



LIVRE BLANC RCS :

Explorez le SMS 2.0 avec le RCS



Découvrez le futur de la communication client avec les Fonctionnalités révolutionnaires du Rich Communication Services (RCS)

<https://ambs-agency.com>

Sommaire

Dans ce livre blanc, vous découvrirez :

Qu'est-ce que le RCS ?

page 3

Pourquoi le RCS est-il important pour les entreprises ?

page 3

Quels sont les avantages du RCS ?

page 4

Caractéristiques et fonctions du RCS

page 5

Les valeurs du RCS pour les clients et les marques

page 6

Le RCS crée de la valeur pour les marques

page 6

Intégrer le RCS dans votre stratégie d'engagement client

page 08

Quand les RCS seront disponible partout ?

page 10

Le R.O.i du RCS

page 11

Conclusion

page 13

A propos de nous

page 13

TOUT SAVOIR SUR LE RCS

Découvrez tout ce qu'il faut savoir sur le RCS : Révolutionnez vos interactions et messages sur les mobiles !

Dans l'univers concurrentiel d'aujourd'hui, établir des relations solides avec les clients sur mobile est une priorité absolue pour les marques. Cependant, les options d'interaction avec les clients sur mobile sont souvent restreintes si le client n'utilise pas l'application de la marque, ou est encore un prospect.

Pendant des années, les emails et les SMS ont été des outils privilégiés pour engager les clients sans nécessiter une application spécifique. De nombreuses marques ont exploité ces canaux pour offrir des expériences client exceptionnelles. Néanmoins, ces méthodes présentent parfois des limites (nombre de caractères, expérience interactives ...) frustrant aussi bien les marques que les clients.

C'est là que le RCS entre en scène, offrant une solution novatrice : une communication riche et interactive. Apprenez à connaître et tirer parti de cette technologie émergente pour dynamiser vos interactions clients et transformer votre approche marketing sur mobile.

QU'EST-CE QUE LE RCS

Il s'agit en quelque sorte du SMS 2.0

Le RCS, ou Rich Communication Services, peut être considéré comme une évolution du SMS, souvent qualifié de SMS 2.0.

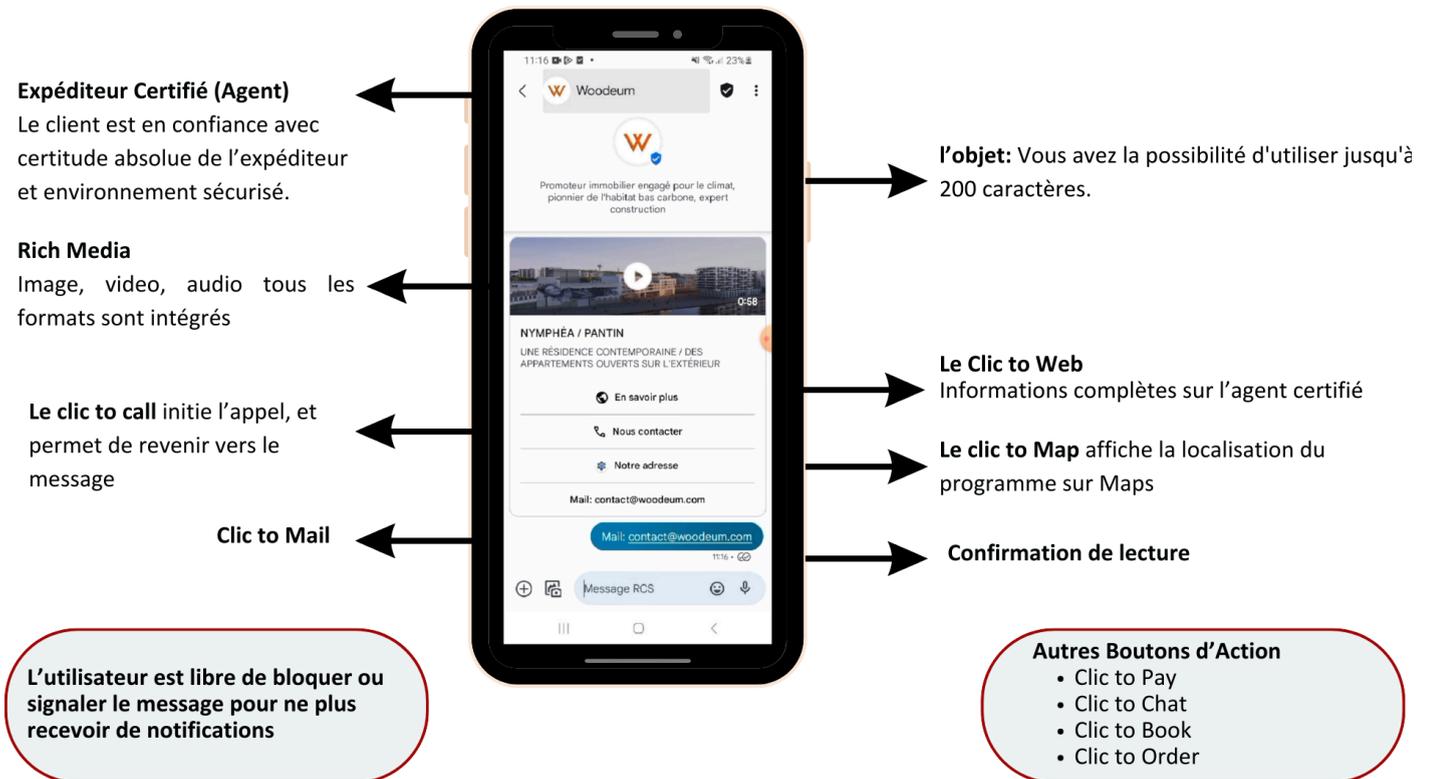
Grâce à des taux d'ouverture et de réponses impressionnants de 98% et 45% respectivement, les marques ont pleinement expérimenté le potentiel du marketing par SMS au fil des années. Cependant, malgré ses avantages, le SMS



