
Le SMS, nouveau commercial de votre entreprise en 2019

Comment commercialiser vos services et communiquer
grâce aux API SMS - USSD - Billing - Orange Money
Afrique francophone

Edito	4
Partie 1 : Le mobile en Afrique	5
500 millions d'utilisateurs en Afrique subsaharienne à l'horizon 2020	5
Présentation des chiffres sur le mobile en Afrique en 2018	7
Usage du smartphone - nombre de souscripteurs uniques	7
Taux de pénétration par zone	8
Le mobile money	8
Focus sur la zone Afrique francophone	9
Les perspectives à l'horizon 2020	10
Partie 2 : Ces challenges marketing auxquels les entreprises sont confrontées	11
Problématiques Marketing et Communication	11
Le manque de ressources (budget / personnes / temps)	11
Augmenter la visibilité / générer des prospects qualifiés	11
Choisir les bonnes plateformes de communication pour mon entreprise (communication en masse et communication ciblée)	11
Distribuer mon service quel que soit la couverture réseau	12
Comment y répondre grâce au mobile	12
Le mobile : centre multicanal	12
Le sms : comment toucher plus de monde en optimisant ses coûts (bulk/push sms)	12
Parti 3 : L'API SMS	13
L'API SMS	13
Caractéristiques et Spécificités par pays	14
Partie 4 : Réussir l'implémentation de l'API sms	17
Comment utiliser l'API sms ?	17
Configuration : un seul point d'entrée, le portail developer.orange.com	17
API référence	19
Comment acheter vos sms?	19
Pricing SMS Mali - Business	20
3. Dispositions légales et juridiques	21
Partie 5 : Les autres API d'Orange	21
Combiner le SMS aux autres API : le cas M-Louma	23
Partie 6 : Innover grâce aux API : Cas pratiques	25
Le cas Giftedmom - Côte d'ivoire - Cameroun	25
Mali (commentaire d'un partenaire à recevoir)	26

Chapitre	Titre du chapitre	Composantes du chapitre	Ressources
Partie 1	Le mobile en Afrique	<ol style="list-style-type: none"> 1. 500 millions d'utilisateurs à l'horizon 2020 <ol style="list-style-type: none"> a. Présentation des chiffres sur le mobile en Afrique en 2018 <ol style="list-style-type: none"> i. Usage du smartphone - nombre de souscripteurs uniques ii. Taux de pénétration par zone iii. Le mobile money b. Focus sur la zone Afrique francophone 2. Les perspectives à l'horizon 2020 	Rapport GSMA
Partie 2	Ces challenges marketing auxquels les entreprises sont confrontées	<ol style="list-style-type: none"> 1. Problématiques Marketing et Communication <ol style="list-style-type: none"> a. Le manque de ressources (budget / personnes / temps) b. Augmenter la visibilité / générer des prospects qualifiés c. Choisir les bonnes plateformes de communication pour mon entreprise (<i>communication en masse et communication ciblée</i>) d. Distribuer mon service quelque soit le device 2. Comment y répondre grâce au mobile <ol style="list-style-type: none"> a. Le mobile : centre multicanal b. Le sms : comment toucher plus de monde en optimisant ses coûts (bulk/push sms) 	Recherches à faire par By Filling
Partie 3	L'API sms	<ol style="list-style-type: none"> 1. L'API sms présentation 2. Caractéristiques et Spécificités 	1. video maitrisez l'API sms Overview : SMS API specific features
Partie 4	Réussir l'implémentation de l'API sms	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comment utiliser l'API sms ? <ol style="list-style-type: none"> a. Configuration (sous forme de schéma) b. API référence 2. Comment acheter un bundle sms (pricing et spécificité Mali) ? 3. Dispositions légales et juridiques (liens vers la documentation) 	1. https://developer.orange.com/APIs/sms-tn/getting-started 2. le pricing mettre en tableau les liens vers les pages pricings par pays 3. page terms

Partie 5	Les autres API d'Orange	<ol style="list-style-type: none"> 1. Combiner le SMS à l'USSD 2. Combiner le SMS au Billing 3. Combiner le SMS à Orange Money 	Présentation de chaque API + exemple fictif (à proposer par By Filling)
Partie 6	Innover grâce aux API : Cas pratiques	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cas pratique fictif avec des mises en situation sur l'utilisation de l'API sms combinés aux autres APIS. 2. Liens vers les cas ci-dessous <ol style="list-style-type: none"> a. Djoliba (Guinée) b. M Louma (Sénégal) c. Giftedmom - Côte d'Ivoire - Cameroun d. Mali 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Use case 2. video maitrisez l'API sms (au niveau des retours d'expérience)

Edito

Depuis plus de 5 ans, Orange s'engage auprès des entrepreneurs/start-up d'Afrique et du Moyen Orient en leur fournissant des ressources techniques pour s'interfacer avec ses plateformes. Aujourd'hui, plus de 300 entreprises utilisent nos offres d'APIs (Application Protocoles Interface) pour facturer leurs clients via leur crédit de téléphone ou leur compte Orange Money, distribuer leurs services sur une boutique USSD quel que soit votre couverture réseau (2G/3G/4G) jusque dans les zones les plus reculées, ou communiquer avec leurs clients par SMS.

La mise à disposition de nos API est une démarche gagnant-gagnant qui permet aux entrepreneurs africains de bénéficier de solutions SMS, USSD, billing et Orange Money utilisées auparavant par l'opérateur pour lui-même et de les intégrer dans leurs propres services pour un effort de développement et des coûts limités.

Pour Orange c'est un moyen de dérouler sa promesse d'accompagner le continent dans sa transformation digitale.

