

RCS : la messagerie nouvelle génération qui réinvente la relation client mobile



Le livre blanc du RCS

Contexte & enjeux :

L'approche omnicanale de la relation client

Dans un environnement digital devenu extrêmement concurrentiel, les centres d'appels et les grandes entreprises doivent repenser la manière dont ils interagissent avec leurs clients. Grâce à l'omnicanalité devenue aujourd'hui la norme, la stratégie de communication, de vente et de relation client intègre et unifie tous les canaux que l'entreprise met en place pour interagir avec ses clients.. Tous les canaux ont des rôles différents. Parmi eux, le canal mobile reste le plus personnel, le plus direct, et paradoxalement, le moins exploité dans sa forme la plus avancée.

Le SMS a longtemps été la référence pour la communication mobile A2P (*Application to-Person*). Aujourd'hui il a atteint ses limites : absence d'interactivité, impossibilité d'intégrer des contenus enrichis ou dynamiques, difficultés de tracking, et expérience utilisateur standardisée.

Face à ces contraintes, les attentes clients évoluent. Instantanéité, personnalisation, engagement : les utilisateurs attendent des interactions aussi qualitatives que celles qu'ils partagent avec leurs applications personnelles.

C'est dans ce contexte que le RCS (*Rich Communication Services*) s'impose comme la prochaine évolution majeure de la messagerie mobile.

A man with dark hair, a beard, and glasses is looking at a yellow smartphone with a surprised expression. He is wearing a blue denim shirt over a white t-shirt. The background is a solid yellow color.

Le RCS, qu'est-ce que c'est ?

- L'envoi de messages enrichis
- Des boutons d'action cliquables
- Des carrousels de produits ou services
- Des accusés de lecture
- L'authentification vérifiée de l'expéditeur

Le RCS, qu'est-ce que c'est ?

Le RCS est le successeur naturel du SMS. Il s'agit d'un standard de messagerie *multimédia*, porté par la GSMA et soutenu par les principaux opérateurs et constructeurs de smartphones. Son objectif : offrir aux utilisateurs une expérience de messagerie interactive, fluide et multimédia, directement depuis l'application native de messagerie de leur téléphone.

Les fonctionnalités principales du RCS incluent :

- L'envoi de **messages enrichis** (images, vidéos, fichiers)
- Les **boutons** d'action **cliquables**
- **Les carrousels** de produits ou services
- Les **accusés de lecture** et indicateurs de saisie
- L'**authentification vérifiée** de l'expéditeur (branding)

Contrairement aux applications de messagerie tierces (WhatsApp, Messenger, etc.), **le RCS ne nécessite pas de téléchargement**. Il est directement disponible dans l'application Messages des smartphones Android, et en cours d'intégration sur les écosystèmes Apple.

Les avantages stratégiques du RCS pour les entreprises

Une expérience utilisateur augmentée

Avec le RCS, les entreprises peuvent créer des parcours clients immersifs, en combinant visuels, actions et conversation. Cela permet de transformer un simple message en un mini-site interactif, directement dans la messagerie du client.

Des performances marketing supérieures

Les premiers retours d'expérience montrent des taux d'ouverture supérieurs à 85 %, et des taux de clics multipliés par 3 à 10 par rapport au SMS. Le RCS devient ainsi un canal de conversion puissant.

Une meilleure gestion de la relation client

Dans un contexte de service, le RCS permet de désengorger les centres d'appels : en proposant des réponses automatisées, des FAQ interactives, ou des parcours assistés par chatbot, l'entreprise réduit les volumes d'appels et améliore la satisfaction de ses clients. Un canal est sûr et vérifié.

Les envois RCS sont effectués par des marques authentifiées. Cela réduit fortement le risque de phishing, tout en renforçant la confiance.



Le marché du RCS : chiffres clés & tendance mondiale

- +1,2 milliard d'utilisateurs actifs RCS
- Taux d'ouverture moyen d'un message RCS : 85 à 92 %
- Taux de clic multiplié par 8
- Taux de conversion 3 à 5 fois supérieurs
- Adoption RCS Android en France : plus de 70 % des smartphones

Le marché du RCS : chiffres clés & tendance mondiale

Le RCS s'impose progressivement comme la nouvelle norme en matière de messagerie mobile B2C. Voici les principales données à retenir :

