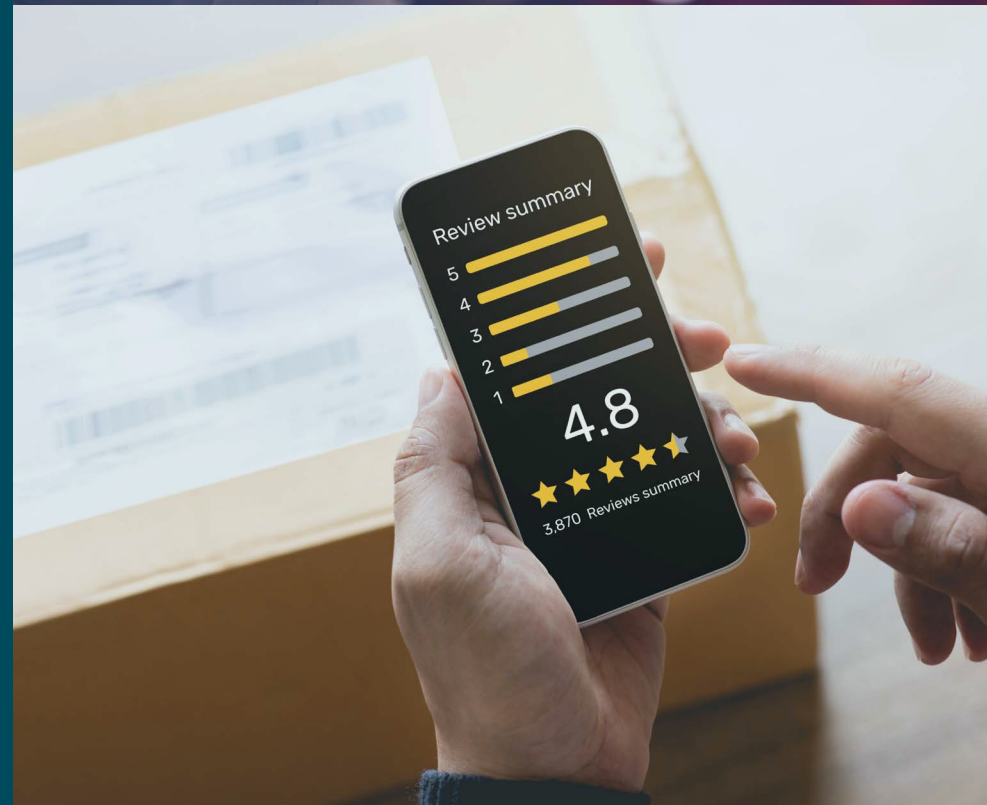




GUIDE POUR LA PEAK SEASON

Offrir une expérience de livraison digne de celle d'Amazon



Les consommateurs en ligne sont plus que jamais sensibles à l'expérience de livraison



En tant que leader dans la gestion des commandes en ligne, Amazon a placé la barre très haut en matière de fiabilité de l'expédition, faisant de la livraison rapide, gratuite et à options multiples une attente légitime et donc un objectif à atteindre. La livraison est un facteur clé de l'expérience client d'Amazon, et elle peut également constituer un atout pour votre entreprise.

Toutefois, pour assurer le succès de vos livraisons transfrontalières de colis, vous devez adopter une stratégie qui répond aux attentes spécifiques de chaque marché. Les clients réclament des options de livraison qui couvrent un éventail de préférences dont le spectre est amplifié par les disparités culturelles et logistiques sur le marché européen. Connaître les préférences de vos clients et les mettre à leur disposition vous permet de leur offrir une expérience d'achat satisfaisante et de leur donner le sentiment de contrôler leur livraison. Proposer des options de livraison qui tiennent compte des préférences culturelles et individuelles montre aux clients que vous comprenez leurs besoins et y attachez de l'importance. Afin de répondre aux préférences locales en matière de livraison, les boutiques en ligne doivent avoir une bonne connaissance de l'infrastructure de chaque pays et disposer d'un réseau de partenaires de livraison locaux fiables pour acheminer leurs produits jusqu'aux clients.



40% des clients européens achèteraient sur une autre boutique la prochaine fois en cas de problèmes de livraison.