Pour les fournisseurs de services c'est un booster de croissance sans égal ! Alors qu'auparavant, l'intégration d'un service tiers avec une plateforme de l'opérateur était une opération longue et coûteuse réservée à une élite, elle s'est maintenant complètement démocratisée par l'intermédiaire des API. Que vous soyez une start-up ou une grande entreprise, il vous suffit maintenant de vous rendre sur le portail developer.orange.com et d'intégrer la plateforme de votre choix en toute indépendance. C'est rapide, faiblement coûteux, et terriblement efficace !

Dans cet e-book, découvrez comment booster votre croissance en vous associant avec un partenaire stratégique en Afrique et au Moyen-Orient présent dans 15 pays et fort de ses 117 millions de clients.

Au plaisir de vous retrouver parmi nos nouveaux utilisateurs,

[Aliou Komota](#), Directeur de programme API sur la zone Afrique et Moyen Orient

[Thierry Gaillet](#), Directeur Orange Developer Relations

Introduction

L'utilisation des smartphones est plus qu'une tendance en Afrique. La dernière étude [GSMA 2018](#) sur l'économie mobile en Afrique subsaharienne, nous apprend que le taux de pénétration unique des abonnés mobiles en Afrique subsaharienne s'élevait à **44%** à la fin de 2017 soit **444 millions d'abonnés** un chiffre qui devrait évoluer pour atteindre les **469 millions** en 2018. Le nombre d'abonnés régionaux devrait d'ailleurs continuer à croître pour atteindre un taux de croissance de 4,8% pour la période 2017-2022, soit plus du double du taux de croissance mondial pour la même période.

Des données encourageantes qui confirment, si besoin en est, l'importance du mobile. Son adoption forte par les populations n'est plus un scoop. Si cet appareil servait à la base à la communication simple, il devient aujourd'hui un outil de divertissement, d'apprentissage mais aussi de travail. En effet, les smartphones étant devenus des indispensables pour les populations. Une récente étude menée par le cabinet [Deloitte](#), nous apprend que "le nombre total de connexions par smartphone s'élevait à 250 millions fin 2017, soit un tiers du nombre total de connexions").

Cette forte adoption du mobile en Afrique permet le développement de nouveaux services à valeur ajoutée tels que les applications, les services digitaux distribués par USSD ou par sms. Ainsi, les marques ont désormais la possibilité de toucher les utilisateurs quelque soit le type de téléphone dont il disposent (smartphone ou feature phone).

Pour les entreprises grandes comme petites, le mobile devient donc un canal fondamental pour se connecter à la population, faire la promotion de ses services et surtout pour favoriser une expérience plaisante aux différents clients, actuels et potentiels. Dans ce ebook, vous retrouverez tous les conseils pour exploiter le potentiel du mobile grâce aux APIs d'[Orange](#) notamment

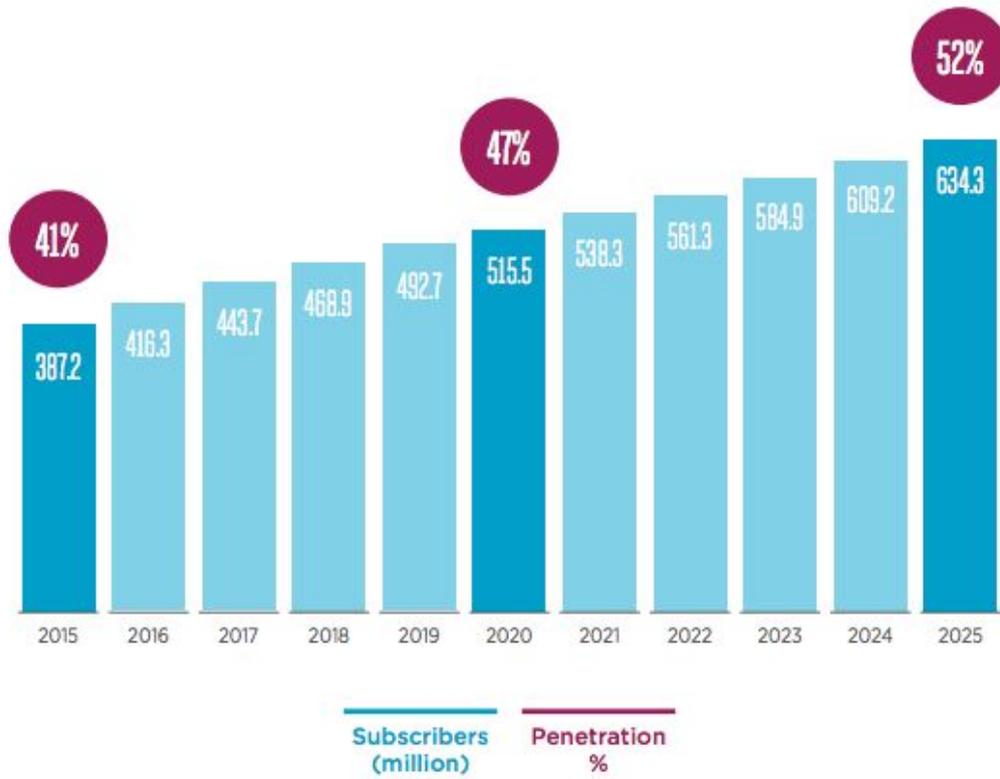
Partie 1 : Le mobile en Afrique

Selon le dernier rapport trimestriel de [Wearesocial](#), **plus de 5,1 milliards de personnes utilisent aujourd'hui un téléphone mobile**, dont la majorité un smartphone. La même étude nous apprend que 20 milliards de dollars ont été dépensés en application, soit l'équivalent de 50 000 dollars par minute entre juillet et septembre 2018.

En Afrique, le rapport nous apprend que nous comptons **1.040 milliards de connexions mobile** (différent du total de connexion par smartphone) pour une population estimée à 1.272 milliards d'habitants. On comprend rapidement que le phénomène de la double sim est très présent sur le continent.