- **+1,2 milliard d'utilisateurs actifs RCS** dans le monde en 2025 (GSMA, 2025).
- **Taux d'ouverture moyen d'un message RCS : 85 à 92 %**, vs 19–25 % pour l'email marketing, et 65–70 % pour le SMS (MobileSquared, 2024).
- **Taux de clic multiplié par 8** par rapport au SMS traditionnel, grâce aux boutons CTA intégrés ([Google Jibe, benchmark interne, 2023]).
- **Taux de conversion 3 à 5 fois supérieurs** pour des campagnes promotionnelles RCS vs SMS dans les secteurs retail, finance, services.
- **Adoption RCS Android en France : plus de 70 % des smartphones Android** sont compatibles (source : Google, 2025).
- **iOS & RCS : Apple a officiellement annoncé la prise en charge du RCS** pour 2025 avec iOS 26, ce qui supprimera l'un des derniers freins à l'adoption universelle.

Tendance à retenir : D'ici 2026, le RCS pourrait surpasser le SMS comme principal canal de messagerie mobile entreprise –consommateur (source : Juniper Research, 2024).

Exemples concrets pour centres d'appels et grands groupes

Confirmation et relance de rendez-vous

Un message RCS peut contenir la date du rendez-vous, complété d'un bouton pour confirmer, un lien redirigeant vers l'agenda, et un bouton pour changer éventuellement la date du rendez-vous. Des fonctions pratiques, ne nécessitant pas d'appel.

Service client enrichi

Un client contacte le centre d'appel ?

Un message RCS est automatiquement envoyé avec un bouton vers le chat, un lien vers les ressources utiles, ou un formulaire de contact.

Marketing promotionnel ciblé

Campagne produit avec visuel, descriptif, bouton "Acheter maintenant". La conversion se fait en quelques clics, dans un environnement sécurisé.

Assistance technique

Envoi d'un guide pas à pas sous forme de carrousel, vidéo d'explication, bouton de rappel, ou chatbot technique embarqué.

Aperçu :

Ce que voit un client avec un message RCS

Le RCS transforme le message mobile en expérience interactive.
Voici quelques cas d'usage typiques :

Cas 1 :



Retail : Relance de panier abandonné

- Vous avez oublié quelque chose ?
- Profitez de -10 % supplémentaires sur votre panier.



Voir mon panier

Me rappeler

Cas 2 :



Assurance : Confirmation de rendez-vous

- Rendez-vous avec votre conseiller
- Mercredi 28 octobre à 14h00 (agence Paris Opéra)

Confirmer

Reprogrammer

Voir l'itinéraire

Ces messages sont affichés dans l'application de messagerie par défaut, avec le logo de votre entreprise, nom vérifié et visuels personnalisables.



l'intégration RCS, la solution tout-en-un

- Unification des données clients
- Pilotage des campagnes depuis une seule interface
- Intégration CRM et outils ITSM
- Accompagnement technique & marketing
- Hébergement souverain, conforme RGPD

Avec iAgility, l'intégration RCS, une solution tout-en-un

iAgility propose une plateforme omnicanale qui centralise tous les canaux d'interaction client (voix, SMS, RCS, email, réseaux sociaux, IA). Le RCS s'y intègre naturellement, avec plusieurs avantages clés :

- **Unification des données clients**
- **Pilotage des campagnes depuis une seule interface**
- **Intégration CRM et outils ITSM**
- **Accompagnement technique & marketing**
- **Hébergement souverain, conforme RGPD**

L'intégration du RCS passe par un audit initial, la définition des cas d'usage prioritaires, la création des templates, puis le déploiement opérationnel. iAgility vous accompagne à chaque étape.

Avec iAgility, l'intégration RCS, une solution tout-en-un

iAgility propose une plateforme omnicanale qui centralise tous les canaux d'interaction client (voix, SMS, RCS, email, réseaux sociaux, IA). Le RCS s'y intègre naturellement, avec plusieurs avantages clés :

- **Unification des données clients**
- **Pilotage des campagnes depuis une seule interface**
- **Intégration CRM et outils ITSM**
- **Accompagnement technique & marketing**
- **Hébergement souverain, conforme RGPD**

L'intégration du RCS passe par un audit initial, la définition des cas d'usage prioritaires, la création des templates, puis le déploiement opérationnel. iAgility vous accompagne à chaque étape.

