



# Adoption de la messagerie mobile : rapport 2021

# Introduction

Le nombre d'utilisateurs des applications de messagerie mobile **devrait atteindre les 3 milliards en 2022** (d'après Statista). Mais que signifie ce chiffre étourdissant pour les entreprises qui recherchent de meilleures manières d'interagir avec leurs clients et leurs équipes ? Esendex, en collaboration avec PricewaterhouseCoopers (PwC), a mené une enquête auprès de plus de **4 300 entreprises en Europe** et en Asie-Pacifique afin de comprendre comment évolue l'adoption de la messagerie mobile.





# Table des matières

<b>Définition de la messagerie mobile</b> .....	04
<b>Résultats clés</b> .....	05
1. Taux de pénétration de la messagerie mobile .....	05
2. Utilisation de la messagerie mobile .....	06
3. Cas d'utilisation .....	07
4. Pourquoi les entreprises choisissent-elles le SMS ? .....	08
5. Quels secteurs utilisent de plus en plus le SMS ? .....	09
6. L'impact du COVID-19 sur la messagerie mobile .....	10
<b>En conclusion</b> .....	12
<b>Chiffres sources</b> .....	13

# Définition de la messagerie mobile

Nous définissons la messagerie mobile comme étant **les messages envoyés via SMS, RCS** et toute application de messagerie telles que **WhatsApp, Apple Business Chat et Facebook Messenger**. L'enquête aborde les services de messagerie d'un point de vue professionnel et s'intéresse à leur usage dans l'entreprise, par opposition à un usage personnel.

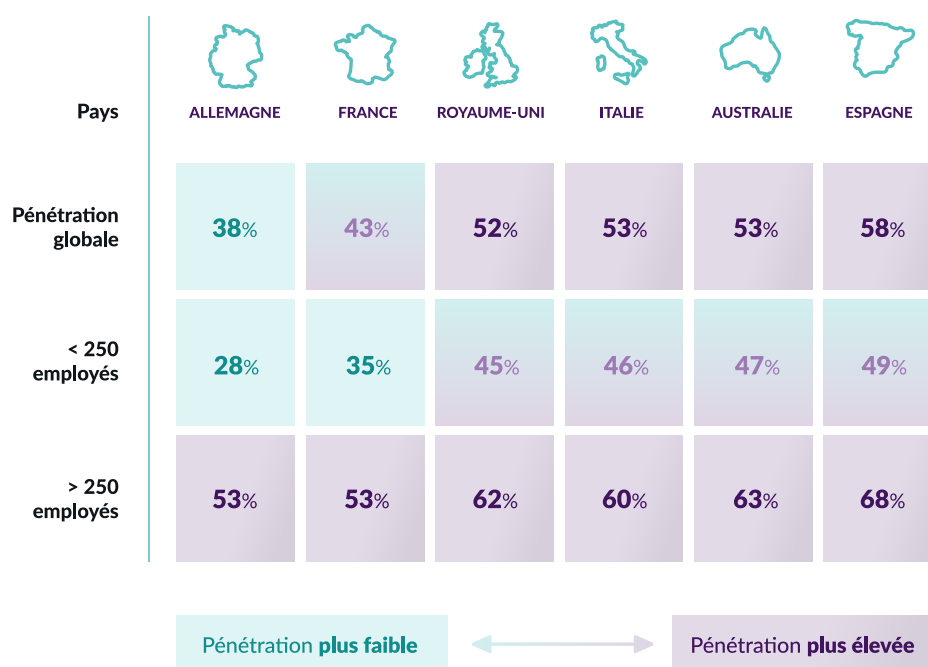


# Résultats clés

## 1. Pénétration de la messagerie mobile

Notre enquête a constaté que la messagerie mobile est largement acceptée et utilisée dans tous les types et toutes les tailles d'entreprise, 47 % des répondants déclarant globalement l'utiliser. Le taux de pénétration est moins élevé chez les PME (39 %) que dans les grandes entreprises (58 %).