présente des limites en termes de caractères et de fonctionnalités d'engagement, ce qui en fait une solution parfois restrictive.

Le RCS vient combler ces lacunes de manière significative, et est un immense pas en avant dans la communication.

Le RCS ouvre la voie à une communication plus riche et interactive en permettant aux marques de proposer des expériences semblables à celles des applications au sein des messages mobiles natifs. Alors que les SMS se limitent généralement au texte brut et aux hyperliens, le RCS autorise l'intégration de rich média et de rich cards (présentation interactive de résultats) offrant ainsi aux clients la possibilité d'interagir directement avec le message, d'une manière très intuitive.



CARACTÉRISTIQUES ET FONCTIONS DU RCS

Le RCS se distingue par ses fonctionnalités avancées et sa richesse, offrant aux marques un éventail d'outils pour créer des interactions engageantes avec leurs clients

Cartes enrichies (rich cards) : Transmettez des images haute résolution, des vidéos ou des fichiers audio accompagnés d'un texte concis pour une communication visuellement attrayante.

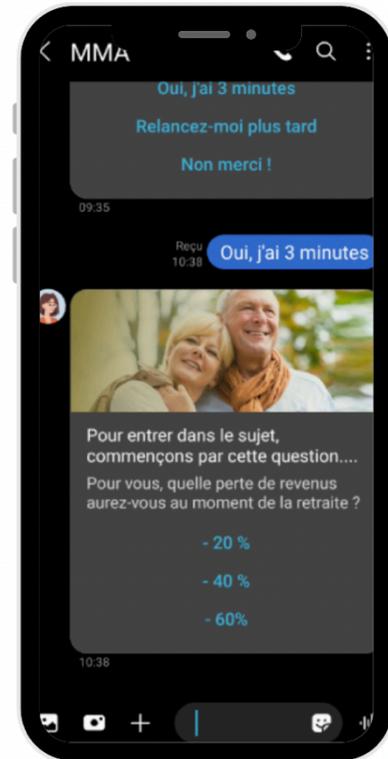
Carrousels de rich cards : Regroupez plusieurs rich cards dans un carrousel que les utilisateurs peuvent faire défiler, offrant une expérience immersive et interactive.

Accusés de réception et de lecture : Permettez aux utilisateurs de savoir quand leurs messages ont été délivrés et lus, et même quand la marque a répondu, favorisant ainsi une communication transparente et réactive.

Expéditeur vérifié : Les marques doivent obtenir le statut d'expéditeur vérifié pour commencer à envoyer des messages RCS, ce qui leur permet d'apparaître avec le nom de leur entreprise plutôt qu'avec un simple numéro, renforçant ainsi la crédibilité et la confiance.