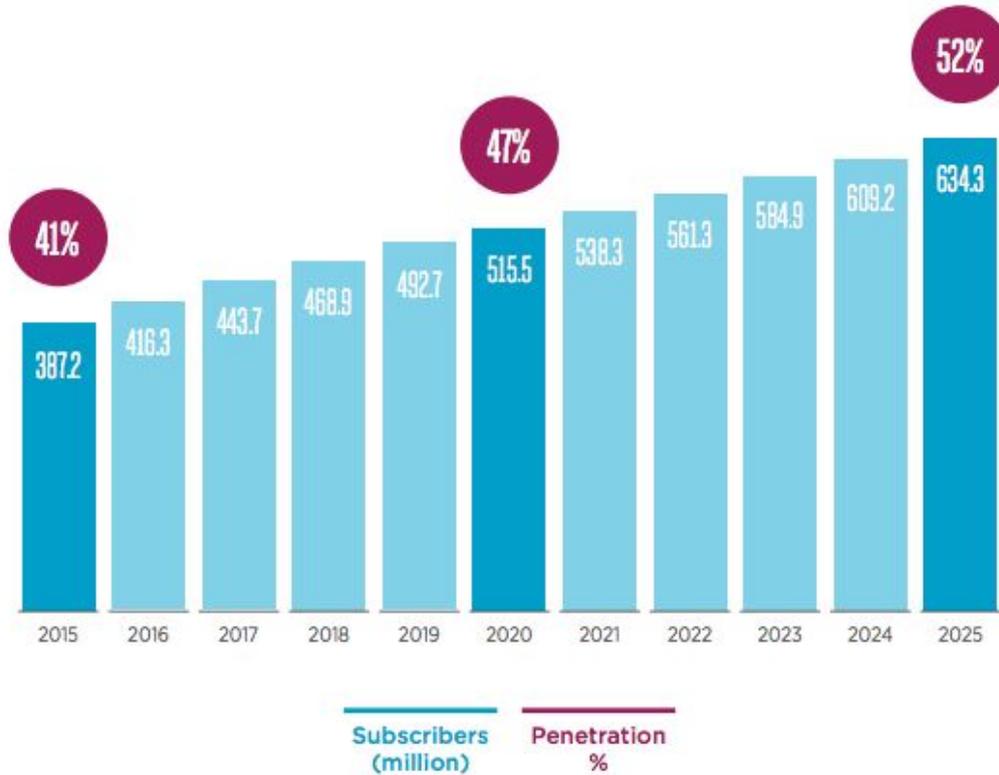
a. 500 millions d'utilisateurs en Afrique subsaharienne à l'horizon 2020

En Afrique subsaharienne, GSMA prévoit un accroissement du nombre d'abonnés mobiles uniques. Ces derniers s'élèveront à 515.5 millions en 2020.



i. Présentation des chiffres sur le mobile en Afrique en 2018

1. USAGE DU SMARTPHONE - NOMBRE DE SOUSCRIPTEURS UNIQUES¹



¹ Source : GSMA intelligence - The mobile economy subsaharian Africa 2018

2. TAUX DE PÉNÉTRATION PAR ZONE²

Pays	Population (en millions)	Nombre de connexion mobile (en millions)	Taux de pénétration (mobile connexion vs population)	Taux de croissance utilisateurs mobile (depuis jan 2017)
Burkina Faso	19.47	16.61	85%	9%
Cameroun	24.37	21.98	90%	13%
Côte d'Ivoire	24.60	31.10	126%	8%
Guinée Conakry	12.88	11.46	89%	2%
Mali	18.82	20.78	110%	18%
Niger	21.89	9.47	43%	21%
R.D. Congo	82.67	36.55	44%	5%
Sénégal	16.07	15.68	98%	-3%
Tunisie	11.60	17.26	149%	1%
Taux de pénétration smartphone en Afrique en 2018 ³			40%	

3. LE MOBILE MONEY

Le mobile money continue sur sa lancée en Afrique. Le taux d'adoption par les populations continue de croître et les acteurs rivalisent d'ingéniosité pour gagner en nouveaux clients mais aussi faire face aux nouveaux players qui s'incrument de plus en plus dans ce business. Le rapport GSMA nous confirme cette adoption dans les pays d'Afrique de l'Ouest et d'Afrique Centrale avec des parts de marché qui ont considérablement atteint **30,9%** et **9,7%**. L'Afrique de l'Est reste néanmoins le grand champion dans ce domaine avec **56,4%** du nombre total d'utilisateurs en Afrique subsaharienne.

En 2017, le nombre de transactions mobile money a augmenté **17,9%** pour atteindre 1,2 milliard. Un service qui permet aujourd'hui à de nombreux africains, qui auparavant étaient exclus du système bancaire de bénéficier de services financiers de qualité dans un continent où le taux de bancarisation est des plus faibles. Le dernier rapport de l'IFC⁴ et de la banque Mondiale, nous rapporte d'ailleurs que "grâce à la téléphonie mobile, 300 millions de dollars de transactions mensuelles ont été signés en Afrique, avec 7,2 millions de nouvelles personnes

² Source : Wearesocial - Digital in 2018 in Western Africa

³ Source : Ericsson Mobility Report November 2018

⁴ Source : DIGITAL ACCESS: The Future of Financial Inclusion in Africa - IFC

utilisant des services financiers numériques et 45 000 nouveaux agents bancaires grâce à un projet d'inclusion financière”.

Dans les zones reculés, le mobile money est une alternative non négligeable aux services bancaires qui peuvent effectuer des opérations financières (du paiement des factures au transfert d'argent) depuis de simples téléphones. L'accès au paiement digital à toute une partie de la population qui en était privée jusqu'à présent devient donc une réalité sur le continent. D'ailleurs, le volume de ce genre de transactions a augmenté de 13% par an sur le continent, entre 2014 et 2016, grâce à l'amélioration de la disponibilité, de la fiabilité et de la sécurité des canaux électroniques.

