

RCS et SMS : quelle est la différence ? Le guide ultime sur la messagerie RCS et les SMS



RCS et SMS : quelle méthode est la meilleure ? C'est une question difficile. Les deux systèmes de messages ont leurs avantages et leurs inconvénients, et il est important de les connaître pour choisir l'option la plus adaptée à vos communications professionnelles. Dans cet article, nous allons nous intéresser aux fonctionnalités et aux avantages du RCS et des SMS, ainsi que les questions à vous poser avant de prendre votre décision.

Vous envisagez de développer des campagnes de messages marketing ? Consultez la gamme complète d'[API de communication Vonage](#) et envoyez des messages qui laisseront une trace.

Qu'est-ce que le RCS ?

Qu'est-ce que la messagerie RCS et qu'est-ce qu'un message texte RCS ? RCS signifie [Rich Communication Services](#), une norme moderne pour envoyer des messages sur des appareils mobiles.

Contrairement aux SMS traditionnels, un message RCS est envoyé via une connexion de données ou un signal Wi-Fi. En d'autres termes, il passe par Internet plutôt que par un réseau de téléphonie mobile.

À cet égard, l'expérience d'utilisation du RCS est bien plus similaire à l'envoi de messages via une application de messagerie comme WhatsApp ou iMessage que par le biais de SMS traditionnels. D'autres similitudes existent, notamment en ce qui concerne les fonctionnalités avancées que la norme RCS prend en charge.

Caractéristiques et fonctionnalités clés du RCS

Voici quelques-unes des principales fonctionnalités et capacités de la messagerie RCS.

Profils d'expéditeur vérifiés

Les entreprises peuvent personnaliser les messages RCS avec un logo vérifié. C'est une option très utile pour créer des campagnes de communication professionnelles. Les destinataires des messages

savent, en un seul coup d'œil, de quelle entreprise il s'agit, ce qui les rend plus enclins à croire que le message est authentique.

Fonctionnalité de partage de fichiers

Vous pouvez partager des fichiers volumineux via RCS, généralement jusqu'à 100 Mo. En effet, les messages étant envoyés sur un réseau de données, il est possible de partager des documents et des fichiers vidéo, de la même manière que sur une application de messagerie dédiée.

Cartes enrichies

Les cartes enrichies permettent d'envoyer une grande quantité d'informations en un seul message. Vous pouvez envoyer du texte et d'autres médias en même temps et générer des réponses suggérées pour le destinataire, ce qui facilite son engagement.

Actions suggérées

Vous pouvez configurer des messages RCS pour suggérer des actions et des réponses de suivi potentielles. Ajoutez par exemple des boutons pour réserver un service ou faire un achat.

Autres fonctionnalités avancées

La norme RCS prend également en charge de nombreuses fonctionnalités des applications de messagerie que vous connaissez peut-être déjà. Il peut s'agir des fonctions complètes de messagerie de groupe, l'indication de saisie en direct et les accusés de lecture, qui vous offrent un retour en temps réel sur l'engagement des utilisateurs.

Avantages de RCS

La messagerie RCS offre plusieurs avantages aux entreprises, notamment :

Plus de flexibilité

Les messages RCS offrent plus de fonctionnalités que les SMS traditionnels. En plus de créer des messages plus détaillés grâce aux options multimédia étendues, pouvoir envoyer des réponses spécifiques ouvre de nombreuses possibilités de communication.

De meilleures options de personnalisation

Cette flexibilité s'étend à une personnalisation généralement améliorée. Outre le fait de pouvoir incorporer un logo vérifié et d'autres éléments de marque dans les messages RCS, vous pouvez aussi ajuster leur apparence à votre gré, renforçant ainsi le message de votre marque.

Engagement utilisateur accru

Par conséquent, la messagerie RCS professionnelle a tendance à booster l'engagement des utilisateurs. Un texte simple peut faire passer un message standard, mais lorsque vous envoyez à vos clients des informations détaillées et leur proposez des options de réponse personnalisées, ils seront plus susceptibles d'interagir.