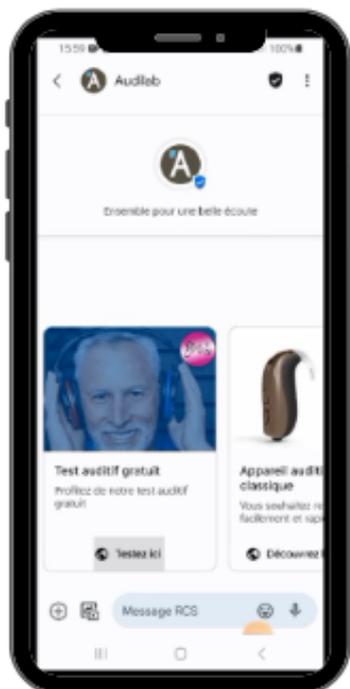
Actions suggérées : Encouragez l'action en incluant des liens directs vers votre site web, votre application ou d'autres applications telles que des cartes ou des calendriers directement dans les cartes enrichies (rich cards) , facilitant ainsi le passage à l'action pour les utilisateurs.

Réponses suggérées : Facilitez l'interaction en proposant des boutons, également appelés puce, sous un message, que les utilisateurs peuvent simplement toucher au lieu de taper, simplifiant ainsi le processus de réponse et favorisant l'engagement utilisateur.



LA VALEUR DU RCS POUR LES CLIENTS ET LES MARQUES

CARACTÉRISTIQUES ET FONCTIONS DU RCS :



Le RCS se distingue par ses fonctionnalités avancées et son enrichissement, offrant aux marques un éventail d'outils pour créer des interactions engageantes avec leurs clients.

Cartes enrichies (rich cards) : Transmettez des images haute résolution, des vidéos ou des fichiers audio accompagnés d'un texte concis pour une communication visuellement attrayante.

Carrousels de rich cards : Regroupez plusieurs rich cards dans un carrousel que les utilisateurs peuvent faire défiler, offrant une expérience immersive et interactive.

Accusés de réception et de lecture : Permettez aux utilisateurs de savoir quand leurs messages ont été délivrés et lus, et même quand la marque a répondu, favorisant ainsi une communication transparente et réactive.

Expéditeur vérifié : Les marques doivent obtenir le statut d'expéditeur vérifié pour commencer à envoyer des messages RCS, ce qui leur permet d'apparaître avec le nom de leur entreprise plutôt qu'avec un simple numéro, renforçant ainsi la crédibilité et la confiance.

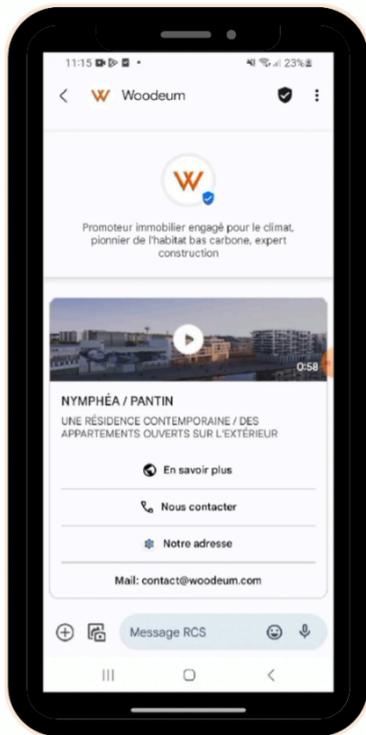
Actions suggérées : Encouragez l'action en incluant des liens directs vers votre site web, votre application ou d'autres applications telles que des cartes ou des calendriers directement dans les cartes enrichies (rich cards) , facilitant ainsi le passage à l'action pour les utilisateurs.

Réponses suggérées : Facilitez l'interaction en proposant des boutons, également appelés puce, sous un message, que les utilisateurs peuvent simplement toucher au lieu de taper, simplifiant ainsi le processus de réponse et favorisant l'engagement utilisateur.

LE RCS CRÉE DE LA VALEUR POUR LES MARQUES

Le RCS représente une avancée significative par rapport au SMS en termes de création de valeur pour les marques, et coche beaucoup de cases que n'a jamais eu le SMS.