### Taux d'utilisation de la messagerie mobile par pays et par taille d'entreprise :



« Il existe un écart important entre l'utilisation de la messagerie mobile dans les PME et dans les grandes entreprises, mais celui-ci tend à se réduire. **50 % des nouvelles adoptions** par les entreprises ayant l'intention d'utiliser la messagerie mobile à l'avenir devraient provenir des PME. »

Pourquoi la messagerie mobile est-elle moins répandue en tant que canal de communication B2C en France et en Allemagne ? Tout simplement parce que le coût du SMS est plus élevé dans ces pays, alors qu'au Royaume-Uni, en Italie, en Australie et en Espagne le retour sur investissement est plus rapide.

## 2. Utilisation de la messagerie mobile

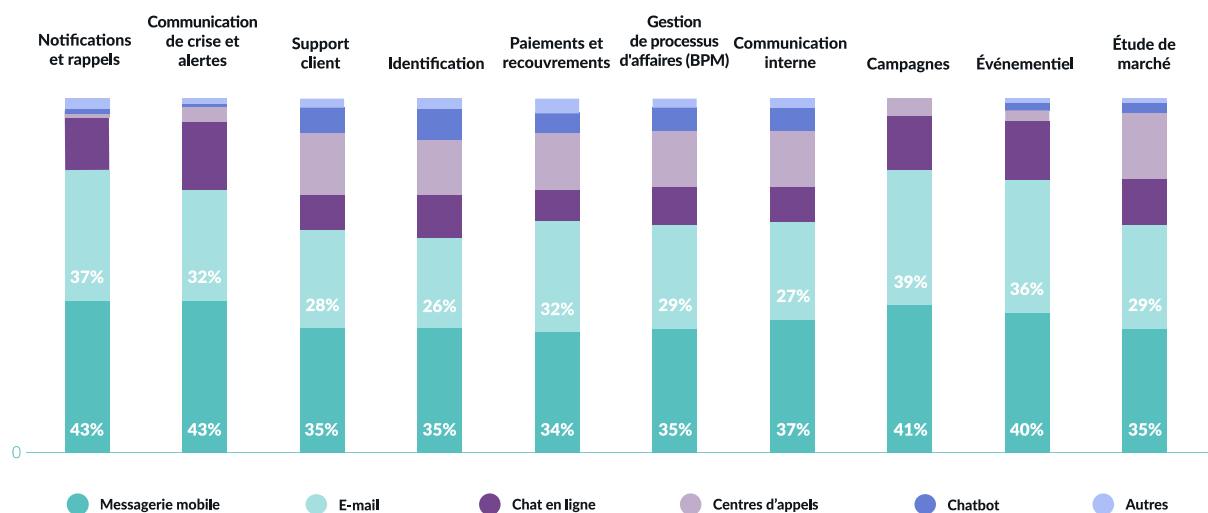
Nous avons identifié plus de 80 applications pour la messagerie, que nous avons regroupées en 10 cas d'utilisation principaux et trois axes stratégiques (voir le diagramme ci-dessous).

Les cas d'utilisation les plus populaires sont :

- ▶ **La communication d'urgence et les alertes** (21 % des répondants)
- ▶ **Le marketing basé sur les évènements** (20 %)
- ▶ **Les notifications et rappels clients** (19 %)
- ▶ **Le business process management** (19 %)
- ▶ **Les campagnes marketing** (19 %)



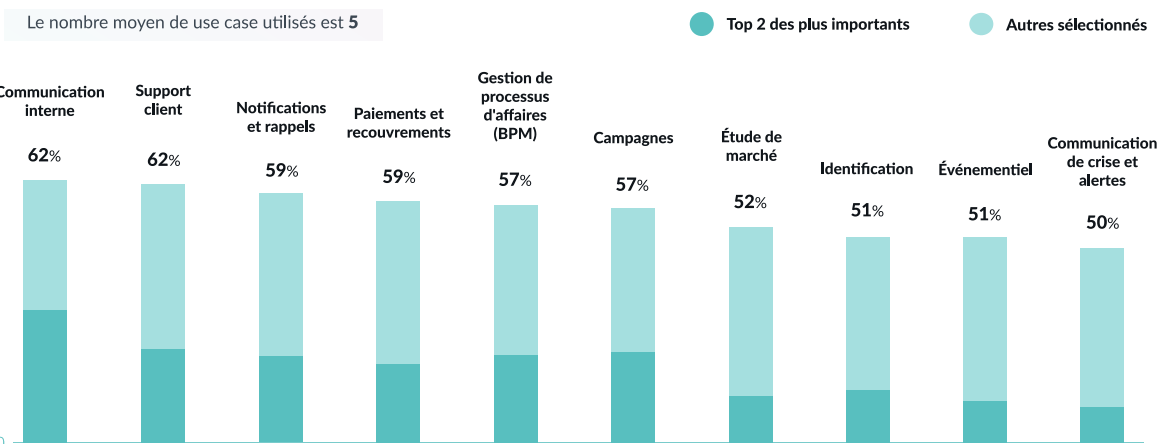
Une fois qu'une entreprise adopte la messagerie mobile pour un cas d'utilisation, celle-ci devient le premier canal de communication devant l'e-mail, le chat client et le centre d'appel.