Taux d'utilisation du mobile money en 2017 ⁵			
	Afrique Centrale	Afrique de l'Est	Afrique de l'Ouest
Comptes actifs de 90 jours	9.8 millions	73.2 millions	36.2 millions
Valeur des transactions	1.3 milliards \$	13.2 milliards \$	5.3 milliards \$
Volume des transactions	63.2 millions	870.8 millions	211.9 millions

ii. Focus sur la zone Afrique francophone

L'Afrique de l'Ouest reste sur une bonne dynamique comme nous le confirme [Jeune Afrique](#) dans un billet consacré au mobile money en Afrique. Ainsi, on y apprend qu'on dénombreait **104,5 millions de comptes de mobile money en 2017** soit + 20,9 % par rapport à 2016. Évolution intéressante, on compte désormais **13 fois plus d'agents de services financiers mobiles actifs que de succursales bancaires** et de distributeurs automatiques. Parmi les acteurs les plus engagés nous retrouvons M-Pesa, Airtel et bien entendu Orange

Quelques acteurs du mobile money en Afrique ⁶			
	Airtel Money	MTN Mobile Money	Orange Money
Nombre de Clients	11.5 millions	21.8 millions	38.7 millions
Transactions en 2017	4.8 milliards €	4.5 milliards €	26 milliards €

⁵ Source : <https://www.gsma.com/mobileeconomy/>

⁶ Source : <https://www.jeuneafrique.com/mag/589451/economie/le-mobile-money-en-chiffres/>

b. Les perspectives à l'horizon 2020

Partie 2 : Ces challenges marketing auxquels les entreprises sont confrontées

a. Problématiques Marketing et Communication

i. Le manque de ressources (budget / personnes / temps)

Parmi les challenges les plus récurrents pour les PME, on retrouve la question relative au budget. Un bon marketing permet de cibler les bonnes personnes avec une bonne offre. Si personne ne sait quel est votre produit, vous ne le vendrez pas. Pourtant, il se pose souvent la question à savoir combien investir dans les actions marketing et surtout quel retour sur investissement pouvons escompter?

Des interrogations fréquentes auxquelles nous pouvons ajouter celles liées aux ressources humaines. En effet, si vous ne pouvez embaucher une personne qualifiée, vous vous retrouvez avec une personne moins qualifiée. Une situation qui vous force à faire preuve de patience pour permettre à cette personne de se former à votre métier, rendant le processus d'intégration et de délivrance du résultat escompté plus long.

Le temps est justement le troisième point relatif au manque de ressource auxquels font face les entreprises.

ii. Augmenter la visibilité / générer des prospects qualifiés

L'acquisition est une problématique fréquente dans les entreprises surtout celles qui viennent de démarrer. À son niveau le plus simple, l'acquisition de clients est le processus d'acquisition de nouveaux clients ou de conversion plus efficace des prospects en nouveaux clients. Naturellement, le niveau de difficulté associé à l'acquisition de nouveaux clients varie considérablement en fonction du secteur et de la situation commerciale spécifique d'une organisation.

Pour les startups et PME, la capacité de le faire rapidement est vitale à son développement. L'acquisition passe par une bonne visibilité de son entreprise et de ses produits ou services. Ainsi, les entreprises sont également confrontées au défi de se faire connaître rapidement et d'acquies la confiance des potentiels clients et partenaires.

iii. Choisir les bonnes plateformes de communication pour mon entreprise (*communication en masse et communication ciblée*)

Pour bien communiquer, les entreprises doivent s'assurer de bien toucher leur public. Cela passe par une bonne connaissance des canaux que ces derniers utilisent mais aussi des espaces où ils sont présents.

Cependant, trouver les bonnes plateformes de communication est un challenge majeur pour les marketeurs. Il faut trouver les bons canaux pour avoir une bonne communication de masse mais aussi pour faire une communication plus ciblée quand le besoin s'en fait sentir. Cette tâche, qui devrait se baser sur des informations fiables et accumulées dans le temps à l'aide d'outils technologiques tels que les CRM (Customer Relationship Management), peut s'avérer être difficile car l'information est souvent dispersée. Les spécialistes du marketing peuvent se

tourner vers leurs collègues, leurs amis de l'industrie, les rapports d'analystes pour déterminer les actions de communication qui répondent le mieux à leurs besoins.

iv. Distribuer mon service quel que soit la couverture réseau

Dans la même dynamique que le point précédent, il faut prendre en considération les téléphones sur lesquels il est possible d'utiliser mon service. Prenons l'exemple des services qui passent par des applications. Ces dernières se doivent par exemple de prendre en considération les utilisateurs loS comme Android.

Les utilisateurs s'attendent à une expérience riche, transparente et sans faille, quel que soit le périphérique utilisé. Les utilisateurs ont tendance à avoir une patience limitée avec une application si elle ne correspond pas à leurs attentes. Des facteurs de forme variables (tailles et résolutions d'écran, par exemple) doivent être optimisés pour une expérience utilisateur haut de gamme.

Mais le gros avantages des nouveaux services intégrables au mobile c'est, que ceux ci ne sont pas dépendant du type de téléphone utilisé : smartphones ou non. En effet, ceux qui ne disposent pas de smartphones peuvent tout aussi bien profiter des services à valeurs ajoutée comme l'USSD.

Par conséquent on comprends très bien qu'il n'est pas besoin d'avoir obligatoirement un accès à internet pour profiter des services liés au mobile.

Dans le contexte africain, il est donc impératif que le support mobile soit pris en considération par les différents acteurs.

b. Comment y répondre grâce au mobile

i. Le mobile : centre multicanal

Nous sommes à l'ère de la mobilité et les entreprises doivent pouvoir s'adapter au comportement d'un consommateur de plus en plus exigeant. Elles se doivent ainsi de développer une expérience utilisateur de haute qualité sur tous les appareils. Une approche multicanale permet au développement de répondre aux attentes de haut niveau de l'utilisateur.