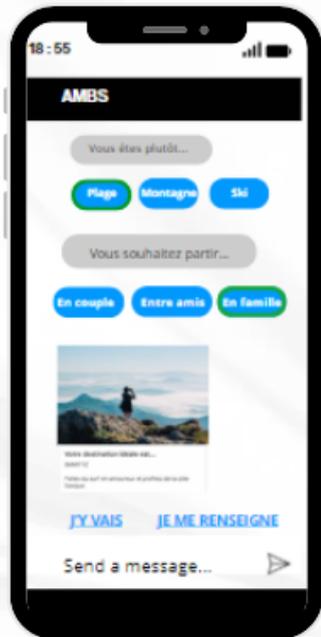
RCS présente des opportunités décisives de création de valeur pour les marques avec les avantages suivant :



- Utilisation des bases SMS existantes : RCS est compatible avec les numéros des bases CRM, ou des bases d'acquisition, pas besoin d'actions complémentaires pour déployer une stratégie RCS.
- Offrir services et interactions sans application : RCS permet d'offrir tous les services d'une application de marque, sans téléchargement d'application. La marque peut étendre son service et son expérience, à ses clients n'utilisant pas l'application, et bien sûr toucher de nouveaux clients.
- Guider le parcours client : Le RCS permet de passer un cap dans la relation client, en fluidifiant et facilitant les parcours clients : suggestions de réponses et d'actions qui permettent d'atteindre les objectifs recherchés en 1 clic pour souscrire à une offre, confirmer un abonnement, faire un achat, demander à être contacté, prendre un rendez vous
- Engagement amélioré par la DATA : offrir plus d'options pour interagir permet d'obtenir plus d'informations sur les préférences clients et la manière dont ils souhaitent interagir avec la marque. Contrairement au SMS, RCS permet de suivre toutes les actions dans le message et offrir ainsi des informations précieuses à la marque pour mieux connaître ses clients, et l'efficacité de ses messages.
- Personnalisation accrue : Grâce au RCS, les marques peuvent personnaliser leurs messages en fonction des préférences individuelles des clients et de leurs interactions antérieures (cf suivi des interactions dans les messages possibles sur RCS). Cela permet de créer des communications plus pertinentes et ciblées, renforçant ainsi l'impact et l'efficacité des campagnes marketing.
- Image de marque renforcée : En utilisant le RCS, les marques peuvent afficher leur nom et leur logo dans les messages envoyés, ce qui renforce la reconnaissance de la marque et la crédibilité auprès des clients et permet de

créer une relation de confiance et de sécurité. RCS permet de personnaliser les informations fournies par la marque pour en faire un outil de communication et d'image au-delà de la nécessaire obligation.

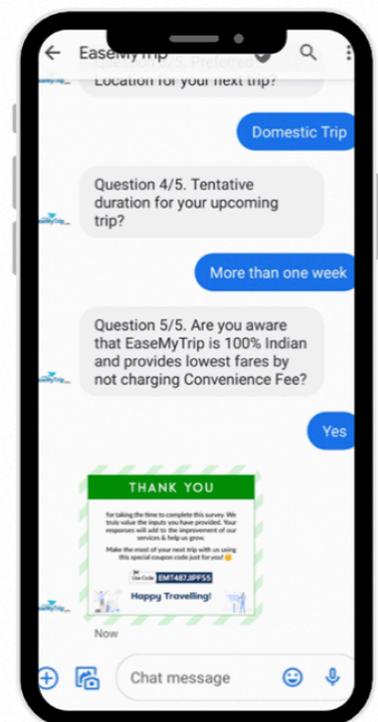
UN RÉSUMÉ EN DEUX MINUTE DE CE QUI NOUS ATTEND...



Messagerie RCS change la donne en ce qui concerne les expériences extraordinaires pour vos clients sur mobile – aucune application à installer tout en ayant toutes les capacités média et clients.

Parfois appelé le nouveau SMS, RCS se déploie rapidement. Dès lors que les RCS peuvent être envoyés à des bases SMS existantes, les marques qui utilisent le RCS les SMS auront un atout majeur dans leur communication crm et d'acquisition.

Les premiers résultats des marques testant le RCS ont été impressionnants avec des taux d'ouvertures et d'engagement massifs. La demande des consommateurs pour la messagerie RCS est également élevée – une étude de GSMA montre que 75% des consommateurs préfèrent le RCS au SMS pour interagir avec les marques.



