

Tour d'horizon de la livraison E-commerce

Les dernières tendances des consommateurs pour faire de votre logistique e-commerce un avantage concurrentiel en 2023.



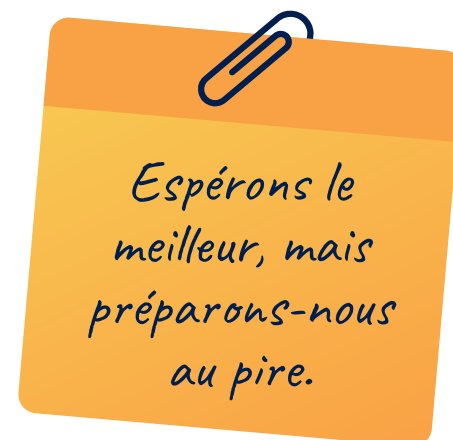
L'introduction d'un fondateur

Dans le secteur du e-commerce, les trois dernières années peuvent s'apparenter à des montagnes russes. Nous avons connu des rebondissements à chaque instant. Si nous qualifions ces années de mouvementées, sachez que ça ne le sera pas moins en 2023.

Toutefois, la situation n'est pas si dramatique. L'e-commerce a connu une croissance de 10 à 15 % par an au cours des dix dernières années. Le pourcentage des dépenses e-commerce par rapport aux dépenses globales du secteur de la vente continue d'augmenter. Et, pendant la pandémie, un nouveau groupe démographique a commandé en ligne pour la première fois et reste dans les parages.

Ceci étant dit, beaucoup craignent une récession en 2023. Chez Sendcloud, nous comprenons ces craintes. Cependant, avoir cette opinion ne permet pas de se protéger pour l'avenir.

Bien que nous apprécions le conseil sur le post-it, nous préférons :



Ne cessez pas de vous préparer

Ne vous préparez pas dans la crainte du pire (alias une récession), faites plutôt de la préparation une nécessité positive au sein de votre entreprise afin de ne jamais avoir à penser au pire.

Le paysage du e-commerce est fluide et peut être volatile. Nous vous recommandons donc d'être toujours bien informé et en phase avec votre principal KPI : vos clients.



C'est la 3e année consécutive où nous menons une étude de consommation approfondie avec Nielsen. Comme toujours, nous interprétons nos conclusions sur les attentes des clients européens et (nouveau du rapport de cette année) américains en matière d'expédition pour partager avec vous des informations clés qui enrichiront votre stratégie d'expédition pour 2023.

Cette année, nous révélons les secrets de la logistique e-commerce, les meilleures pratiques dont vous aurez besoin pour réussir et les évolutions des attentes des consommateurs entre 2020 et 2023.