### 3. Cas d'utilisation

En moyenne, les répondants de notre enquête communiquent activement avec leur personnel ou leurs clients dans le cadre de cinq cas d'utilisation principaux. À noter que ces données s'appliquent à tous les canaux de communication, et pas uniquement la messagerie mobile.

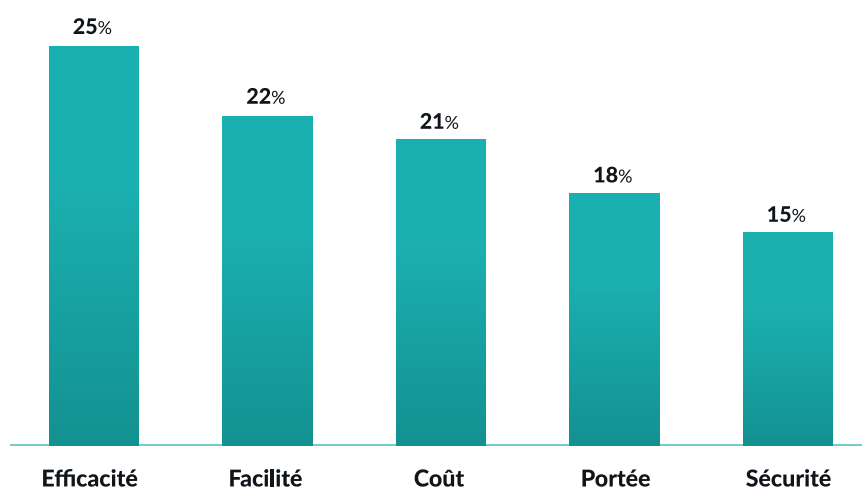
#### Parmi les types de communication suivants, lesquels votre entreprise utilise-t-elle avec ses clients ou en interne ?



## 4. Pourquoi les entreprises utilisent-elles le SMS ?

En observant de plus près le SMS en tant que sous-ensemble des services de messagerie mobile, nous avons voulu découvrir ce qui rend ce canal aussi attractif.

**Raisons pour lesquelles les répondants utilisent le SMS pour communiquer avec leurs clients et leurs équipes :**



Le SMS peut être envoyé sur n'importe quel appareil, ne nécessite pas de connexion Internet et se doit d'être direct et concis : pour toutes ces raisons, et également car il fait l'objet de beaucoup moins de messages indésirables, le SMS affiche un taux d'ouverture de 95 %\*, ce qui le rend particulièrement intéressant pour se démarquer.