COMMENT INTÉGRER LES RCS DANS VOTRE STRATÉGIE D'ENGAGEMENT DES CLIENTS

Certains cas d'utilisation du RCS sont très similaires aux cas d'utilisation des SMS - mais le RCS offre aux marques de nombreuses options pour ajouter du contenu multimédia, des réponses suggérées, du mouvement et de l'interactivité. Voici quelques idées à prendre en compte lorsque vous réfléchissez aux types d'expériences de messagerie RCS qui seraient utiles à vos clients et à vos annonceurs :

- **Créer un parcours complet de promos e-commerce** : Envoyez des promos plus personnalisées en fonction de la localisation et des centres d'intérêt des clients grâce à des messages RCS pour un produits (lancement, mise en avant..) , un point de vente (drive to store, portes ouvertes ...)
Vous pouvez même proposer des itinéraires pour se rendre sur place d'une simple pression et ajouter l'événement au calendrier d'un simple clic .
Optimisez ensuite le parcours d'activation : boutons d'achat, de pré-commande ou de réservation à une touche, permettant de réaliser des ventes sans rupture et d'une grande fluidité.

Créer une expérience guidée avec des messages transactionnels plus intelligents :

Envoyez des confirmations de commande et un suivi d'expédition avec des images des produits commandés, un accès en un clic aux informations de suivi en temps réel - ou une carte avec les directions pour un lieu de ramassage - et plus encore. Les compagnies aériennes pourraient utiliser la messagerie RCS pour guider l'expérience du jour du voyage, de l'enregistrement à la livraison de la clé de la chambre ou de la carte d'embarquement.

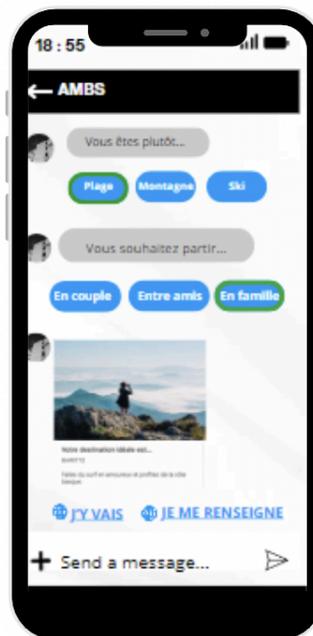
Le RCS offre des actions guidées pour les clients en fonction de leurs problèmes de service spécifiques, avec la possibilité de mettre à disposition des bots intelligents pour répondre aux questions et assurer du support en temps réel permanent.