Failover vers SMS

La messagerie RCS propose des fonctionnalités de communication enrichies et interactives, permettant aux entreprises de s'engager de manière dynamique avec les clients. Si un utilisateur final ne dispose pas des capacités RCS, le message bascule automatiquement vers les SMS, garantissant ainsi une livraison fiable et une communication ininterrompue.

Rentabilité et gain de temps

Les SMS et le RCS ont des coûts similaires, mais la configuration des SMS peut être plus chronophage en raison de la nécessité d'enregistrer des numéros 10DLC, des codes abrégés ou des numéros gratuits, ce qui entraîne également des frais supplémentaires. De plus, les SMS nécessitent le consentement préalable des utilisateurs finaux. Le RCS, cependant, peut utiliser le même consentement et proposer un processus d'inscription plus simple. Dans certains cas, le RCS peut être plus rentable, surtout pour les messages dépassant la limite de 160 caractères des SMS. Grâce au RCS, vous pouvez envoyer un seul message de jusqu'à 3 072 caractères, ce qui peut réduire la nécessité d'envoyer plusieurs SMS et diminuer les coûts.

Inconvénients du RCS

Alors, que sont les messages RCS, si ce n'est la solution idéale ? La vérité, c'est que cette méthode présente quelques inconvénients, bien qu'ils ne soient pas trop nombreux.

Disponibilité

Pendant longtemps, les appareils Apple ne prenaient pas en charge la messagerie RCS, ce qui les rendait inadaptés pour les grandes campagnes de SMS. Aujourd'hui, Apple a déployé dans la version iOS 18 la prise en charge du RCS. Malgré tout, certains

appareils ne peuvent toujours pas recevoir de messages RCS, notamment les feature phones qui dépendent uniquement des réseaux cellulaires.

Le problème de l'inscription

Vous devez activer la messagerie RCS sur votre appareil ; elle n'est pas activée par défaut. Cela signifie que si vous planifiez une campagne RCS, vous ne pourrez atteindre que les personnes qui ont activé le RCS sur leur téléphone. Si elles ne l'ont pas fait, elles verront le message sous forme de SMS/MMS et manqueront les fonctionnalités les plus avancées.

Dépendance à Internet

Les messages RCS nécessitent une connexion Internet pour fonctionner. En cas de panne ou si votre appareil se trouve dans une zone où le réseau est faible, vous ne pourrez pas envoyer ni recevoir de messages au format RCS. Cela peut rendre la messagerie RCS légèrement moins fiable que la messagerie SMS traditionnelle dans les zones où l'établissement d'une connexion de données n'est pas assuré. Toutefois, grâce aux fonctionnalités de basculement par SMS, vous êtes couvert lorsqu'une connexion Internet n'est pas disponible.

Quelle est la différence entre iMessage et le RCS ?

La principale différence est qu'iMessage est une application native d'Apple, tandis que le RCS est une norme de messagerie indépendante de l'appareil proposée par plusieurs opérateurs. Cela signifie qu'iMessage est uniquement disponible pour les appareils Apple. Pour les personnes soucieuses de leur sécurité, il est également intéressant de noter que les messages RCS ne sont chiffrés qu'en transit, tandis qu'iMessage offre un chiffrement de bout en bout.

Qu'est-ce que le SMS ?

Qu'est-ce que la messagerie SMS ? Le SMS (Short Message Service) n'a probablement pas besoin d'une grande présentation. C'est l'ancienne norme de messagerie intuitive et fiable, utilisée régulièrement depuis les années 1990.

Il suffit de saisir un court message dans votre téléphone, qui l'envoie au destinataire prévu sur le réseau de téléphonie mobile. Le SMS est si répandu que de nombreuses entreprises utilisent une [API SMS](#) pour créer leurs propres solutions de campagnes SMS personnalisées, ce qui le rend toujours pertinent en tant qu'élément d'une stratégie marketing réussie.

Fonctionnalités et caractéristiques clés des SMS

Voici un aperçu rapide des caractéristiques générales de la norme de messagerie SMS.