Le marketing mobile met l'accent sur le marketing multicanal via des moyens tels que la messagerie SMS, la messagerie MMS, les menus USSD, les notifications push pouvant être basées sur les paramètres de localisation et les notifications basées sur les applications dans les jeux mobiles et autres applications.

ii. Le sms : comment toucher plus de monde en optimisant ses coûts (bulk/push sms)

Le mobile offre de nombreux avantages aux marques. Au-delà de l'appareil en lui-même les services que les entreprises peuvent y développer sont nombreux. En matière de communication par exemple, une des tactiques qui donne toujours satisfaction, c'est le **push sms**. Il confère de nombreux bénéfices aux marques parmi lesquels :

1. **Feedback instantané** : le sms est plus instantané qu'un mail et moins intrusif qu'un appel téléphonique. Les marques peuvent les utiliser pour diverses raisons. Par

exemple, on peut utiliser les bulks sms pour demander à un client d'évaluer un service ou de faire part de ses commentaires immédiatement après une interaction ;

2. **Atteindre chaque client grâce au bulk sms** : identifiez vos meilleurs clients et intégrez le sms marketing à votre campagne. Il suffit qu'un client choisisse le marketing mobile pour pouvoir adapter ses communications à son comportement d'achat. À l'aide du marketing géolocalisé, vous pouvez envoyer un message au client lorsqu'il se trouve près de votre magasin pour l'inviter à participer à une offre spécifique;
3. **Améliorer le service client** : le SMS est un excellent outil de service à la clientèle. Cela évite aux clients d'appeler et de tomber sur un menu vocal sans fin;
4. **Réactivité et confort** : les clients sont attirés par les marques qui respectent leur époque. Par exemple, les entreprises ont la possibilité d'utiliser les alertes SMS au bon moment afin de tenir les clients informés des promotions, de l'état de leur commande et de leur livraison.
5. **Sécuriser sa relation client à travers l'envoi d'un code secret** : un des usages de l'API ce sont les notifications d'envoi de code. Il est possible de souscrire à certaines API, et que ces dernières envoient un code de sécurité. C'est le cas par exemple des sites e-commerce, qui peuvent envoyer des codes de validation, code de tracking de colis ou code de validation d'achat à leurs clients.

Parti 3 : L'API SMS

RAPIDE et efficace, le sms est aujourd'hui un canal de communication clé pour de nombreuses entreprises. Ayant l'avantage d'être peu coûteux, il donne la possibilité de partager des messages à un grand nombre de destinataires et peut concourir à l'atteinte de plusieurs objectifs business.

a. L'API SMS

L'API⁷ SMS d'Orange permet aux entreprises de communiquer directement avec leurs utilisateurs sur n'importe quel téléphone portable. Ainsi, que votre cible soit équipée d'un feature phone (téléphone basique) ou d'un smartphone, vous êtes en mesure de la toucher. Ainsi, vous avez la possibilité de contacter n'importe quel utilisateur mobile dans la zone de présence d'Orange en Afrique et au Moyen-Orient.

Grâce à quelques lignes de code, il devient possible de mettre en place un service réactif que ce soit pour l'assistance à la clientèle, les promotions ou autres actions marketing.

⁷ API (Application Programming Interface), est une interface de programmation applicative par laquelle un logiciel offre des services à d'autres logiciels.

b. Caractéristiques et Spécificités par pays

Pays	Caractéristiques de l'API	Lien vers page API
Burkina Faso	<p>1. Inclus par défaut</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMS MT : permet aux utilisateurs de recevoir vos messages ; - SMS Admin : fournit des rapports SMS (crédit restant, nombre de SMS, etc.) ; - Alertes : permet de recevoir par mail ou SMS le niveau d'utilisation des forfaits de SMS achetés pour votre application ; - SMS DR en temps réel: pour recevoir l'accusé de livraison du SMS dans votre application ; - Forfaits de 100 à 10 000 SMS : à partir de 6 FCFA / message ; - SMS long : permet d'envoyer des messages de plus de 160 caractères en un seul message long. <p>2. À la demande</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMS MO : permet à l'utilisateur de répondre à vos messages ; - Grands volumes : des forfaits de plus de 10.000 SMS avec des prix plus avantageux ; - Personnalisation gratuite du nom de l'expéditeur. 	https://developer.orange.com/APIs/sms-bf/
Cameroun	<p>Choisissez selon vos besoins:</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMS Cameroun tous les opérateurs : achetez des forfaits SMS et commencez à envoyer des SMS à tout abonné mobile camerounais ; - SMS Cameroun Orange uniquement : achetez des SMS à un prix très intéressant et commencez à envoyer des SMS aux abonnés Cameroun Orange. 	https://developer.orange.com/APIs/sms-cm-promoted
Côte d'Ivoire	<p>1. Inclus par défaut</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMS MT : permet aux utilisateurs de recevoir vos messages ; - SMS Admin : fournit des rapports SMS (crédit restant, nombre de SMS, etc.) ; - SMS DR en temps réel : pour recevoir le reçu de livraison dans votre propre back-end ; - Forfaits de 100 à 5 000 SMS : à partir de 16 F CFA / message. <p>2. À la demande</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMS MO : permet à l'utilisateur de répondre à vos messages ; - Grands volumes: des forfaits de plus de 10.000 SMS avec des prix plus avantageux ; 	https://developer.orange.com/APIs/sms-ci