Type de messages RCS

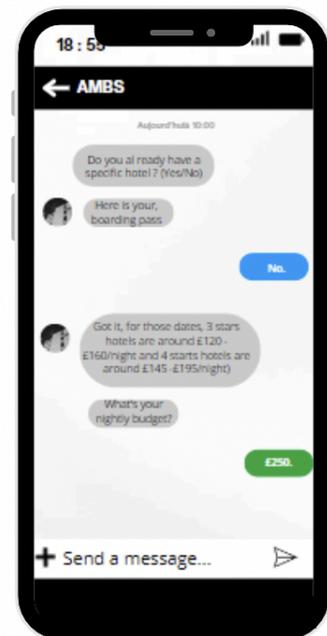
Promotionnel /
Multimédia



Transactionnel

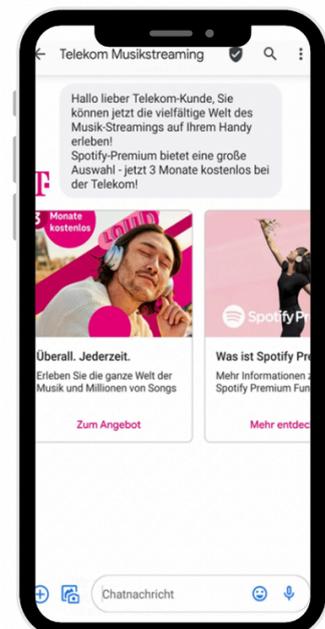


Texte



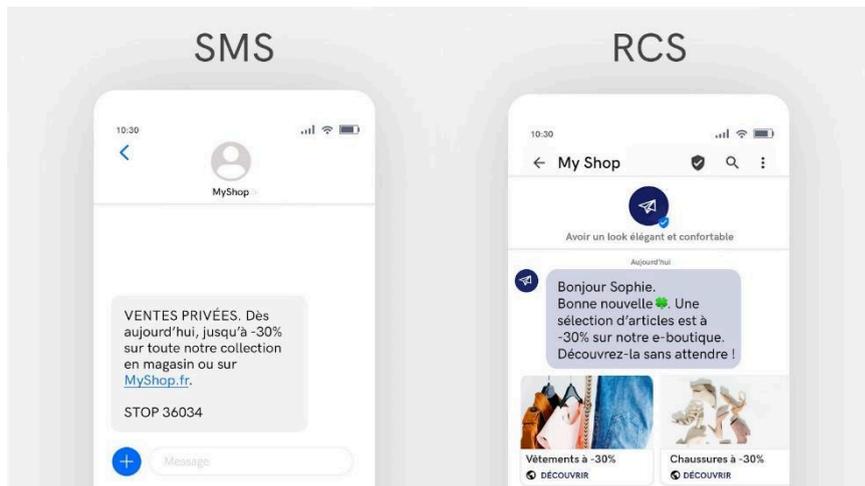
Stimuler les acquisitions cross-canal :

Encouragez vos clients via RCS à s'inscrire sur plusieurs canaux afin d'augmenter le nombre d'opportunités que vous avez de vous engager directement avec eux. De l'inscription au programme de fidélité à la mise à disposition de tous supports de promotion et d'avantages : coupons, les billets, les cartes de fidélité et autres ...



Le RCS offre des opportunités intéressantes d'acquérir des clients sur plusieurs canaux rassemblés dans un environnement unique.

QUAND LES RCS SONT-ILS DISPONIBLES PARTOUT ?



Il est à présent facile d'entrer dans le vif du sujet quand on parle de disponibilité du RCS.

Les opérateurs ont tous déployé le RCS en France sans exception, il en est de même dans le monde, ou le déploiement du RCS a connu une accélération déterminante en 2023.

Mais la réponse simple à la question

L'accès au RCS se développe et devrait bientôt se généraliser.

Au niveau opérateur la généralisation est opérée en France et au niveau des terminaux l'adhésion fin 2022 de Samsung a accéléré la part des mobiles compatibles et on estim à 45% les mobiles compatibles début 2024.

Google a également récemment annoncé qu'il lancerait la possibilité pour les utilisateurs de s'inscrire aux services RCS Chat fournis directement par Google, au lieu d'attendre que leur opérateur le prenne en charge. Cela pourrait accélérer encore la disponibilité et l'utilisation croissante du RCS sur Android.



L'arrivée de IOS enfin annoncée !!!

L'accès au RCS pour les terminaux Iphone est enfin annoncé, ce sera officiellement public lors du prochain Apple MWC en juin 2024, avec IOS 18.

La propagation est prévue entre juin et au plus tard septembre 2024, et donc la couverture RCS va être totalement révolutionnée cette année.

2024 est l'année du RCS, et c'est le moment pour les agences de préparer leur offre pour déployer RCS vers les annonceurs.

SE PRÉPARER AU RCS

Maintenant que la disponibilité du RCS est acquise, il existe plusieurs approches simples pour que les agences et annonceurs peuvent commencer à prendre dès maintenant pour préparer la prochaine extension de RCS.

Commencez par élaborer une stratégie sur les flux de communication : quel sera votre objectif final en matière de communication client via RCS ?



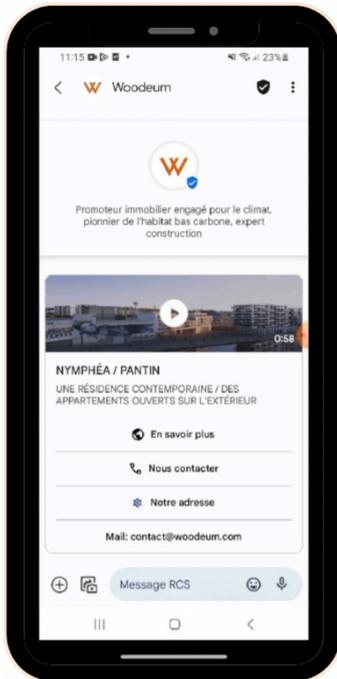
Quelles étapes guideront le mieux les clients vers cet objectif ? Et quels sont tous les cas d'utilisation qu'un client peut attendre de votre marque sur RCS ? Réfléchissez à ces questions et développez votre plan client RCS en conséquence.

Il existe des scénarios et des uses cases disponibles pour répondre concrètement à ces questions et illustrer des réponses concrètes.

