



- Aller droit au but : c'est la première ligne du SMS qui est affichée dans les notifications.
- Opter pour un message court avec des mots impactants.
- Stipuler sa volonté de répondre aux attentes du client.
- Proposer un RDV, inciter à l'action – donner envie de vous rencontrer.
- Valoriser l'avantage client à accepter le RDV ou à passer à l'action.
- Simplifier le processus.
- Conclure avec une formule de politesse.
- Signer le SMS : vous n'êtes pas enregistré dans les contacts du destinataire !



- Jouer sur la ponctuation
- Lien hypertexte, vCard, photo, émoticônes...
- Avec les anciens téléphones, pas plus de 160 caractères.

Exemple de bonne pratique :

ATTENTION

INTÉRÊT

ACTION

DESIR



