



Accueil > Interview > SMSFactor, la plateforme d'envoi de SMS publicitaires et d'alertes

Rechercher sur PressMyWeb



SMSFactor, la plateforme d'envoi de SMS publicitaires et d'alertes

1 décembre 2015 wifesgeek

SMSFactor est une plateforme SMS qui vous permet d'être dans la poche de vos clients en moins de 10 minutes. Nous avons demandé à son fondateur de répondre à nos questions.

- Pouvez-vous vous présenter, votre équipe et présenter SMSFactor ?

Je suis Sébastien Magliolo, président fondateur de la plateforme SMSFactor.

SMSFactor est une plateforme d'envoi de SMS publicitaires et d'alertes hébergée au CEEI (Centre Européen d'Entreprises et d'Innovation) Nice Côte d'Azur. Nous proposons à nos clients une plateforme web depuis laquelle ils peuvent envoyer leurs campagnes SMS de façon autonome et indépendantes que cela soit pour des promotions ou des rappels de rendez-vous. Nous mettons également à leur disposition une API qui leur permet d'intégrer leurs envois de SMS à un site, une application ou encore un logiciel.



Nous allons sur nos 6 ans d'existence et nous sommes aujourd'hui 6 répartis entre le développement commercial, le développement informatique, le Marketing et la communication.

- Comment vous est venue cette idée ? Qu'est-ce qui vous a décidé à vous lancer ?

Il se trouve que j'ai travaillé pendant 7 ans pour une agence qui faisait du Web Marketing et qui malheureusement a dû fermer. Ayant toujours eu ce désir de création d'entreprise je me suis dit qu'il était temps de sauter le pas et que l'occasion était trop belle pour la rater.

De plus à cette époque j'avais constaté qu'un nouveau marché était en train d'émerger et au vu de son fort potentiel j'ai décidé de m'y lancer et j'ai donc créé ma propre plateforme SMS ce qui a donné naissance à SMSFactor.

- Quel est votre business model ?

N'étant plus aujourd'hui une simple plateforme SMS mais un opérateur SMS à part entière notre business model est assez simple. Nous vendons des SMS à nos clients sous forme de packs prépayés ou pour les plus gros par facturation en fin de mois.

Puis à chaque fin de mois nous payons directement à chaque opérateur Bouygues, SFR, Orange... les SMS que nous lui devons.

Il est intéressant de noter que les opérateurs mobiles eux-mêmes se vendent les SMS entre eux.

Nous avons tous aujourd'hui des forfaits illimités et c'est pour cette raison que ce fait ne nous semble pas toujours évident.

- Quelles sont vos cibles clients ?

Notre service étant l'un, voir l'outil de communication le plus performant du marché avec son taux d'ouverture de 97% et son taux d'impression du message de 40% nos cibles sont très variées.

En effet, il y a d'un côté toutes les entreprises et organisations qui réalisent des promotions, ventes privées... qui utilisent le SMS Marketing et toutes les entreprises et organisations qui réalisent des rappels de rendez-vous, d'évènements ou des enquêtes qui utilisent le SMS Alerte.

Nos cibles sont donc infinies puisqu'il s'agit aussi bien de commerçants, de mairies, d'associations, de plateformes multicanales que de grands comptes.

- Pouvez-vous nous donner quelques chiffres (Statistiques, nombre de ventes, progression...) sur SMSFactor ?

SMSFactor c'est plus de 900 clients en France et à l'étranger qui utilisent nos services au moins tous les 2 mois. Avec une croissance de 40% entre 2013 et 2014 celle de 2015 devrait avoisiner les 80%.

