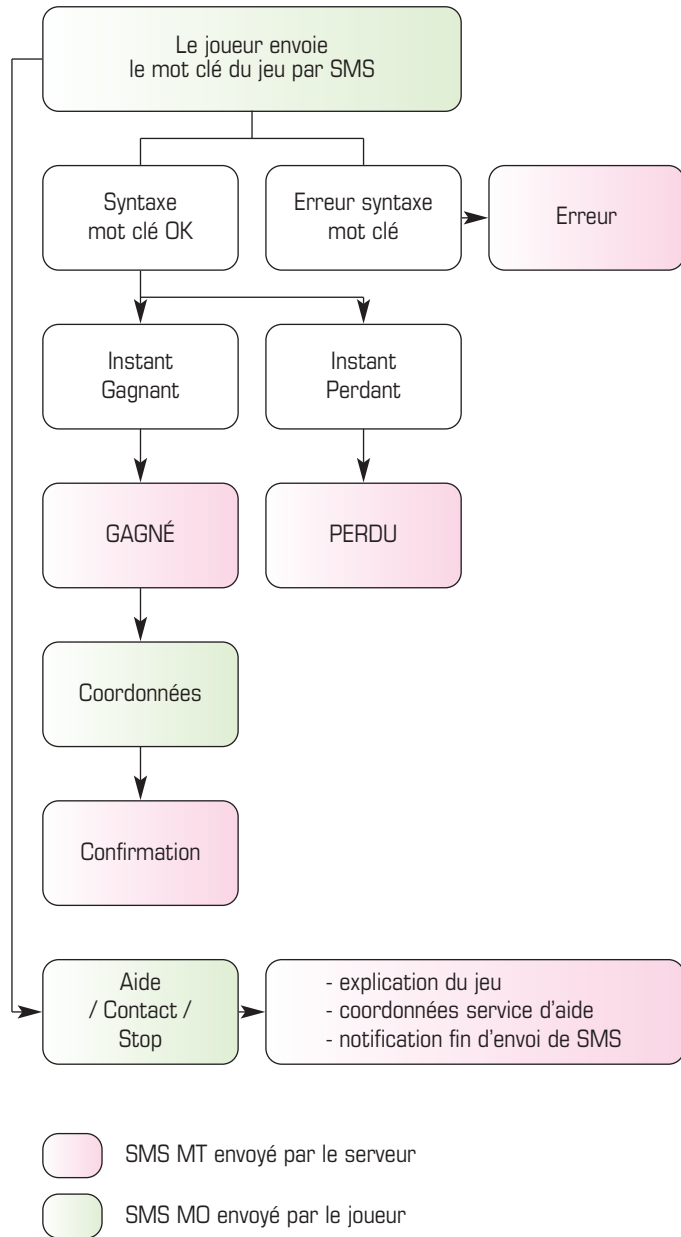


Arborescence d'un Jeu SMS par instant gagnant :



**Votre JEU SMS clé en main**  
**ScanOp vous accompagne**  
**à chaque étape de votre projet SMS :**  
**définition du jeu, mise en œuvre technique,**  
**gestion opérationnelle complète.**

**Glossaire**

**3G+ :** débit internet rapide qui permet de télécharger plus vite de la musique, des jeux, des vidéos ou sonneries et offre également une meilleure qualité d'image pour la télé.

**Application :** fonctionnalité activée par au moins un mot clé (par exemple "METEO" dans le cadre d'une application délivrant des prévisions météorologiques) que l'utilisateur doit taper dans le texte d'un SMS et envoyer vers le numéro court de l'éditeur.

**Arborescence :** schéma d'organisation et d'utilisation d'un serveur vocal.

**Association SMS+ :** association loi 1901 en charge de la gestion des Numéros Courts auprès des opérateurs mobiles - du traitement des demandes de réservation – et de la vérification de la bonne utilisation de la charte de communication des services SMS+.

**Editeur :** désigne la personne physique, morale ou l'organisme public qui fournit un service aux utilisateurs des opérateurs mobiles membres de l'Association SMS+.

**Numéro Court :** code à 5 chiffres qui identifie le service d'un éditeur de services SMS+. Ce numéro court est préalablement réservé par l'éditeur auprès de l'association SMS+.

**Opt in :** politique de collecte des données personnelles basée sur le consentement préalable du consommateur.

**Service SMS+ MMS+ :** ensemble des applications, contenus ou informations accessibles aux utilisateurs depuis un même numéro court surtaxé ou non.

**SMS MO (Short Message Service Mobile Originated) :** désigne un SMS émis par un utilisateur depuis son terminal mobile.

**SMS MT (Short Message Service Mobile Terminated) :** désigne un SMS reçu par un utilisateur sur son terminal mobile.

**Taux de transformation :** % du nombre de personnes ayant été sensibilisées par une action marketing (Publicité, SMS, Emailing). L'achat n'est pas systématiquement l'action générant le calcul de ce taux, il peut simplement s'agir d'une visite sur un site Internet, dans un point de vente, ou d'une participation à un jeu.

# MÉMO SMS

Tout sur les jeux SMS

## ScanOp

ScanOp  
 Département de ScanCoupon

110, avenue de Galilée - B.P. 70392  
 13799 Aix-en-Provence Cedex 3

Tél. : 04 88 71 85 00 - Fax : 04 88 71 85 50  
 Site : [www.scancoupon.fr](http://www.scancoupon.fr) - Email : [contact@scancoupon.fr](mailto:contact@scancoupon.fr)

## 1 Définition

Un SMS (Short Message Service) désigne le service de messagerie permettant l'envoi et la réception de messages textes - limités à 160 caractères - depuis un téléphone portable.

