

Marketing Mobile

LES MULTIPLES USAGES DU «VOICE MESSAGE SERVICE®»



Concession Automobile

Invitation journée portes ouvertes
Relance entretien périodique
Invitation essai nouveau véhicule
Déstockage opération promotionnelle

Distribution par magasin

Ventes privées et soldes
Animations commerciales
Liquidations
Annonce d'une série limitée

Évènements

Souhait d'anniversaire
Invitations
Opération journée portes ouvertes

Plateau d'appels

Provoquer des rappels
Travailler sur de l'entrant qualifié
Pré-appel téléconseiller

Communication interne

Mot du Président ou manager
Campagne incentive
Vœux de fin d'année

Banques / Assurances

Information changement d'horaires / déménagements
Présentation d'un nouveau conseiller
Ventes de produits complémentaires
Relance d'impayés échéance de contrat
Relance suite devis clients non vus

3 CAS D'USAGE À LA LOUPE



Enseigne de bricolage

Une enseigne de bricolage a utilisé le VMS® pour annoncer aux détenteurs de la carte de fidélité une réduction de 10% sur l'ensemble des produits de l'un de ses magasins. Le couple offre/support a permis de multiplier par deux le panier moyen des consommateurs

Les apports du VMS

- Un outil de proximité rapidement opérationnel et adaptable à chaque point de vente.
- La possibilité d'automatiser les actions téléphoniques fastidieuses.
- Les personnes ciblées se sentent valorisées par une attention personnelle.

« Jusqu'ici, nous communiquions auprès de nos clients via différents types de supports tels que l'emailing, le mailing ou le SMS. Contrairement à ce dernier, le VMS® est beaucoup plus chaleureux et impactant. Il permet également de cibler notre message et de le personnaliser. »

Pierre C. - Responsable du pôle Marketing d'une enseigne de bricolage



Concession automobile

Un concessionnaire a utilisé le Voice Message Service® pour inviter 100 clients privilégiés au lancement d'un nouveau modèle.

Les apports du VMS

- Un message personnalisé qui permet de renforcer la relation client. (Le message a été enregistré par le concessionnaire lui-même.)
- Un message impactant et un taux d'écoute proche de 100%.
- Favorise les contacts qualifiés et libère du «vrai» temps commercial

« Au vu du succès de la soirée, le VMS® a 95%, voire 100% plus de chance d'être écouté jusqu'à la fin, alors qu'un SMS, envoyé en masse et non personnalisé, souvent considéré comme une publicité, ne sera presque jamais lu. »

Cyril V. - Concessionnaire automobile à Marseille.



Secteur caritatif

L'association caritative organisatrice du téléthon a utilisé le message vocal pour motiver les bénévoles et les remercier pour leur participation active.

Les apports du VMS

- Le VMS® ajoute un contact « humain » et chaleureux.
- Il favorise une communication non intrusive.
- le message est enregistré une seule fois et peut être diffusé auprès de un à plusieurs milliers de contacts...

« Cette technologie nous a intéressés pour sa réactivité. Cinq minutes après l'envoi d'un message, le destinataire peut le lire. Cela nous a également permis de fidéliser des organisateurs déjà très impliqués et de développer la collecte. »

Jean Louis D. - Directeur des ressources et du développement de l'Association - organisatrice du téléthon

Quelques chiffres :

99% des personnes écoutent leur répondeur

90% des utilisateurs écoutent leur messagerie en moyenne 2 fois par jour

83% des individus acceptent de recevoir des offres commerciales sur leur mobile