Texte uniquement

Un message SMS est uniquement textuel. Contrairement au RCS, il est impossible d'utiliser des SMS pour transmettre d'autres types de médias. (Cependant, la norme MMS (Multimedia Messaging Service) connexe permet la transmission de fichiers audio et vidéo sur le réseau cellulaire.)

Limite de caractères

Le nombre total de caractères dans un message SMS ne doit pas dépasser 160. Si le message est plus long, il sera automatiquement divisé en plusieurs messages avant d'être transmis. La plupart des opérateurs modernes réassemblent les messages dès leur arrivée, de sorte que le destinataire ne remarque presque pas la différence.

Transmission du réseau cellulaire

Quand vous rédigez un message SMS et que vous l'envoyez, votre opérateur téléphonique convertit le message et le numéro de téléphone du destinataire selon la norme GSM. Il envoie ensuite ces données à l'antenne relais la plus proche. De là, il passe par le réseau cellulaire pour finalement arriver sur le téléphone du destinataire.

Avantages des SMS

Bien avant que les applications de messagerie modernes ne soient développées, les SMS étaient un moyen très populaire d'envoyer des messages texte de téléphone à téléphone. Beaucoup des fonctionnalités qui l'ont rendu si populaire sont encore pertinentes aujourd'hui.

Simplicité d'utilisation

Envoyer des SMS ne pourrait pas être plus simple : il suffit de saisir un message sur votre téléphone et d'appuyer sur « Envoyer ».

Portée

Comme vous n'avez pas besoin d'installer une application de messagerie ou d'avoir un appareil avancé pour utiliser les SMS, leur portée est inégalée. D'après le [Pew Research Center](#), environ 98 % des Américains possèdent un téléphone portable en 2024, tous étant joignables par SMS.

Fiabilité

Enfin, l'un des avantages les plus importants de la messagerie SMS est sa fiabilité. Elle est tellement fiable qu'elle sert de solution de secours lorsque les messages envoyés via la norme RCS plus complexe ne peuvent pas être transférés dans ce format. Au lieu de cela, le destinataire recevra le message sous forme de SMS réduit.

Inconvénients des SMS

Malgré sa fiabilité, son déploiement rentable et sa très grande portée, le SMS présente quelques inconvénients.

Pas de contenu enrichi

Le plus gros inconvénient des SMS est qu'il n'est possible de les utiliser que pour envoyer des messages texte. Si vous envoyez des messages contenant de l'audio ou de la vidéo, vous ne pourrez pas le faire par SMS. Pour les entreprises, cela restreint la variété de messages qu'elles peuvent inclure dans leurs campagnes.

Difficile de mesurer le succès

Si vous lancez des campagnes marketing par SMS, il peut être difficile de déterminer exactement leur succès. Vous pouvez suivre d'autres types de campagnes numériques beaucoup plus facilement.

Manque de sécurité

Étant donné que les messages SMS ne sont pas chiffrés de bout en bout, les cybercriminels pourraient accéder à leur contenu, ce qui n'est pas idéal pour une communication sécurisée.

En quoi les SMS sont-ils différents d'iMessage ?

Encore une fois, souvenez-vous qu'iMessage est une application native d'Apple qui fonctionne uniquement sur les appareils iOS. Les SMS, quant à eux, sont une norme universelle activée par défaut sur tous les téléphones mobiles, qu'il s'agisse d'un smartphone ou d'un feature phone.

Quelle est la différence entre les SMS et le RCS ?

Comparons les deux :

Quelle est la différence entre le RCS et les SMS ? La manière la plus simple de présenter cela est de comparer les deux méthodes.

	RCS	SMS
Limite de caractères	3 072	Limite de 160 caractères
Contenu enrichi en médias	Prend en charge plusieurs types de médias, y compris la vidéo, les gifs, le texte, et plus encore	Ne prend pas en charge
Méthode de transmission	Via les réseaux de données 4G/5G/Wi-Fi	Uniquement via le réseau cellulaire
Portée	Seuls les propriétaires de smartphones qui ont activé le RCS	Tous les propriétaires de téléphones
Sécurité	Chiffré en mouvement	Non chiffré
Expérience utilisateur	Prend en charge les fonctionnalités interactives et propose des actions	Chat texte uniquement
Personnalisation	Peut ajouter des logos de marque et des informations vérifiées sur l'expéditeur	Identifiant d'expéditeur alphanumérique possible, mais pas universellement disponible

Le RCS et les SMS sont-ils plus indiqués pour le marketing par message ?