A noter également que notre marché à une croissance prévisionnelle de 63% d'ici à 2020 ce qui nous laisse présager d'un futur tout

ARTICLES LES PLUS RÉCENTS

- Smaaart : Le Reconditionnement de Produits Électroniques à la Qualité incroyable
- Quels sont les critères de sélection d'une bonne agence SEO ?
- Comment retranscrire facilement un meeting ?
- Les astuces pour bien référencer son site internet
- pourquoi et comment ouvrir une boutique en ligne de cigarettes électroniques ?
- Comment le digital peut aider les boutiques physiques
- Êtes vous protégés en cas de cyber-attaque?
- Comment utiliser l'application mobile stopCovid ? #Covid-19
- Comment entreprendre sur le web et prendre son indépendance ?
- Recouvrement de factures impayées : comment s'y prendre ?

ARTICLES LES PLUS POPULAIRES DU MOIS

- Groupe, départ de son COO et bénéfices en baisse
- #Dossier #WordPress : la #checklist ultime pour avoir un #référencement en béton
- #Youtube : Réussir une collaboration avec un YouTubeur : 10 conseils
- Espionner Messenger sans logiciel, est-ce possible ?
- #Start-up : la mise en relation, un nouveau business florissant ?
- Comment le digital peut aider les boutiques physiques
- Les 8 bonnes pratiques pour un bon compte #Twitter
- Google Panda le retour
- 10 techniques pour animer ses réseaux sociaux
- Comment retranscrire facilement un meeting ?

ABONNEZ-VOUS



aussi rayonnant.

* indicates required

- **Pouvez-vous nous raconter une journée chez type chez SMSFactor ?**

La journée type chez SMSFactor n'existe pas ! Nous travaillons au cœur du digital et du numérique et donc de l'**innovation** ! Nous ne savons jamais de quoi sera fait le lendemain surtout que nous bouillonons constamment d'idée.

Mais ce qui reste typique à chaque journée c'est la bonne humeur, le partage d'idées et les débats sans fin !!!

- **Quels sont vos concurrents et en quoi vous différenciez vous ?**

Contrairement à nombre de nos concurrents nous plaçons **nos clients et leurs satisfactions au cœur de nos préoccupations**. Nous les accompagnons depuis leur inscription sur notre site jusqu'à la mise en place de leurs campagnes SMS. Puis une fois qu'ils sont lancés dans l'aventure SMS nous faisons régulièrement un point sur l'intégration du SMS dans leur stratégie digitale.

Nous créons également de nombreux **modules innovants et uniques** en fonction des demandes de nos clients comme [l'enquête par SMS](#) ou le [mot de passe unique par SMS](#).

Pour finir afin de sécuriser au maximum l'envoi de nos SMS et de ne plus dépendre d'aucun agrégateur nous venons de réaliser de gros investissements financiers pour devenir un **opérateur SMS** déclaré à l'ARCEP et nous travaillons donc en direct avec Free, Bouygues, Orange...



- **Quelle est votre stratégie de marketing/communication ?**

Notre stratégie de Marketing/Communication est principalement axée sur le **SEM** c'est-à-dire sur le référencement naturel et les campagnes publicitaires de type Adwords.

Nous réalisons également des Newsletters auprès de nos clients et sommes en train de mettre en place un plan de fidélisation intégrant bien entendu des alertes SMS !!

Nous nous déplaçons également dans de nombreux événements et où avec qui nous réalisons nombre de partenariats. Toutefois étant un service web il assez évident que nous nous devons de concentrer le maximum de nos efforts sur ce canal.

- **Comment intégrez-vous les réseaux sociaux dans votre stratégie, quels rôles jouent-ils ?**

Travaillant en **B to B** les réseaux sociaux n'occupent pas une place prépondérante dans notre communication même si nous avons fait le choix de les exploiter car il s'agit selon nous d'une obligation pour toute entreprise qui désire exploiter son e-réputation.

Pour nous il ne s'agit pas d'un biais pour faire connaître ses promotions mais au contraire pour éduquer le grand public sur le SMS comme outil de communication mais aussi le mobile en générale.