Nous espérons que vous apprécierez ce rapport,

Rob van den Heuvel

CEO de Sendcloud

À propos de l'étude

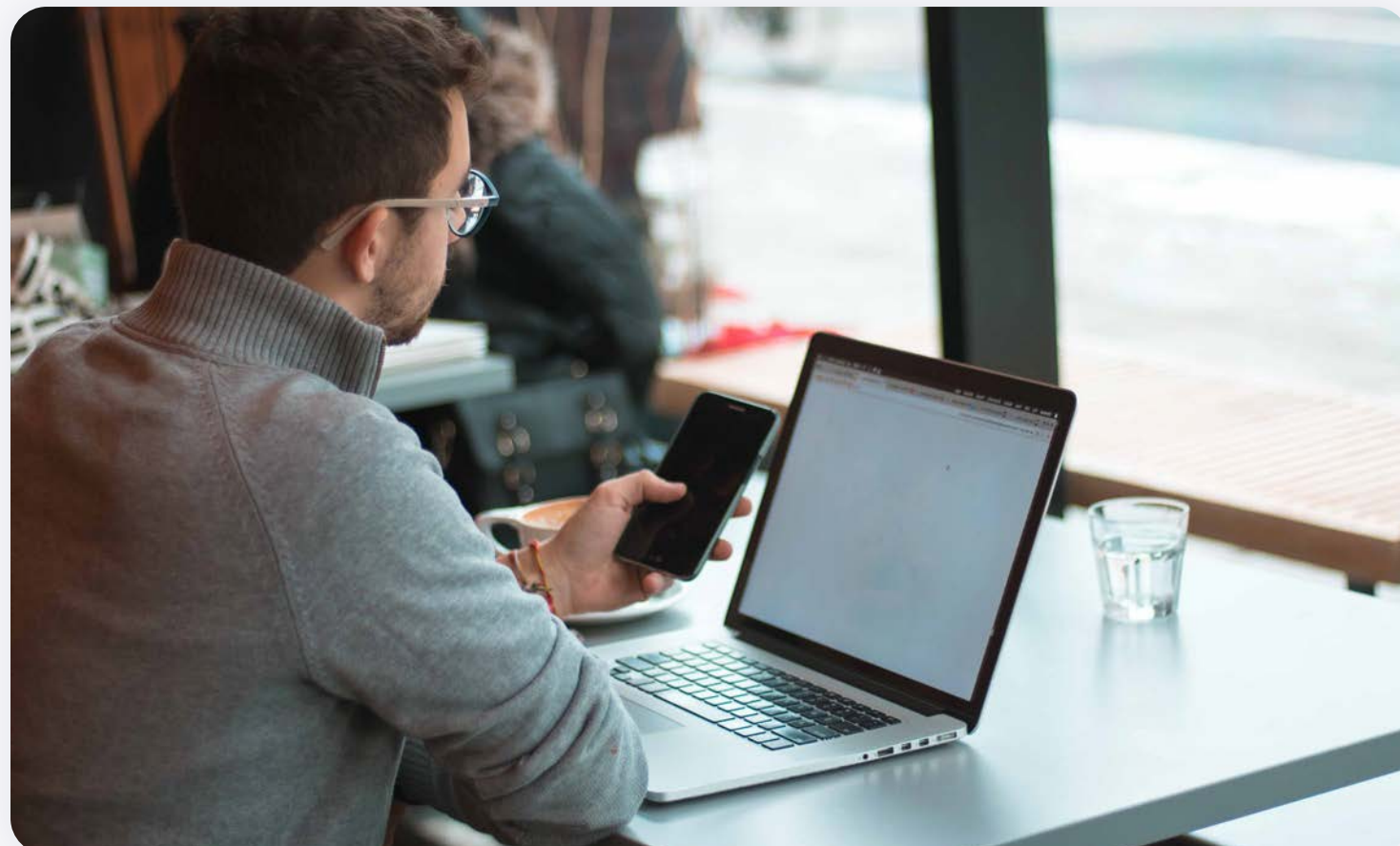
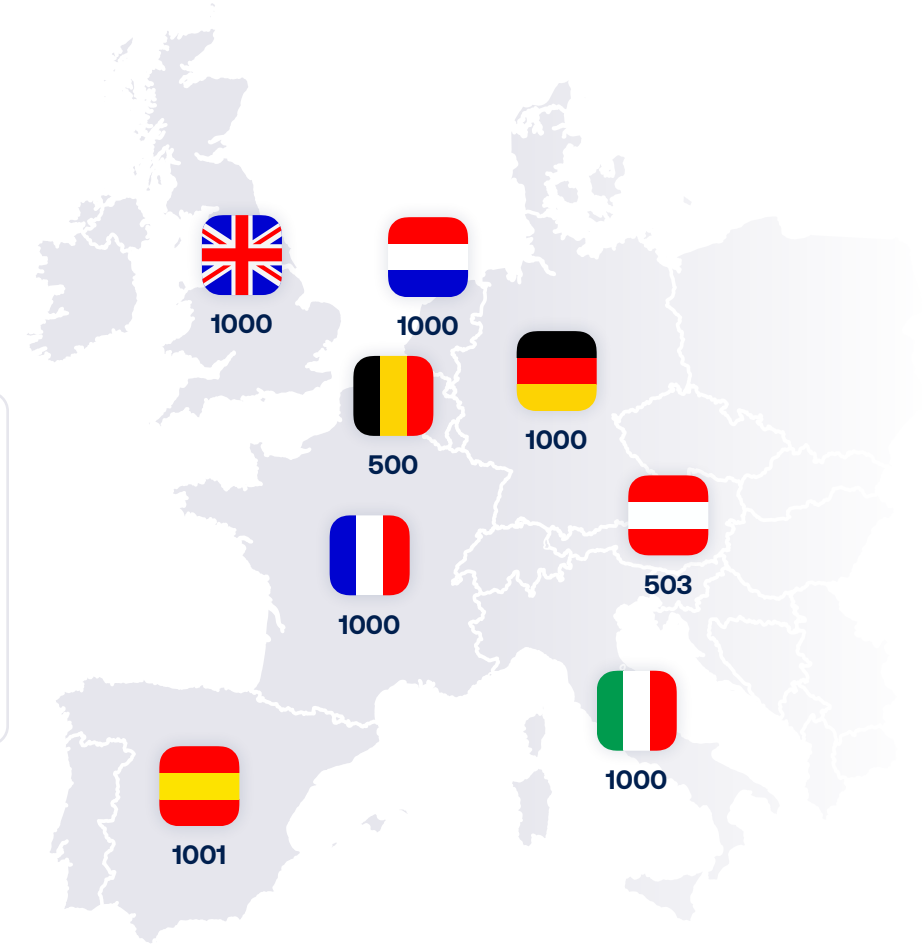
Cette étude est le résultat d'une étude européenne et américaine menée par Sendcloud en coopération avec Nielsen à l'automne 2022.