\*Source: Esendex



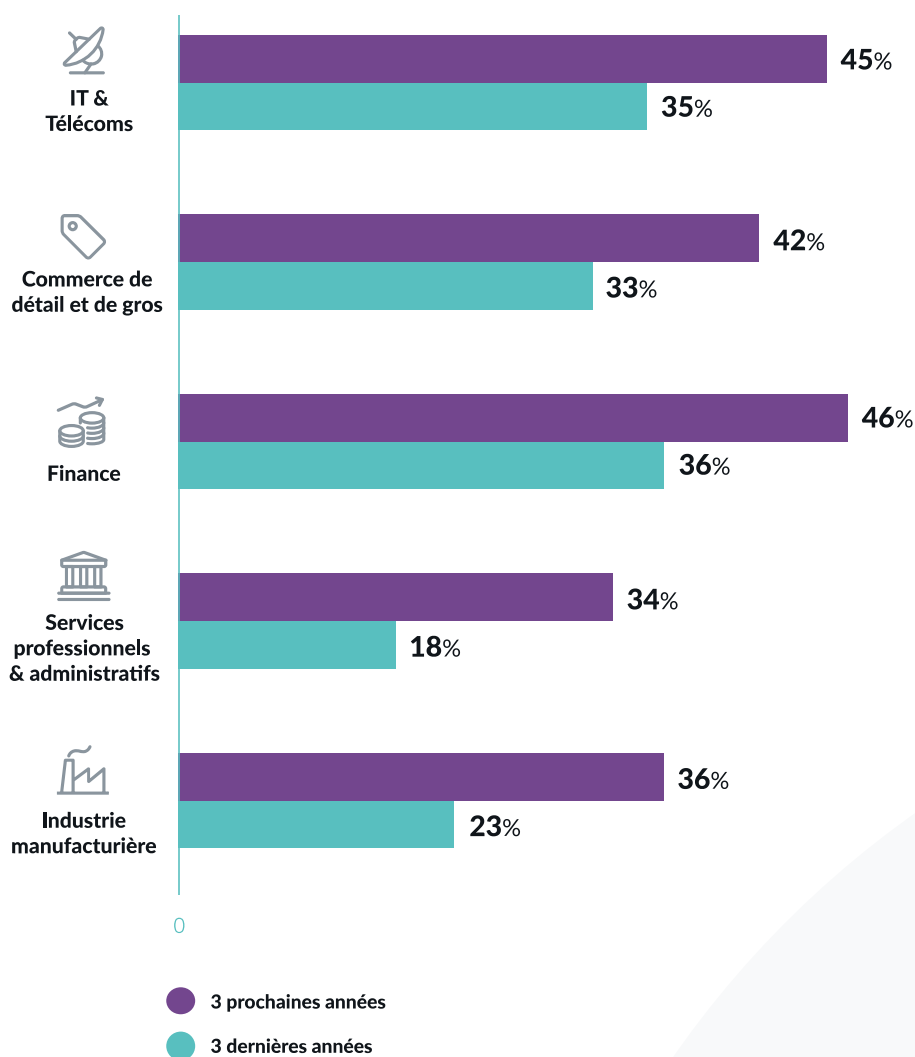


## 5. Quels secteurs utilisent de plus en plus le SMS ?

Le graphique suivant affiche les secteurs d'activité qui affichent la plus forte croissance en termes d'utilisation du SMS. Tous ont vu leur utilisation du SMS s'envoler au cours des trois dernières années, et les prévisions pour les années à venir sont encore plus vertigineuses.

Cette expansion repose sur deux principaux facteurs : le ROI qu'offre ce canal, et les préférences des utilisateurs qui génèrent un volume croissant pour les cas d'utilisation existants.

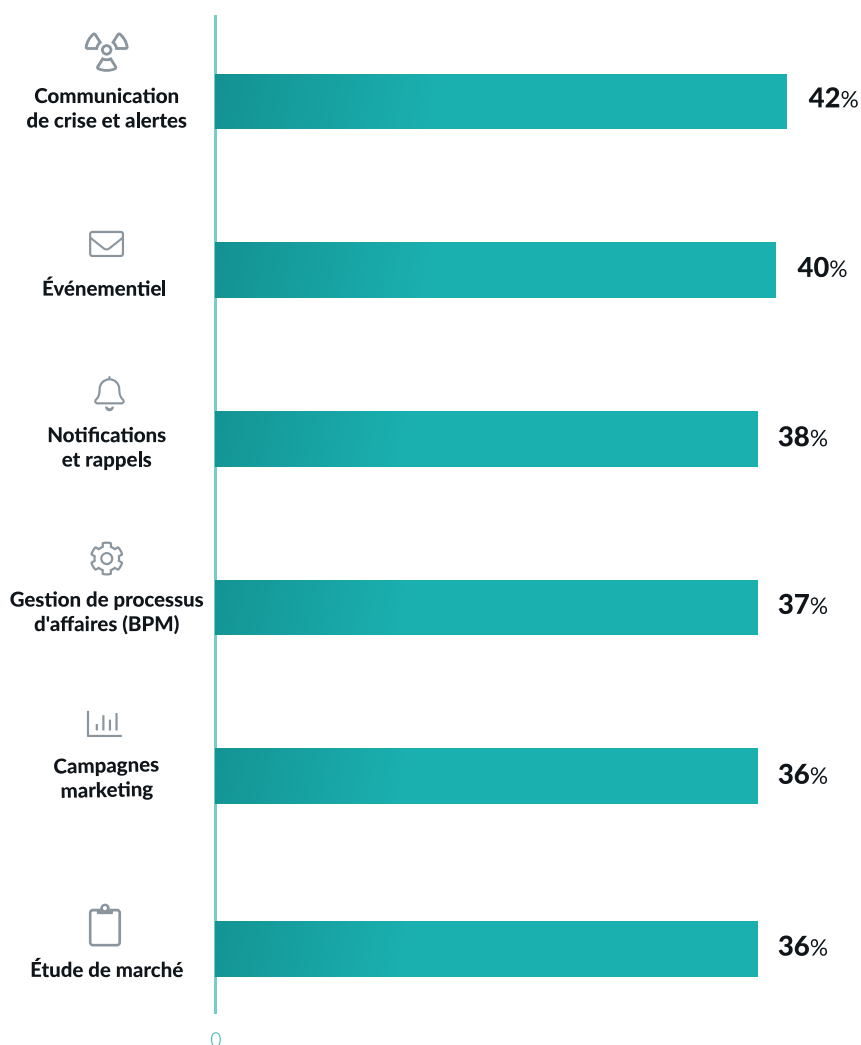
### Augmentation moyenne des dépenses :