Le R.O.I du RCS

Les marques doivent bénéficier d'un retour sur investissement significatif grâce à l'utilisation du RCS. Voici quelques exemples concrets à la lumière des campagnes opérées en 2023 dans le monde :

- Engagement nettement plus net : Avec ses fonctionnalités interactives, le RCS permet un engagement plus profond avec la marque et offre davantage d'opportunités de communication par rapport aux SMS traditionnels. Ainsi Les Four Seasons Hotels and Resorts ont pu augmenter les scores de satisfaction des clients de plus de 20 % après avoir testé le RCS de l'incitation par promo, à la réservation, et au questionnaire de satisfaction post séjour.



- Conversions accrues : Grâce aux réponses suggérées et aux actions, les marques peuvent guider le parcours client et optimiser la conversion, facilitant ainsi un achat sans friction grâce à des boutons d'achat en un seul clic. En effet, Subway a enregistré une augmentation de 140 % des conversions par RCS avec leur parcours de commande de sandwich RCS . (campagne 2023 Australie).

- Tracking et opportunités d'optimisation : RCS permet de créer des parcours clients uniques et de mesurer les performances de chaque étape, y compris les clics, les téléchargements, les réponses, les leads, ou les achats directs effectués. Cela permet aux marques de mieux comprendre les comportements et préférences de leurs clients, et d'optimiser

le parcours client en conséquence.

CONCLUSION

RCS offre des opportunités uniques pour booster l'engagement des clients et prospects à un niveau jamais atteint. En adoptant rapidement cette technologie, vous bénéficiez d'un avantage concurrentiel et vous êtes prêt à offrir des expériences que les clients adoreront, ce qui se traduira positivement dans les chiffres d'engagement. Si vous utilisez actuellement les SMS pour communiquer avec vos clients, le RCS transformera vos campagnes et révolutionnera vos relations clients ainsi que vos stratégies d'acquisition.

Les agences et annonceurs ont maintenant l'opportunité d'engager des conversations sur les expériences client d'une toute nouvelle manière. Nous pouvons vous accompagner avec nos conseils, nos services et l'ensemble de nos outils de conception de campagnes RCS.

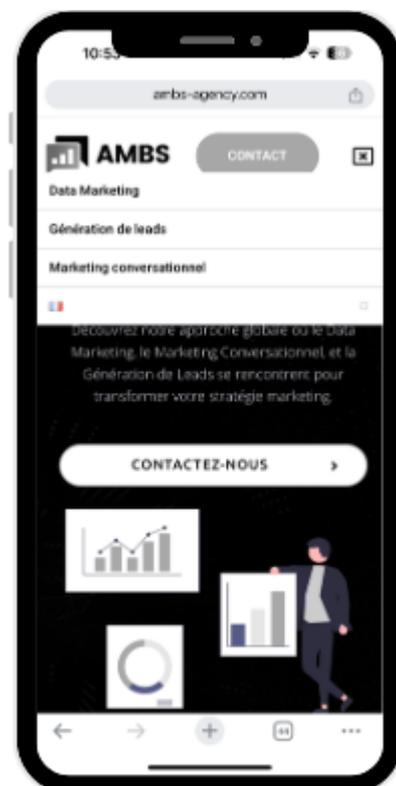
A propos de nous :

AM Business Services (**AMBS**) est une société créée en 2023 par une équipe de spécialistes du marketing digital et de la data, en relation avec une activité existante de SOFIALYS sur le marché depuis 2004, et ayant une solide expérience du marketing mobile et du messaging en particulier.

Nous sommes à l'origine du programme marketing de SFR – Promoslive – en tant

AMBS intervient dans 3 domaines de création de valeur :

- Datas : mise à disposition de bases de données qualifiées.
- Marketing direct : whatsapp, RCS, SMS
- Conversationnel IA : agent avancé de génération de leads avec IA et Whatsapp et RCS.
- Nous offrons des services efficaces, et innovants qui sont boostés par des initiatives fortes sur les canaux émergents, et par des sources uniques en termes de données.
- Notre offre est disponible directement au travers de notre plateforme ADITIC qui donne un accès en saas à l'ensemble de services, avec un accompagnement permanent en termes de conseil et d'exécution.
- N'hésitez pas à nous contacter, nous serons à vos côtés pour tous vos besoins d'acquisition et de fidélisation par le conversationnel et le marketing direct de demain.



contact@ambs-agency.com