Au total, 9004 consommateurs y ont contribué.

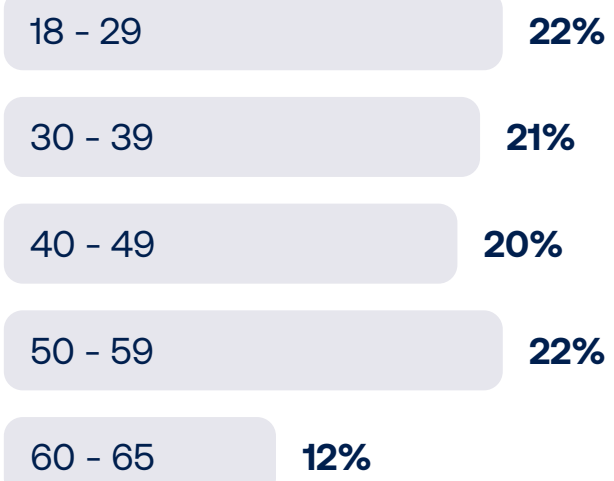
Tous les répondants sont des e-acheteurs ayant commandé au moins 1 produit au cours des 3 derniers mois. L'achat de services tels que des billets, téléchargements et vacances ont été exclu de la recherche.

Les données ont été recueillies par le biais d'une enquête en ligne de 15 minutes comprenant 42 questions et déclarations.

Échantillon



Âge



Genre



Table des matières

Introduction

L'introduction d'un fondateur	2
Conception de l'étude	3
Table des matières	4

Résultats de l'étude

Caractéristiques des consommateurs	5
Abandon lors du checkout	8
Expédition et livraison	11
Suivi	18
Retours	21
L'avenir du e-commerce	26

Conclusion

Les points clés pour réussir	32
À propos de cette étude	35
Transformer ces informations en actions	36



Caractéristiques des consommateurs

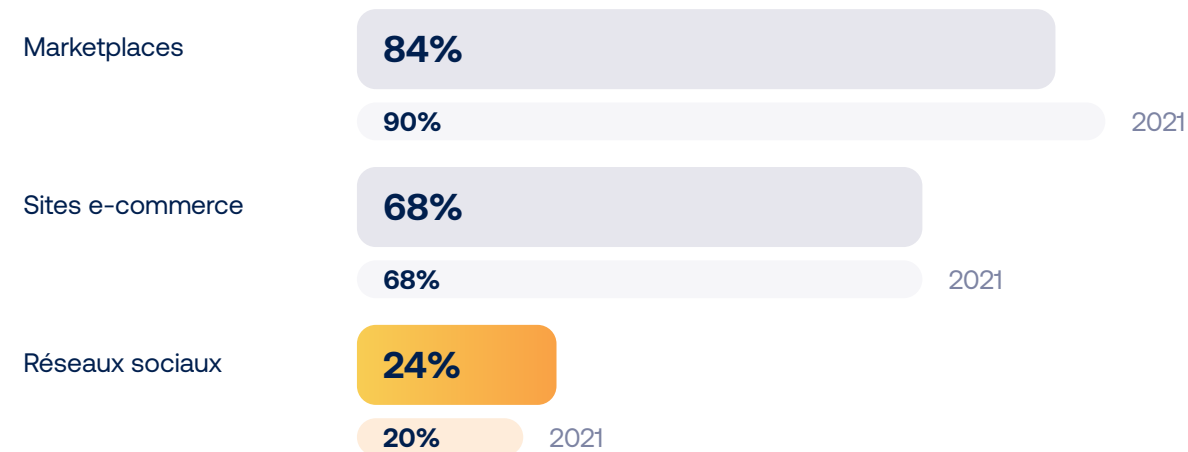
Où les consommateurs achètent-ils leurs produits en ligne ? À quelle fréquence achètent-ils des produits en ligne ? Et combien dépensent-ils ? Voici un aperçu général de votre clientèle potentielle.