*Enquête YouGov pour le compte de Seven Senders, 2021



Une enquête réalisée en janvier 2020 a révélé que la livraison rapide et gratuite constituait la principale raison invoquée par les internautes américains pour justifier leur choix d'acheter sur Amazon (**79.8%**). Seuls **42%** ont répondu qu'ils le faisaient parce qu'Amazon leur offrait la meilleure expérience d'achat numérique.

Enquête: [statista](#)



Dans une récente enquête internationale réalisée par [Accenture](#), **57%** des personnes interrogées ont déclaré qu'elles changeraient de commerçant si celui-ci ne leur proposait pas de nouvelles options de livraison rapides et flexibles.

Des options de livraison flexibles au service d'une approche orientée client



Les clients ont dans chaque pays des préférences locales spécifiques en ce qui concerne le moment, le lieu et le mode de livraison de leurs colis. Ainsi préfèrent-ils dans certains pays retirer leurs commandes auprès d'un point relais, alors qu'ils demandent dans d'autres pays des options de livraison flexibles, comme la possibilité de se faire livrer après 18 h. Offrir la possibilité de personnaliser les livraisons en fonction des préférences et besoins individuels est une nécessité absolue, car elle a pour effet d'accroître la satisfaction des clients et, in fine, la probabilité qu'ils renouvellent leurs achats.

Les acheteurs en ligne veulent également avoir le choix parmi plusieurs options en ce qui concerne la rapidité et le mode de livraison. Les grandes places de marché ayant établi des normes, les habitudes des consommateurs ont changé et leurs attentes en matière de livraisons toujours plus rapides, autrement dit de se faire livrer le jour même, le lendemain ou le surlendemain, n'ont cessé de croître. Dans le même temps, les consommateurs attachent également une importance croissante à la durabilité, par exemple à des matériaux de conditionnement plus écologiques et à des options de livraison au bilan carbone neutre.

La clé d'une expérience de livraison réussie réside dans le choix du bon transporteur et des bons services. Les différents transporteurs locaux qui opèrent sur le dernier kilomètre présentent chacun différents atouts, ce qui peut s'avérer bénéfique pour les commerçants en ligne. Afin d'offrir la rapidité et la flexibilité souhaitées par les consommateurs, il est nécessaire de collaborer avec plusieurs partenaires de livraison pour garantir la satisfaction client.

Les résultats d'une enquête menée par YouGov pour le compte de Seven Senders auprès de 8602 acheteurs en ligne dans neuf pays européens ont recensé plusieurs différences au niveau des préférences de livraison qui permettent aux commerçants en ligne desservant des marchés transfrontaliers de déterminer les options de livraison à proposer sur chaque marché. Par exemple :

88% des acheteurs en ligne suisses préfèrent la livraison à domicile

22% des Français veulent pouvoir récupérer leurs colis dans une agence postale ou un point relais

58% des acheteurs en ligne italiens souhaiteraient avoir la possibilité de choisir le transporteur chargé de leur livraison

49% des consommateurs néerlandais ont utilisé une option de date/heure de livraison préférée au moins une fois lors de leurs cinq dernières commandes

*Enquête YouGov pour le compte de Seven Senders, 2021

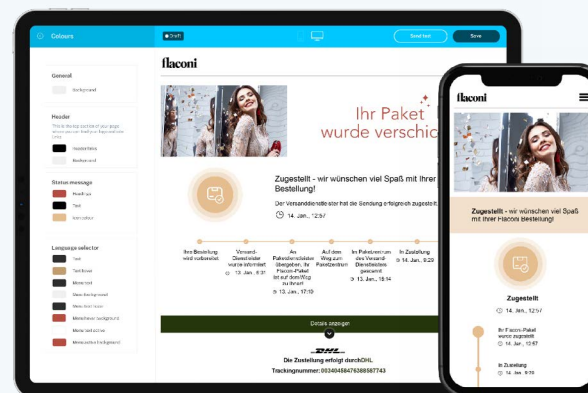
Les acheteurs en ligne attendent des marques qu'elles utilisent la technologie pour bénéficier de plus de commodité



L'une des raisons pour lesquelles les grandes places de marché comme Amazon dominent en matière d'expérience client est qu'elles s'adaptent rapidement aux nouvelles technologies, en particulier celles qui offrent une plus grande commodité aux consommateurs. En utilisant la technologie pour tenir les acheteurs informés et les impliquer de manière accrue dans toutes les phases du parcours client, les principales places de marché ont su créer des opportunités pour accroître la satisfaction et la fidélité de la clientèle.