RCS le comparatif avec les autres canaux : pour faire le bon choix

Type de canal	Taux d'ouverture	contenu Multimedia	Interaction directe	Branding personnalisé	Installation requise	Coût unitaire	Idéal pour quelle utilisation
SMS	70%	✗	✗	✗	non	€	Alertes, messages simples
Email	20%	✓	✗	✓	non	€	Contenu long, B2B, newsletter
WhatsApp Business	80%	✓	✓	✓	oui	€€	Support client, international
Messenger Instagram	70% 80%	✓	✓	✓	oui	€	Jeunes publics, e-commerce
Apple Messages for Business	60 - 70%	✓	✓	✓	non IOS uniquement	€€	Service client haut de gamme
RCS	85 - 90%	✓	✓	✓	non	€	Mobile marketing, SAV, notifications



Fonction disponible



Non supportée

€ : Coût relatif

Ce qu'il faut retenir : Le RCS combine les avantages du SMS (portée directe, pas d'installation) avec ceux d'un canal riche (visuel, CTA, tracking). Il est l'un des meilleurs

Bonnes pratiques et facteurs clés de succès

- **Obtenir le consentement explicite** : *comme tout canal push, le RCS nécessite un accord clair de la personne réceptrice*
- **Segmentation précise** : *ne pas reproduire les erreurs du SMS de masse*
- **Design mobile-first** : *visuels adaptés, contenu court, CTA visibles*
- **Analyse continue des KPI** : *taux d'ouverture, clic, conversion, rebond*
- **Formation des équipes** : *le RCS introduit un nouveau mode d'interaction, qui doit être assimilé par les différents collaborateurs en charge de son déploiement.*

RCS et RGPD : ce qu'il faut retenir

L'usage du RCS en entreprise implique le respect de plusieurs obligations réglementaires, en particulier au regard du RGPD.

- **Consentement** : la personne réceptrice doit accepter un consentement libre, spécifique et éclairé pour recevoir des communications RCS marketing ou relationnelles.
- **Accord systématique** : chaque message RCS doit proposer un désabonnement direct via un bouton ou mot-clé.
- **Traçabilité** : les interactions sont sauvegarder pour audit, preuve de consentement et reporting (système iAgility conforme).
- **Hébergement souverain** : iAgility garantit un hébergement des données clients en France, avec redondance et sécurité conforme aux standards ISO 27001.
- **Authentification de la marque** : seuls les expéditeurs vérifiés (Verified Sender ID) peuvent envoyer du RCS, ce qui réduit drastiquement le risque de fraude ou spoofing.

Bonnes pratiques : intégrer les règles de consentement dès la phase de collecte (formulaires web, applications mobiles) et documenter les traitements dans votre registre RGPD.

Le futur du RCS :

à l'horizon 2026, quelles sont les tendances et innovations attendues ?

Le RCS n'en est qu'à ses débuts. Voici les grandes évolutions attendues dans les 18 à 24 mois à venir :

Interopérabilité totale Android / iOS :

Avec l'intégration RCS sur iOS annoncée pour fin 2025, le canal deviendra universel, avec une couverture mobile de +95 % en France.

L'interopérabilité totale Android / iOS dans le contexte du RCS (Rich Communication Services) signifie que les utilisateurs de smartphones Android et iPhone pourront **échanger des messages RCS entre eux**, de manière transparente, comme **pratiqué aujourd'hui avec les SMS ou les iMessages**.



Ce que change l'interopérabilité entre Android / iOS :

Avec l'interopérabilité totale annoncée pour 2025 (iOS 25), Apple va intégrer le RCS dans ses iPhones.

Résultat :

Un utilisateur Android pourra envoyer un message RCS à un iPhone, et celui-ci pourra y répondre en RCS.

Les messages RCS entre plateformes gèreront des contenus riches (images, vidéos, boutons, accusés de lecture...).

Le RCS deviendra un standard universel, comme l'a été le SMS.



L'intérêt pour les entreprises et centres d'appels :

- **Portée maximale** : *plus besoin d'adapter vos campagnes selon l'OS utilisateur.*
- **Expérience unifiée** *pour tous les clients mobiles.*
- **ROI amélioré** : *plus de compatibilité pour plus de conversions.*
- **Simplicité technique** : *un seul format de message à gérer.*

Intelligence conversationnelle native :

Les bots intégrés aux messages RCS deviendront plus intelligents, avec de l'IA générative et des réponses contextuelles en temps réel.

L'intelligence conversationnelle native, dans le contexte du RCS (Rich Communication Services), fait référence à la capacité intégrée des messages RCS à gérer des conversations intelligentes ou automatisées, directement dans l'application de messagerie, sans passer par une appli externe ou un navigateur.