Le commerce social arrive

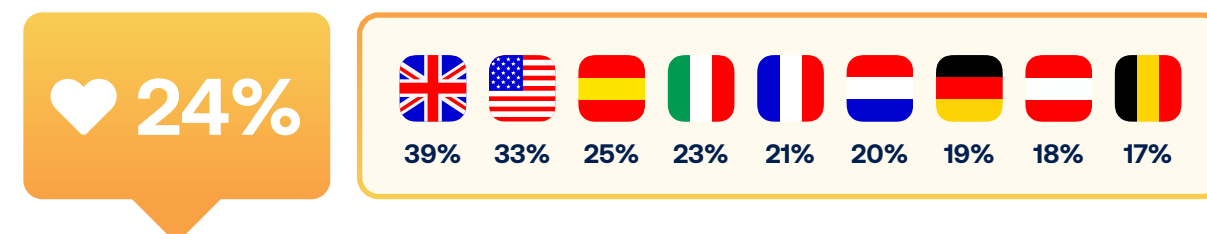
Où commandez-vous vos produits ?

Réponses multiples autorisées



L'augmentation notable du commerce social n'est pas une surprise. Meta a développé Facebook & Instagram Shopping au cours des dernières années et voit ses efforts récompensés. De plus, TikTok et Pinterest disposent également de leurs propres systèmes de boutiques.

“Je commande régulièrement par le biais des réseaux sociaux.”