Les commerçants en ligne peuvent s'inspirer des grandes places de marché et utiliser de multiples points de contact pour communiquer de manière proactive avec les clients afin de les tenir informés de l'avancement de leurs envois. Optimisez votre expérience de livraison avec un système de suivi pratique qui permet aux clients de suivre le traitement de leurs achats. En fournissant aux clients une page de suivi mobile et des notifications sur l'état de leurs livraisons, ils savent à quoi s'attendre et évitent de solliciter inutilement votre équipe de service client. Une page de suivi est également un excellent moyen de générer du trafic vers votre boutique, sachant qu'un trafic accru se traduit, bien entendu, par une augmentation des ventes.

Pour les consommateurs, les retours font partie de l'expérience de la livraison. Et tout comme pour la livraison, ils souhaitent que le processus de retour soit aussi simple, direct et pratique que possible. Numérisez le processus de retour avec un portail de retour en ligne où les clients peuvent télécharger des étiquettes et suivre le statut des envois de retour. Les consommateurs veulent surtout être informés de l'état de leurs remboursements.



Pour les consommateurs, le parcours d'achat ne se termine pas après l'achat d'un produit. Exploitez tous les points de contact disponibles – e-mails, SMS, pages de suivi – pour communiquer de manière proactive avec vos clients.

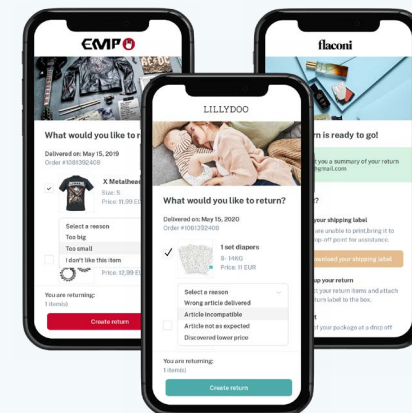


Le saviez-vous ?

72% des sondés jugent « important » voire « très important » de pouvoir télécharger l'étiquette/le bon de retour en ligne.

87% des clients italiens et **83%** des clients espagnols souhaitent que leurs retours soient collectés à leur domicile ou à leur lieu de travail.

Les clients britanniques sont davantage intéressés par le suivi des processus d'expédition et de retour que ceux des autres pays.



Forte de ses nombreuses années d'expérience, l'entreprise ASOS sait combien une orientation client cohérente combinée à une logistique performante est importante pour prospérer sur le marché en pleine effervescence du e-commerce. Afin d'améliorer sensiblement l'expérience client (Customer Experience, CX) pour les processus de commande et de livraison, cet expert international de la mode et des articles lifestyle coopère avec les spécialistes de la livraison que sont Seven Senders, Budbee et PostNord.

La boutique de mode ASOS enregistre en Suède un volume de livraison de plus de 1,1 million d'articles. Et pendant de nombreuses années, les modes de livraison privilégiés étaient le dépôt et la collecte en point relais (pick-up and drop-off ou PUDO) et le Click-and-Collect. Lorsque les clients se sont mis à demander de plus en plus de livraisons à domicile, ASOS a compris la nécessité de proposer une solution de livraison plus flexible.

Leur choix s'est porté sur le prestataire de services de livraison



Budbee pour les livraisons à domicile et PostNord pour le PUDO. Budbee offre également la possibilité de se faire livrer sur une plage horaire déterminée : le client peut choisir, par exemple, que sa commande soit livrée entre 17 et 22 h ou encore opter pour une livraison particulièrement discrète.