	<ul style="list-style-type: none"> - Personnalisation gratuite du nom de l'expéditeur. 	
R D Congo	<p>1. Inclus par défaut</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMS MT : permet aux utilisateurs de recevoir vos messages ; - SMS Admin : fournit des rapports SMS (crédit restant, nombre de SMS, etc.) ; - SMS DR en temps réel : pour recevoir le reçu de livraison dans votre propre back-end ; - Forfaits de 50 à 5 000 SMS: à partir de 2U / message ; - SMS long : permet d'envoyer des messages de plus de 160 caractères en un seul message long. <p>2. À la demande</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMS MO : permet à l'utilisateur de répondre à vos messages ; - Grands volumes : des forfaits de plus de 10.000 SMS avec des prix plus avantageux ; - Personnalisation gratuite du nom de l'expéditeur 	https://developer.orangetelecom.com/APIs/sms-cd/
Guinée Conakry	<p>1. Inclus par défaut</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMS MT : permet aux utilisateurs de recevoir vos messages ; - SMS Admin: fournit des rapports SMS (crédit restant, nombre de SMS, etc.) ; - SMS DR en temps réel : pour recevoir le reçu de livraison dans votre propre back-end ; - Offres groupées de 100 à 10 000 SMS: à partir de 150 GNF / message. <p>2. À la demande</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMS MO : permet à l'utilisateur de répondre à vos messages ; - Grands volumes : des forfaits de plus de 10.000 SMS avec des prix plus avantageux ; - Personnalisation gratuite du nom de l'expéditeur. 	https://developer.orangetelecom.com/APIs/sms-gn/
Mali	<p>1. Inclus par défaut</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMS MT : permet aux utilisateurs de recevoir vos messages ; - SMS Admin : fournit des rapports SMS (crédit restant, nombre de SMS, etc.) ; - SMS DR en temps réel: pour recevoir le reçu de livraison dans votre propre back-end ; - Forfaits de 100 à 50 000 SMS : à partir de 16 FCFA / message - Paiement des forfaits de SMS via Orange Money <p>2. À la demande</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMS MO : permet à l'utilisateur de répondre à vos messages ; - Grands volumes : plus de 50 000 messages ; - Personnalisation gratuite du nom de l'expéditeur 	https://developer.orangetelecom.com/APIs/sms-mali/

<p>Niger</p>	<p>1. Inclus par défaut</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMS MT : permet aux utilisateurs de recevoir vos messages ; - SMS Admin : fournit des rapports SMS (crédit restant, nombre de SMS, etc.) ; - SMS DR en temps réel : pour recevoir le reçu de livraison dans votre propre back-end ; - Forfaits de 100 à 5 000 SMS : à partir de 20 FCFA / message. <p>2. À la demande</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMS MO : permet à l'utilisateur de répondre à vos messages ; - Grands volumes : des forfaits de plus de 10.000 SMS avec des prix plus avantageux ; - Personnalisation gratuite du nom de l'expéditeur. 	<p>https://developer.orange.com/APIs/sms-n</p>
<p>Sénégal</p>	<p>1. Inclus par défaut</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMS MT : permet aux utilisateurs de recevoir vos messages ; - SMS Admin : fournit des rapports SMS (crédit restant, nombre de SMS, etc.) ; - SMS DR en temps réel : pour recevoir le reçu de livraison dans votre propre back-end ; - Forfaits de 100 à 5 000 SMS : à partir de 20 FCFA / message. <p>2. À la demande</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMS MO : permet à l'utilisateur de répondre à vos messages ; - Grands volumes : des forfaits de plus de 10.000 SMS avec des prix plus avantageux ; - Personnalisation gratuite du nom de l'expéditeur. 	<p>https://developer.orange.com/APIs/sms-s</p>
<p>Tunisie</p>	<p>1. Inclus par défaut</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMS MT : permet aux utilisateurs de recevoir vos messages ; - SMS Admin : fournit des rapports SMS (crédit restant, nombre de SMS, etc.) ; - SMS DR en temps réel : pour recevoir le reçu de livraison dans votre propre back-end ; - Forfaits de 100 à 5 000 SMS: à partir de 0,045 TND / message. <p>2. À la demande</p> <ul style="list-style-type: none"> - SMS MO : permet à l'utilisateur de répondre à vos messages ; - Grands volumes : des forfaits de plus de 10.000 SMS avec des prix plus avantageux; - Personnalisation gratuite du nom de l'expéditeur. 	<p>https://developer.orange.com/APIs/sms-t</p>

Partie 4 : Réussir l'implémentation de l'API sms

1. Comment utiliser l'API sms ?

- i. Configuration : un seul point d'entrée, le portail developer.orange.com

Pour utiliser l'API sms d'Orange, vous devez passer par différentes étapes afin d'accéder à votre compte commencer l'envoi de sms.

Dans un premier temps, vous devez identifier votre application auprès de la plateforme technique d'Orange afin de pouvoir envoyer des requêtes sur les API d'Orange, vous avez besoin d'identifier. Cette démarche vous autorisera alors à accéder aux API SMS et vous obtiendrez vos identifiants quand vous vous enregistrerez sur le portail Orange Developer: [https://developer.orange.com/.](https://developer.orange.com/) Une fois votre enregistrement effectué et votre application créée, vous obtenez :