Aujourd'hui, multimédia et haut débit permettent de rendre les SMS plus conviviaux en y intégrant des images, du son et de la vidéo : on parle alors de MMS (Multimédia Messaging Service).

## 2 Focus sur le mobile

- En France, chaque mois 1,6 Milliard de SMS sont échangés soit en moyenne 31 SMS par abonné ;
- Les SMS sont plébiscités par les jeunes :

Classe d'âge	Pourcentage des abonnés mobiles qui envoient	
	des SMS :	des MMS :
12-24 ans	97 %	58 %
25-39 ans	87 %	36 %
40 ans et +	56 %	12 %

## 3 SMS et Marketing promotionnel

Le SMS permet de joindre un consommateur en mouvement pour lui délivrer une information personnalisée, interactive et instantanée, ce qui en fait un outil promotionnel très impactant.

### Efficacité

En France, 54 % des abonnés mobiles ont déjà reçu un SMS publicitaire. Les SMS promotionnels favorisent la viralité et ont un impact positif auprès du consommateur :

- 92 % de taux de lecture ;
- 1 SMS reçu sur 4 est transféré ;
- 60 % de taux de mémorisation ;
- 6 à 12 % de taux de transformation suivant la pertinence du message publicitaire.

### Les Services SMS+

Aujourd'hui, les SMS promotionnels ont évolué et permettent d'accéder à des fonctionnalités, services ou contenu via un mot clé adressé par SMS vers un numéro court surtaxé ou non : **ce sont les Services SMS+**.

Sources : ARCEP Janvier 2008  
AFOM/TNS SOFRES Octobre 2007 - m:metrics Juin 2007

### Exemples

- **SMS Push** : l'annonceur diffuse un message à ses clients  
« RDV dans votre magasin pour profiter des réductions sur vos marques préférées ! »
- **SMS Pull** : le client envoie un SMS pour obtenir du contenu ou service  
« News au 6xxxx »
- **SMS Push Pull** : le client participe à une offre de la marque  
« Envoie "JEU" au 6xxxx et gagne avec ta marque des milliers de cadeaux »

### Les principales applications

- Obtenir un contenu ou participer à un événement : jeux, vote, quiz...
- Dialoguer ou jouer avec d'autres utilisateurs identifiés et inscrits à un service : chat...
- Services récurrents pour recevoir des SMS à une fréquence déterminée : news, astro, sport...
- Services d'alertes et de notification pour recevoir des SMS d'information à une fréquence irrégulière et aléatoire : bourse, promotions...

### Les numéros SMS+

Les numéros SMS+ comportent 5 chiffres. Le préfixe indique le palier de facturation.

Palier	Préfixe	Prix maximum du service
3	3XXXX	Prix d'un SMS
4	4XXXX	0,05 € TTC + Prix d'un SMS
5	5XXXX	0,20 € TTC + Prix d'un SMS
6	6XXXX	0,35 € TTC + Prix d'un SMS
7	7XXXX	0,50 € TTC + Prix d'un SMS
8	8XXXX	1,50 € TTC + Prix d'un SMS

Tarifs communiqués à titre indicatif en vigueur en Janvier 2008

### La réglementation et l'éthique

- l'opt-in est un pré-requis pour utiliser le numéro de mobile d'un consommateur
- pour les Campagnes Push, il est recommandé de privilégier les heures ouvrées - 9 heures à 19 heures - et de bannir le dimanche
- le participant à un Jeu SMS+ doit pouvoir adresser par SMS au numéro court associé au jeu les 3 mots clés suivants :

**Contact** : raison sociale, numéro de RCS, coordonnées du service d'assistance aux utilisateurs.

**Aide** : mode d'emploi concis du service et/ou coordonnées du service d'assistance aux utilisateurs.

**Stop** : confirmation de type "A votre demande, vous ne recevrez plus aucun message provenant de notre service".

## 4 Mise en place d'un Jeu SMS +

91 % des 12-24 ans possèdent un téléphone portable et 61 % d'entre eux l'utilisent pour jouer. Pour cette cible, le jeu est sans conteste l'application la plus pertinente.

### Les étapes :

- **Obligations légales** :
  - la participation au jeu doit être gratuite et sans obligation d'achat pour le consommateur ;
  - le règlement du jeu doit être déposé chez un huissier et adressé gratuitement à toute personne en faisant la demande.
- **Dotation** :
  - les dotations doivent être attractives pour garantir le succès du jeu ;
  - la gestion du colisage et l'expédition des dotations aux gagnants doivent se faire dans un délai garanti.

### • Définition d'une mécanique de jeu :

**Instant gagnant** : pour gagner, le joueur doit envoyer un SMS pendant une plage horaire dite 'gagnante', préalablement définie.

**Jackphone** : un gagnant est sélectionné parmi les joueurs tous les 'X' SMS – quand le rang gagnant approche, il peut être indiqué au joueur combien il reste de SMS avant d'atteindre le rang gagnant.

**Quiz** : le joueur doit répondre à une ou plusieurs questions – le gagnant est sélectionné parmi ceux qui ont cumulé le plus de bonnes réponses.

**Sweepstake** : les produits d'une marque sont porteurs d'un code unique dont les codes gagnants sont préalablement tirés au sort – le joueur doit envoyer son code par SMS pour vérifier s'il a gagné.

Cette liste est non exhaustive. Une multitude de combinaisons peuvent être imaginées et mises en œuvre pour répondre aux objectifs de la marque.

### Exemple de Jeu SMS par instant gagnant :



Le consommateur doit envoyer le mot clé 'PROMO' au 6XXXX

S'il envoie le mot clé durant un instant gagnant, il gagne la dotation mise en jeu