Et pour satisfaire la demande de livraisons plus rapides entre l'Allemagne et les Pays-Bas, Seven Senders a répondu à cette attente en proposant une livraison le lendemain soir. Les colis sont collectés auprès d'ASOS dans son entrepôt de Grossbeeren, situé près de Berlin, dans la soirée du jour où la commande a été passée, puis acheminés directement jusqu'au hub du transporteur sur le dernier kilomètre, Budbee, dans la matinée du jour suivant. Les livraisons sont réceptionnées par les clients aux Pays-Bas tous les soirs entre 18 et 22 h. Le fait que Seven Senders regroupe les envois et les injecte directement dans le pays de destination permet d'éviter qu'un camion ne quitte l'entrepôt de Berlin à vide – un atout majeur pour la réduction des émissions de carbone.

Et les avantages écologiques ne s'arrêtent pas là. La livraison sur le dernier kilomètre aux Pays-Bas avec Budbee est totalement exempte d'émissions, car l'entreprise utilise exclusivement une flotte électrique, comprenant des vélos électriques et des vélos cargo. Les acheteurs en ligne néerlandais sont de plus en plus sensibles aux questions de durabilité et de préservation des ressources, et considèrent ces critères comme un argument de poids dans leur décision d'achat. Outre les aspects touchant à la durabilité, les clients apprécient également le fait de pouvoir utiliser l'application Budbee pour décider comment, quand et où ils reçoivent leur colis. Selon Riccardo Mannhöfer, responsable des solutions de livraison UE chez ASOS :

« Seven Senders nous aide à réunir les partenaires de livraison pour offrir la meilleure expérience client possible, à regrouper les contacts et à nous rapprocher de nos clients. »

Seven Senders est la première plateforme de livraison pour l'envoi de colis. L'entreprise connecte les chargeurs à son réseau de plus de 100 transporteurs à travers l'Europe, leurs permettant ainsi d'utiliser une excellente livraison à destination comme avantage concurrentiel.

Seven Senders se charge de l'organisation et de la mise en œuvre de livraisons internationales pour tous types de chargeurs. Elle optimise les expéditions vers la France, l'Italie, l'Autriche, la Suisse et d'autres pays européens pour des entreprises telles qu'ASOS, Photobox ou Atlas for Men. Rapidité ou coûts, quelle que soit la priorité, Seven Senders propose un accès direct aux meilleurs transporteurs de chaque pays européen (La Poste Colissimo, Bartolini, Poste autrichienne, Royal Mail, etc.) et assume la responsabilité du transport quotidien dans son ensemble, de l'entrepôt jusqu'au client final.

Seven Senders étant l'interlocuteur unique pour l'ensemble des opérations, les chargeurs peuvent ajouter divers services complémentaires, comme une solution d'étiquetage prête à l'emploi, un système de gestion en ligne de l'indemnisation à l'échelle européenne, ou encore des outils d'analyse et de suivi. Bien entendu, chaque colis peut aussi faire l'objet d'une expédition neutre en carbone. Alors si vous souhaitez proposer à vos clients une expérience de livraison adaptée pour améliorer votre taux de conversion et votre fidélisation tout en optimisant vos coûts, ne passez pas à côté de Seven Senders !

**Vous avez des questions ? N'hésitez pas à nous contacter !
Nous vous renseignerons avec plaisir.**



Thomas Garnesson

t.garnesson@sevensenders.com

+33 680 950 299

www.sevensenders.com

Copyright

Seven Senders GmbH 2021

Cette publication constitue une source d'informations générales et n'implique aucun engagement de notre part. Les informations qu'elle contient reflètent le point de vue de Seven Senders GmbH au moment de la publication. Bien que nous ayons rédigé ce livre blanc avec le plus grand soin possible, nous ne saurions garantir l'exactitude, l'exhaustivité et/ou l'actualité des faits exposés. Cette publication ne peut notamment tenir compte des circonstances particulières de chaque cas. Toute utilisation de ces informations relève donc de la seule responsabilité du lecteur. Nous déclinons toute responsabilité. Tous les droits, y compris la reproduction d'extraits, sont détenus par Seven Senders GmbH.

Éditeur:

Seven Senders GmbH

Schwedter Str. 36 A

10435 Berlin

+49 (0) 30 233 218 700

info@sevensenders.com

www.sevensenders.com

Texte:

Connie Holubar

Rédaction:

Jaime Heather Schwartz