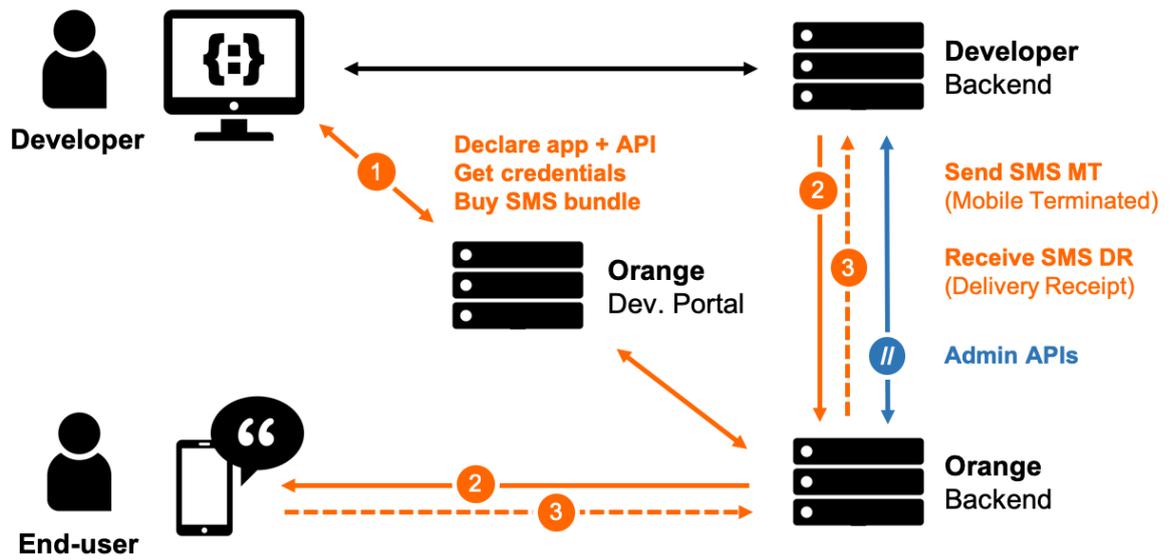
- Un "**Client Id**" qui est votre identifiant unique fournit par la plateforme Orange
- Un "**Client Secret**" : utilisé pour signer/crypter la requête et qui doit être partagé par le client et le serveur.

La documentation technique complète des API est disponible en 2 parties :

- Envoi de SMS : permet d'envoyer 1 SMS à 1 destinataire
- Admin SMS : permet d'accéder aux informations de son compte

Cliquez ici pour plus de
documentation sur l'utilisation de l'api
sms

exemple du Sénégal valable également sur les autres pays



ii. API référence

tableau avec le lien vers chaque API reference de chaque pays

2. Comment acheter vos sms?

Pour acheter vos sms, deux (2) options s'offrent à vous. Vous pouvez soit passer par l'achat via le crédit de consommation ou l'achat via la plateforme Orange Money. Avant de pouvoir effectuer votre achat, quel que soit le canal utilisé, vous devez passer par le process suivant :

1. Obtenez votre identifiant client

Cliquez sur le bouton «**utiliser cette API**», [accessible ici](#), pour enregistrer votre service et collecter votre identifiant client et votre secret client.

2. Achetez votre forfait SMS

Achetez le kit de test SMS pour commencer à utiliser votre service.

3. Commencez à utiliser l'API

Intégrez l'API dans votre service et communiquez avec vos utilisateurs finaux.

i. Acheter via le crédit de communication

Vous avez la possibilité de payer votre bundle SMS avec votre crédit de communication. Tout ce dont vous avez besoin pour acheter des forfaits SMS est votre carte SIM Orange locale: leur coût est déduit de votre compte prépayé. Par conséquent, pas besoin de compte bancaire, ni de carte de crédit. Il vous suffit :

1. d'aller sur developper.orange.com,
2. d'entrer votre numéro de téléphone Orange,
3. de choisir le type de bundle que vous souhaitez acquérir
4. et vous recevrez votre chargement directement sur votre carte SIM.

Dès lors que vous êtes passé par ces différentes étapes, vous pouvez commencer à utiliser l'API en l'intégrant dans votre service et communiquer avec vos utilisateurs finaux.

ii. Acheter via Orange Money : le cas du Mali

La seconde option qui s'offre à vous pour l'achat de bundle SMS est l'achat via Orange Money. Cette solution fut d'abord déployée au Mali. L'achat via Orange Money est possible à partir de 100 SMS. Cette option est d'ailleurs obligatoire pour l'achat de bundle **à partir de 10000 SMS**, où le paiement ne peut s'effectuer que par le système Orange Money, comme on peut le voir dans le tableau ci-dessous.

Le déploiement de cette solution de paiement devrait suivre son cours dans les autres pays qui, devraient bientôt disposer de cette fonctionnalité.

Pricing SMS Mali - Business⁸

Nombre de SMS	Prix	Validité	Méthode de paiement
100	3 500 FCFA	30 jours	Airtime & Orange Money
500	15 000 FCFA	30 jours	Airtime & Orange Money
1000	35 000 FCFA	30 jours	Airtime & Orange Money
2000	70 000 FCFA	30 jours	Airtime & Orange Money
5000	147 500 FCFA	45 jours	Airtime & Orange Money
10000	200 000 FCFA	45 jours	Orange Money
50000	800 000 FCFA	45 jours	Orange Money

⁸ Le pricing est mis à titre indicatif et sous réserve de modifications du pays. Chaque pays a sa grille tarifaire disponible sur developer.orange.com

3. Dispositions légales et juridiques

Pays	Lien vers les termes légaux & juridiques
Burkina Faso	https://developer.orange.com/APIs/sms-bf/terms-and-conditions
Cameroun	SMS Cameroun vers Orange SMS Cameroun tout opérateur
Côte d'Ivoire	https://developer.orange.com/APIs/sms-ci/terms-and-conditions
Guinée Conakry	https://developer.orange.com/APIs/sms-gn/terms-and-conditions
Mali	https://developer.orange.com/APIs/sms-ml/terms-and-conditions
Niger	https://developer.orange.com/APIs/sms-ne/terms-and-conditions
R.D. Congo	https://developer.orange.com/APIs/sms-cd/terms-and-conditions
Sénégal	https://developer.orange.com/APIs/sms-sn/terms-and-conditions
Tunisie	https://developer.orange.com/APIs/sms-tn/terms-and-conditions

Partie 5 : Les autres API d'Orange

En plus de l'API sms, Orange Developer propose d'autres API. Il s'agit des API USSD, l'API Pay with Orange Bill ou encore l'API Orange money. Pour les entreprises, ces API peuvent s'inscrire dans la facilitation de l'accès à leurs différents services rendant l'expérience des utilisateurs plus intéressante. Une combinaison entre les différents API permet de vos différents services en USSD et les distribuer via l'API #303.