Les SMS et le RCS peuvent être utiles dans les campagnes marketing, mais il est crucial de savoir quelle méthode utiliser selon la situation. Dans certains cas, le RCS ou les SMS sont la meilleure option.

Optez pour les SMS si :

- Le fait d'atteindre une large audience est votre plus grande priorité.
- Vous souhaitez uniquement envoyer de simples messages texte.
- Votre objectif est d'avoir une communication unidirectionnelle immédiate et directe.

Optez pour le RCS si :

- L'attrait visuel est un élément clé de la campagne.
- Vous voulez exploiter tout le potentiel de l'interactivité.
- Vous voulez vous concentrer sur le message de votre marque.

Que peuvent offrir les SMS et les RCS à votre entreprise ?

La décision d'utiliser le RCS ou les SMS n'a donc pas besoin d'être binaire. Il existe des situations où la messagerie RCS aura un impact plus important, tandis que dans d'autres, la large portée des SMS en fera l'option la plus efficace pour votre entreprise. Comme pour beaucoup de choses, cela dépend principalement des besoins et des préférences des clients.

Si votre objectif est de maximiser les conversions directes, les fonctionnalités interactives du RCS peuvent vous aider, et il peut être intéressant de sacrifier la portée plus large des SMS dans ce cas. D'un autre côté, passer du temps et de l'argent à développer une campagne sophistiquée basée sur le RCS serait probablement excessif pour des messages de campagne plus simples qui pourraient être transmis par SMS.

Quels médias et appareils prennent en charge les messages RCS et les SMS ?

Vous pouvez utiliser la messagerie RCS si vous avez un appareil Android fonctionnant sous Android 5.0 (Lollipop) ou une version ultérieure, ou un appareil Apple fonctionnant sous iOS 18 ou une version ultérieure. Vous devez juste vous assurer que le RCS est activé sur votre appareil.

La messagerie SMS est disponible sur tous les téléphones mobiles, à condition que l'utilisateur ait un forfait de messagerie texte de son opérateur.

Pourquoi le RCS est l'avenir

Dans un monde où la complexité numérique n'a de cesse de croître, l'avenir de la messagerie RCS semble prometteur. Bien que les SMS aient sans aucun doute encore leur place, le RCS est susceptible de les remplacer progressivement.

Pourquoi ? Tout simplement car le RCS a énormément à offrir aux entreprises. La croissance de la messagerie RCS sera probablement davantage stimulée par l'utilisation professionnelle que par les particuliers, du moins au début. Les fonctionnalités supplémentaires et la capacité de renforcer l'engagement avec les clients, font du RCS un élément indispensable de toute campagne marketing moderne basée sur les messages.

Pourquoi maintenant ? Le coup d'envoi a été donné lorsqu'Apple a finalement décidé d'inclure la prise en charge du RCS dans sa mise à jour d'iOS 18. La famille iOS désormais pleinement intégrée, on peut s'attendre à une accélération de l'adoption par les entreprises. Une [étude de Juniper Research](#) a révélé que le trafic de messagerie professionnelle des Rich Communication Services atteindra 50 milliards de messages à l'échelle mondiale en 2025.

RCS et SMS : découvrez la solution idéale pour chaque approche de communication

Si vous envisagez de développer une campagne de messages marketing pour votre entreprise, vous aurez besoin des bons outils pour qu'elle fonctionne.

Que vous vous concentriez sur le RCS, les SMS ou les applications de messagerie instantanée comme WhatsApp ou Viber, Vonage propose une gamme d'[API de communication](#) qui peuvent vous aider à créer des conversations personnalisées transformant l'expérience client.

Ressources recommandées

Cet article vous a plu ? Découvrez ces autres ressources de Vonage.