Concrètement, ça veut dire quoi ?

Avec le RCS enrichi d'intelligence conversationnelle :

- **Un chatbot ou assistant virtuel peut interagir avec l'utilisateur** en temps réel, directement dans le fil de messagerie.
- **Le système peut comprendre les questions de l'utilisateur**, y répondre, proposer des actions, orienter vers un conseiller, etc.
- **Ces échanges ne sont pas automatiques, ils peuvent s'adapter de manière dynamique** grâce à l'utilisation de l'IA (ex : NLP, IA générative).

Exemples d'usages

SAV automatisé

- **Client** : « Ma box ne fonctionne plus »
- **Bot RCS** : « Voulez-vous redémarrer votre équipement ou prendre RDV avec un technicien ? » [Boutons]
- Suite à la réponse, le bot envoie un visuel explicatif, un tutoriel, une vidéo, ou propose un créneau pour un rendez-vous avec un conseiller.

Prise de commande guidée

- **Client** : « Je veux réserver une voiture depuis Lyon »
- **Bot** : « Très bien. Pour quelle date ? »
- Interaction guidée jusqu'au paiement, sans quitter la messagerie.



Pourquoi on dit « native » ?

Parce que tout se passe dans l'interface de messagerie RCS sans aucune redirection vers une application externe :

- Une application mobile
- Un site web externe
- Un canal séparé (comme Messenger, WhatsApp)

L'intelligence est intégrée au message lui-même, de manière fluide, immédiate, et 100 % mobile.



Bénéfices pour les entreprises

- ✓ • Automatisation de tâches répétitives : suivi de commande, prise de rendez-vous, réclamation, relance, etc.
- ✓ • Réduction des coûts de traitement (moins d'appels entrants ou emails à gérer)
- ✓ • Disponible 24h sur 24 et 7 jours sur 7 pour traiter la plupart des demandes.
- ✓ • Expérience fluide et adaptée afin d'améliorer d'avantage la satisfaction client
- ✓ • Meilleur engagement grâce à une approche proactive et interactive



À retenir

L'intelligence conversationnelle native transforme le RCS en un canal de dialogue intelligent entre l'entreprise et ses clients, personnalisé, réactif, et parfaitement intégré à l'usage mobile quotidien.



Paiement intégré (RCS Pay) :

Des tests sont en cours pour permettre l'achat directement depuis le message (ex : Google Pay, opérateurs partenaires).

Le paiement intégré, appelé RCS Pay, est un avantage du protocole RCS qui permet à un client de réaliser un achat ou un paiement sécurisé directement depuis un message RCS, sans quitter l'application de messagerie. et ses clients, personnalisé, le paiement RCS est rapide et parfaitement intégré à l'usage mobile quotidien.

Concrètement, comment ça fonctionne ?

- 1. L'entreprise envoie un message RCS enrichi à un client : promotion, facture, réservation...*
- 2. Le message contient un bouton d'action de paiement immédiat ou de validation de commande.*
- 3. En cliquant, l'utilisateur est redirigé vers une interface de paiement (ex : Google Pay, opérateur mobile, carte bancaire), intégrée nativement à la messagerie.*
- 4. Le paiement est traité immédiatement, de manière sécurisée, sans redirection vers un site web.*



Technologies impliquées

- Google Jibe (plateforme RCS Android) permet l'intégration de Google Pay.
- Des opérateurs mobiles proposent une facturation opérateur directe (paiement ajouté à la facture téléphonique).
- Les API de paiement tiers (Stripe, PayPal, etc.) pourront s'intégrer via des partenaires techniques certifiés choisis.



Avantages pour les entreprises :

- ✓ • Réduction et simplification du parcours d'achat : 1 clic depuis un message génère une conversion immédiate
- ✓ • Moins d'abandons de panier, grâce à une gestion plus fluide et la mise en place d'un parcours direct des décisions.
- ✓ • Plus de conversions et d'échanges directs sur mobile, sans passer par des applications e-commerce
- ✓ • Sécurité renforcée via des partenaires de paiement vérifiés
- ✓ • Suivi en temps réel des paiements, clics et validations



À retenir

Le RCS Pay transforme le message mobile en espace de vente à part entière, combinant engagement conversationnel et transaction fluide.

