMS payants de la part d'organismes/communautés

10% des équipes mobiles intéressés par la réception de SMS de la part d'organismes ou de communautés à laquelle ils appartiennent sont prêt à payer ces SMS

Q. Quel est votre niveau d'intérêt pour la réception de SMS à une fréquence raisonnable dans le(s) contexte(s) suivant(s):

Base : Ensemble des équipes mobiles intéressés par la réception de SMS de la catégorie citée



Ce qu'il faut retenir du marketing par SMS

- La grande majorité des équipés mobile est intéressée par la réception de SMS de la part d'entreprises (80,7%) ou d'organismes/de communautés à laquelle ils appartiennent (76%). Plus l'information délivrée les implique dans leur quotidien ou s'assimile à un service plus l'intérêt est fort mais ils sont tout de même 40% à être intéressés par la réception de SMS purement commerciaux
- 10% d'entre eux sont prêts à payer les SMS provenant d'organismes ou de communautés à laquelle ils appartiennent.
- Les SMS géolocalisés au global font l'objet d'un niveau d'intérêt semblable à la réception de SMS commerciaux avec 46,2% des équipés mobile intéressés par au moins un genre de SMS géolocalisés.
- Parmi les différents genres de SMS géolocalisés, c'est le SMS qui donne accès à des réductions qui suscite le plus d'intérêt (41,2% des équipés mobiles sont intéressés par la réception de tels SMS). Le niveau d'intérêt pour ce type de SMS augmente avec la taille de l'agglomération

L'étude AFMM 2010 : une méthodologie combinée téléphone + Internet pour aller plus loin dans l'analyse des usages



Téléphonie et Services Mobiles
Étude téléphonique
(fixe et mobile)

3 000 interviews par trimestre

Terrain assuré par Médiamétrie en France avec des exclusifs mobiles

+

Étude Internet

8 500 interviews
chaque trimestre

Terrain assuré par Médiamétrie

Redressement et calage
par rapport à l'ensemble
de la population française

Redressement et calage par
rapport aux questions
spécifiques telles que
l'équipement en Smartphones

Étude ad'hoc AFMM réalisée sur 3 000 individus (CAWI). Présentation de visuels et de logos pour les questions de notoriété.

Terrain réalisé du 6 au 20 avril 2010.

Des quotas a priori et a posteriori issus de Téléphonie et Services Mobiles et l'Observatoire des Usages Internet. Les adresses sont de source Médiamétrie.

Le Guide du Marketing Mobile



A consulter en ligne ou télécharger gratuitement sur www.afmm.fr

L'actualité du multimédia mobile par l'AFMM sur Twitter et Facebook