Une fois cette étape validée, vous avez la possibilité de communiquer sur ces services en utilisant l'API SMS pour notifier vos clients et prospects de leur disponibilité.

Enfin, vous pouvez utiliser l'API Pay with Orange Bill pour la facturation.

Essayons d'en savoir plus sur ces différentes API :

1. [API #303#](#): L'intégration de l'API #303# My Store vous permet de développer des services USSD de manière autonome, avec le soutien des équipes Orange en fonction des besoins.
#303 # My Store étend la portée de votre service de deux manières principales:

- cela supprime le besoin d'accès Internet mobile, vous permettant de cibler les nombreux utilisateurs



de téléphones polyvalents de la région. Cela permet aux utilisateurs de téléphones basiques d'avoir accès à des services digitaux à valeur ajoutée et aux utilisateurs de smartphones d'avoir accès au même service quand bien même il serait dans des zones où la couverture n'est pas optimale.

Au final, cela permet également au fournisseur de service d'accéder à l'intégralité de la base des utilisateurs de téléphones mobiles Orange du pays ;

- les utilisateurs de tous les pays de l'empreinte Orange pourront accéder à votre service avec un seul code abrégé: # 303 # (à l'exception du Cameroun, où My Store est accessible via le code abrégé # 203 #) ce qui facilitera votre communication et vous permettra d'adosser votre service à la marque Orange.

De nombreux services peuvent bénéficier de ce canal. On retrouve d'ailleurs plusieurs catégories dans la configuration visible sur le Store tels que : le business, l'éducation, l'entertainment, la santé & le fitness, les voyages, les actualités, ou encore les outils et autres services.

A noter que le store #303# est disponible uniquement que pour les clients Orange.

2. [API Pay with Orange Bill](#) : Le service Pay with Orange Bill vous permet de facturer les clients Orange directement via leur solde prépayé mobile. La facturation de l'opérateur est réservée aux petites sommes destinées à payer des services numériques, tels que des jeux, de la musique, etc. Cette solution est idéale, par exemple, pour facturer les utilisateurs qui consultent ou s'abonnent à votre service via USSD sur # 303 # My Store.



3. [API Orange Money](#) : Orange Money Web Payment est actuellement disponible pour les marchands Orange Money, qui peuvent intégrer l'API à leur site Web avec seulement quelques lignes de code. Cet API permet à vos utilisateurs d'acheter vos biens et services en ligne en payant en toute sécurité via Orange Money, un des moyens de paiement préférés des africains..



Dans le cadre de leurs activités, les entreprises ont la possibilité d'utiliser une de ces APIs ou de les combiner. C'est cette dernière option qu'a choisi la société [MLouma](#) basée au Sénégal.

Combiner le SMS aux autres API : le cas M-Louma

MLouma est une plateforme web et mobile qui permet aux agriculteurs et aux industries agro-alimentaires de prendre la meilleure décision de vente ou d'achat de produits agricoles. Sa solution est ainsi un centre agricole virtuel qui publie des informations en temps réel sur le prix, l'emplacement et la disponibilité des produits agricoles. Les agriculteurs et les acheteurs peuvent recevoir des mises à jour via Internet, par SMS ou via un centre d'appels.



Le challenge

“Nous essayions d'atteindre notre premier public cible, les agriculteurs ruraux, mais ils vivent généralement dans des zones avec un accès Internet très limité et utilisent peu les smartphones. Ainsi, alors que la plateforme était en ligne en 2013, nous ne pouvions pas, à ce moment-là, leur offrir un système permettant de trouver rapidement et facilement des acheteurs. Nous devons le rendre accessible sur les téléphones basiques.”

La solution

L'intégration des API #303# My Store, SMS et Pay with Orange Bill a renforcé la portée de la plateforme MLouma.

Cela a permis aux personnes ne disposant pas d'accès à internet de pouvoir se renseigner sur les produits et le prix, mais également d'envoyer les produits à vendre sur la plateforme.

Le résultat

Après un an, MLouma est passée de moins de **1 000 utilisateurs** à environ **75 000 utilisateurs**.

Partie 6 : Innover grâce aux API : Cas pratiques

Maitrisez l'API SMS d'Orange en 1h !

Webinaire API SMS

À regarder plus tard

Partager orange

- Envoyez des SMS directement depuis votre application en Afrique et au Moyen-Orient
- Payez les bundles depuis votre carte SIM

developer.orange.com/apis

1. Le cas Giftedmom - Côte d'ivoire - Cameroun

Cofondé par Alain Nteff, [GiftedMom](#) fournit des services de surveillance et des informations de santé pour les femmes enceintes, des soins prénataux, des programmes de vaccination et plus encore via Internet, USSD et SMS. Une solution qui vient en réponse aux taux élevés de mortalité maternelle et infantile régulièrement observés dans son pays, le Cameroun.

Pour faire face à son challenge, GiftedMom a intégré les API **"SMS"** , **"#303# My Store"** et **"Pay with Orange Bill"** dans sa plateforme. Une intégration qui a eu comme effet de permettre à la structure d'atteindre les utilisateurs au Cameroun et dans d'autres pays africains et d'étendre ses services de manière exponentielle.

Doctor on Call
Talk to a doctor, Anywhere, Anytime

FREE
Send Questions by sms to
8566 
30812 

Découvrez l'étude de cas
complète sur Giftedmom ici

2. Mali (commentaire d'un partenaire à recevoir)

Présentation

Challenge

Résultat

Découvrez l'étude de cas
complète ici