Il ouvre la voie à des usages incontournables dans **le retail, la billetterie, les services financiers, l'événementiel ou encore au paiement de facture.**



Où en est le déploiement ?

- Le RCS Pay est actuellement en phase pilote dans plusieurs pays (États-Unis, Royaume-Uni, Inde).
- En Europe, l'adoption dépend de la réglementation sur les paiements (DSP2), des opérateurs et des partenaires technologiques.
- iAgility suit en temps réel ces évolutions afin de proposer ce service **dès que le cadre**

L'interaction multi-canal gérée depuis RCS : un point d'entrée stratégique.

Un message RCS pourra ouvrir un canal vidéo, un rappel, ou basculer vers une autre application type WhatsApp / Email en fonction du comportement utilisateur.

Le RCS n'est pas qu'une messagerie enrichie. Grâce à ses **capacités d'intégration** et de pilotage, il devient un **hub conversationnel** essentiel, capable de solliciter d'autres canaux de communication à partir d'un message unique.

On appelle ça l'interaction multi-canal pilotée depuis RCS



Concrètement qu'est-ce que cela signifie ?

Lorsqu'un client reçoit un message RCS, celui-ci intègre éventuellement des actions contextuelles qui déclencheront l'ouverture ou la redirection vers d'autres canaux :

- **Appel vocal** : clic sur un bouton pour émettre un appel vers un conseiller ou une redirection vers un numéro prioritaire
- **Chat en ligne ou WhatsApp** : envoi vers un canal conversationnel externe du type Messenger, WhatsApp Business, Webchat.
- **Email personnalisé** : ouverture d'un brouillon avec une demande client préalablement rempli
- **Session vidéo** : lien direct redirigé vers un canal visio (WebRTC, Zoom, etc.)
- **Portail client ou espace sécurisé** : redirection vers un extranet, proposant d'accéder directement à un espace de paiement ou un formulaire de souscription

L'interaction multi-canal gérée depuis RCS : un point d'entrée stratégique.



Pourquoi est-ce devenu un atout non négligeable ?

Le RCS devient ainsi :

- Une porte d'entrée indispensable vers les autres canaux
- Un gestionnaire intelligent d'interaction, capable de choisir le bon canal selon le contexte ou la préférence client.
- Un canal d'aiguillage, capable de faire le lien entre des démarches selfcare, des actions automatiques et des recours à des contacts humains



Cas d'usage réguliers

- **SAV** : si les réponses automatiques ne suffisent pas, le RCS met à disposition un bouton « Être rappelé » ou « Ouvrir un tchat »
- **Recouvrement intelligent** : « Vous avez une facture impayée » mise en place d'un bouton pour être mis en relation avec un conseiller ou accès à un formulaire de paiement sécurisé
- **Secteur santé** : confirmation de rendez-vous, accès à un bouton pour ajouter le rendez-vous à un calendrier ou démarrer un appel vidéo
- **E-commerce** : poser une question directement en utilisant un bouton pour lancer WhatsApp ou Messenger avec la fiche produit déjà intégrée

L'interaction multi-canal gérée depuis RCS : un point d'entrée stratégique.



Intégration technique

- Elle nécessite **une plateforme professionnelle performante** comme celle proposée par iAgility, capable de centraliser les canaux (voix, chat, email, réseaux sociaux) et d'automatiser les enchaînements selon des règles ou des scénarios (jour/heure, profil, activité client...)
- Elle est totalement **compatible avec une logique de CRM** enrichi ou de marketing automation omnicanal



À retenir

Le RCS est bien plus qu'un simple canal, il est **un connecteur intelligent** qui peut lancer et piloter de nombreuses interactions multicanales, tout en offrant **une expérience client fluide et complète**.

Passer au RCS, c'est anticiper dès maintenant l'avenir de la relation client

Le RCS représente une opportunité stratégique majeure pour les entreprises qui souhaitent innover, se différencier, et améliorer leur performance relationnelle.

Avec iAgility, vous choisissez une solution RCS intégrée, performante et sûre, au service de l'efficacité opérationnelle et de l'expérience client.

Contactez-nous pour une démo personnalisée ou un audit RCS gratuit.

Annexes



- Glossaire : RCS, A2P, CTA, Opt-in, RBM, KPI
- Checklist de déploiement
- Sources & références : GSMA, Twilio, MobileSquared, Google Jibe, iAgility

Ce livre blanc est une publication exclusive iAgility, 2025. Tous droits réservés.