Nous avons donc une [page Facebook](#) qui est plus axée sur des faits insolites sur le mobile, notre vie de startup et nos articles de blog

Une page LinkedIn pour les professionnels qui travaillent avec nous ou dans le digital et qui veulent suivre nos avancées ainsi que nos points de vue sur les événements frappants qui peuvent arriver au sein des opérateurs mobiles.

Une [compte Twitter](#) qui est plus axé agence de communication, chefs de projets et développeurs où nous partageons toutes les infos notoires du mobile et du digital.

- **Quels sont vos besoins actuellement (recrutement, communication, financier, ...) ?**

Nous venons aujourd'hui d'intégrer un **programme d'accélération** dans lequel nous avons été choisis après un concours de compétences et de potentiels et nous venons d'agrandir notre d'équipe d'une nouvelle personne.

Concernant les besoins financiers nous avons eu le soutien de la **BPI** pour notre passage en opérateur.

Nos besoins ne sont donc pas dans l'immédiat très définis puisque nous y avons répondu même si nous savons que l'embauche ne devrait pas tarder en **développement commercial et informatique**.

- **Quels sont vos objectifs pour cette année ? Et pour dans 3 ans ?**

Concernant la France nous avons pour objectif de devenir le **leader incontesté du SMS français** et continuer à nous faire remarquer pour nos innovations digitales autour du SMS.

A l'international nous sommes déjà présents en **Suisse et en Belgique** et nous désirons y renforcer notre position d'ici la fin de l'année dans un premier temps.

Votre adresse email *

Votre prénom

Comment avez-vous connu PressMyWeb ?

Facebook

Google

Par un ami

Twitter

Sur un blog

Par un jeu

Abonnez-vous

- Une petite phrase "historique" pour la fin ?

« Pour une entreprise ne pas réaliser de publicité c'est comme faire de l'œil à une fille dans le noir. Vous savez ce que vous faites, mais personne d'autre ne le sait. »



Share

Post



Enregistrer


Share


Tags : Interview, sms, SMSFactor -- 1 commentaire --

 WIFESGEEK  Ses articles >>

ABONNEZ-VOUS

 Suivre @pressMyWeb 



Email 

<< L#ECommerce à l'assaut du mobile

Instant System, le GPS tout transport >>

Articles sur le même thème



#marketing : Et si testiez l'envoi d'une campagne SMS ?

Le digital data propose des opportunités aux entreprises afin de promouvoir leur...



Text&Go, l'offre SMS de Matooma pour piloter les objets connectés à distance

En 2016, plus de 6 milliards de connexions ont été enregistrées dans le domaine ...



#ecommerce Comment bien utiliser les campagnes #SMS ?

Le mobile fait aujourd'hui partie intégrante du paysage du marketing. Site mobil...



Pourquoi les #PME devraient se lancer dans le #SMS #Marketing ?

Si le SMS est le canal de communication plébiscité des Français, 47 milliards de...

Commentaires fermés.

Laisser un commentaire

Votre adresse de messagerie ne sera pas publiée. Les champs obligatoires sont indiqués avec *

Commentaire

Nom *

Adresse de messagerie *

Site web

Laisser un commentaire

Contactez-nous

- Contactez-nous
- Devenez contributeur, rédacteur, reporter ou expert
- PressMyWeb à votre écoute

Nos rubriques

- A propos
- Glossaire des termes webmarketing
- Notre boutique ecommerce
- Partenaires PressMyWeb

Plan de site

- Posez nous vos questions ecommerce et webmarketing
- PressMyWeb à votre écoute
- PressMyWeb vous accompagne

Suivez-nous



Abonnez-vous

Votre adresse mail 

©2020 PressMyWeb | digital et nouvelles technologies Designed by WellThemes.com



Copyright © 2011-2020 - PressMyWeb | digital et nouvelles technologies

PressMyWeb est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 3.0 France. Basé sur une oeuvre de PressMyWeb.com. Les autorisations au-delà du champ de cette licence peuvent être obtenues à PressMyWeb.com. Les textes et certaines images publiés sur ce blog ne sont pas libres de droit.