## 6. L'impact du COVID-19 sur la messagerie mobile

Alors que la pandémie a entraîné un mouvement du bureau vers le domicile (avec une nouvelle organisation orientée « terrain » pour de nombreuses entreprises) et remplacé les boutiques physiques par des sites e-commerce, il est peu surprenant de découvrir qu'elle a également eu un impact significatif sur le volume de messages envoyés via les canaux mobiles.

**Lors de la pandémie, les cas d'utilisation suivants ont augmenté de :**



**Certains cas d'utilisation sont devenus plus pertinents, notamment la communication d'urgence et le marketing basé sur les événements :**

« Nous avons **augmenté notre utilisation** pour **communiquer des changements** opérationnels, envoyer des messages de **suivi de commande** et organiser des **ventes flash** afin de générer de la trésorerie »

**Directeur général**

Entreprise Commerce et distribution, 50 à 99 employés

« **Les messages ont dû être envoyés après chaque nouvelle annonce du gouvernement** avec **davantage de réactivité** que celle à laquelle nous étions habitués. Nous avons également largement utilisé les réseaux sociaux car c'est une véritable tendance qui a émergé lors des périodes de confinement. »

**Directeur produit**

Entreprise Tourisme et voyage, 1000 à 4999 employés

« Il existe une **véritable demande en faveur des outils digitaux**, principalement dans le but de réduire la charge administrative des opérateurs »

**Responsable informatique**

Entreprise de transport, 500-999 employés


# En conclusion

- ▶ La messagerie mobile est **largement acceptée** et utilisée dans tous les types d'entreprises
- ▶ **47 %** des répondants utilisent globalement **la messagerie mobile**
- ▶ Le taux de pénétration est **moins élevé dans les PME (39 %) que dans les grandes entreprises (58 %)**
- ▶ **Une forte croissance est attendue pour les prochaines années**, et les PME devraient représenter la moitié des nouvelles adoptions
- ▶ Les **résultats sont cohérents** et globalement les mêmes dans tous les pays
- ▶ Une fois adoptée, la messagerie mobile devient le moyen de communication **le plus populaire**, représentant **35 à 45 % des communications** sur l'ensemble des cas d'utilisation
- ▶ Le COVID-19 semble avoir eu un **impact positif modéré** sur le volume de messages mobiles
- ▶ Les secteurs d'activité qui devraient rencontrer la plus forte croissance en termes d'adoption du SMS sont **l'informatique et les télécoms, le commerce et les services financiers**



# Chiffres sources




	Répondants	< 250 employés	> 250 employés
ROYAUME-UNI	844	49%	51%
ITALIE	791	52%	48%
FRANCE	690	49%	51%
ESPAGNE	689	50%	50%
ALLEMAGNE	685	51%	49%
PAYS-BAS	391	43%	57%
AUSTRALIE	299	46%	54%
TOTAL:	<b>4 389</b>		



 [www.esendex.fr](http://www.esendex.fr)

 [ventes@esendex.fr](mailto:ventes@esendex.fr)

 01 70 99 35 52