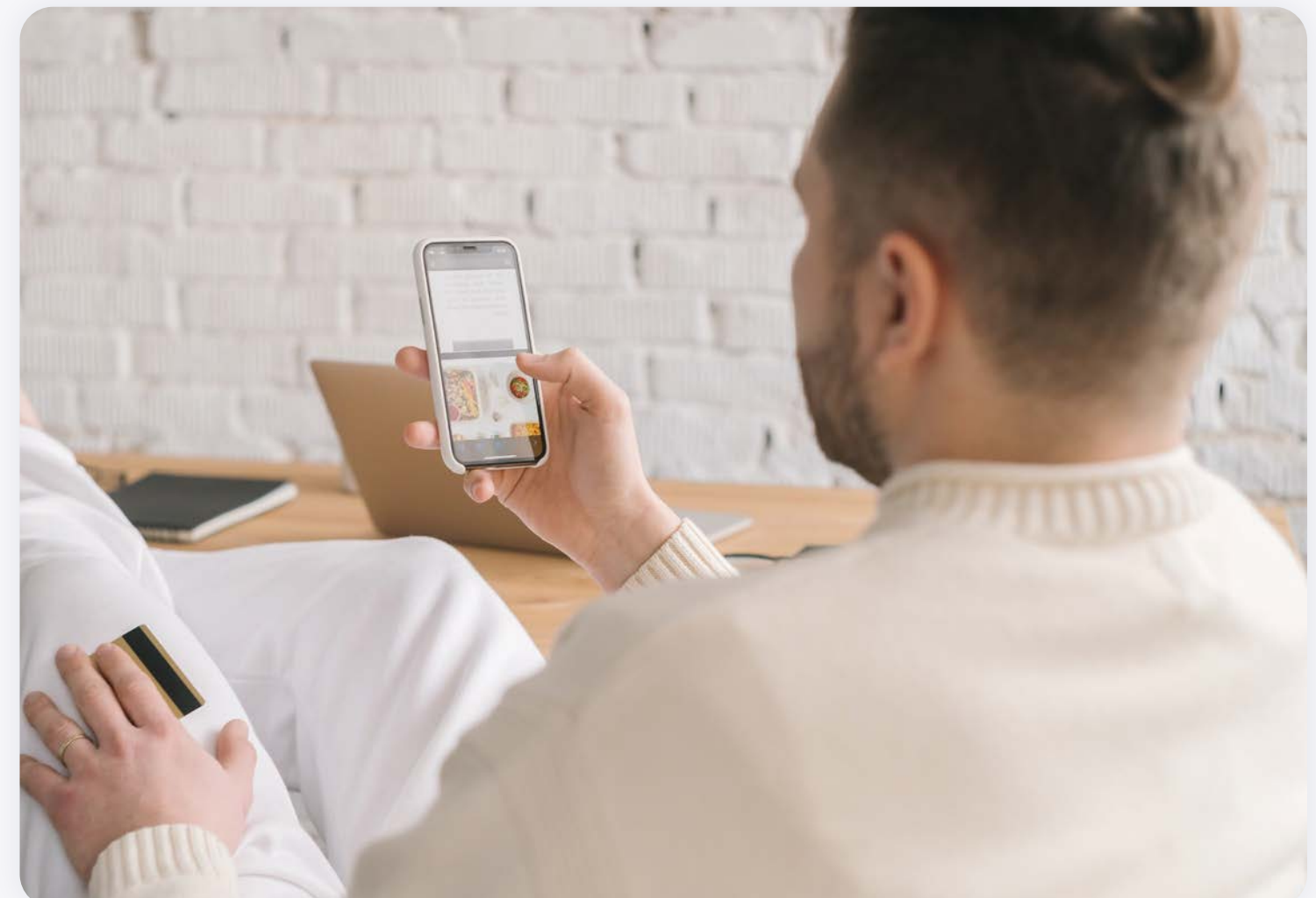


Les réseaux sociaux gagnent considérablement du terrain lorsqu'il s'agit de commander des produits en ligne, notamment au Royaume-Uni et aux États-Unis où l'e-commerce a une longueur d'avance.

Avis d'expert

“ Le “live selling” est un outil puissant qui est alimenté par les réseaux sociaux. Vous pouvez diffuser des informations à votre public pour accélérer les décisions d'achat, stimuler l'engagement des acheteurs et améliorer l'expérience des produits grâce à des démos en temps réel.

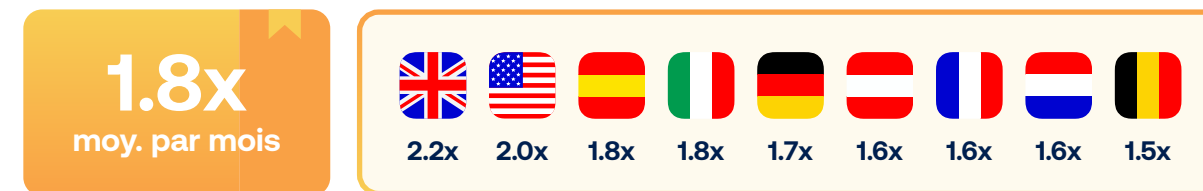
Steve Hutt
eCommerce Fastlane



Le comportement d'achat d'aujourd'hui

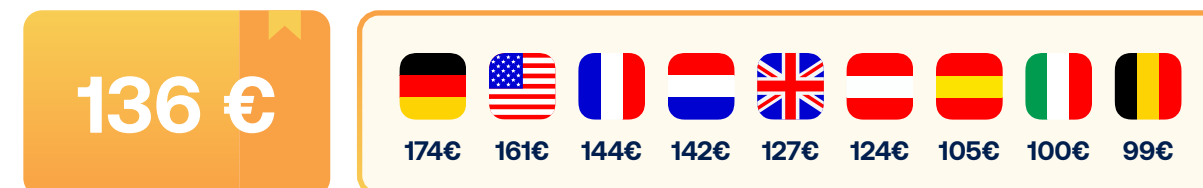
Le consommateur moyen utilise Amazon, commande en ligne toutes les 2 à 4 semaines et dépense environ 136 € par commande.

Combien de fois par mois commandez-vous des produits ?



Un point intéressant que nous avons découvert est la façon dont les commandes moyennes par mois varient selon les différentes générations. Par exemple, les Millennials commandent en ligne le plus souvent, 2,1 fois par mois. Les baby-boomers sont ceux qui commandent le moins souvent en ligne (1,5 fois par mois).

Quel est le montant moyen de votre dernière commande en ligne ?



Il y a également une grande différence entre les générations. Les milléniaux sont ceux qui dépensent le plus, soit la modique somme de 175 €. Les baby-boomers sont ceux qui dépensent le moins, soit 93 €.

Saviez-vous que 58 % des consommateurs français font leurs achats sur Amazon ?

Découvrez le reste de l'Europe ci-dessous.



Le chiffre d'affaires d'Amazon était de 469,8 milliards de dollars en 2021, mais ils n'arrivent toujours pas à se débarrasser de cette entreprise néerlandaise tenace, Bol. En comparaison, les revenus de Bol représentaient un minuscule 4,3 milliards d'euros en 2020.

Avis d'expert

“ L'une des tendances que j'observe depuis quelque temps déjà (et qui, selon moi, se poursuivra en 2023) est que les vendeurs tentent de réduire leur dépendance à Amazon. Ainsi, la diversification des marketplaces et donc des sources de revenus sera l'élément clé de la réussite des vendeurs Amazon.

Jordi Ordóñez
JordiOb

Abandon lors du Checkout

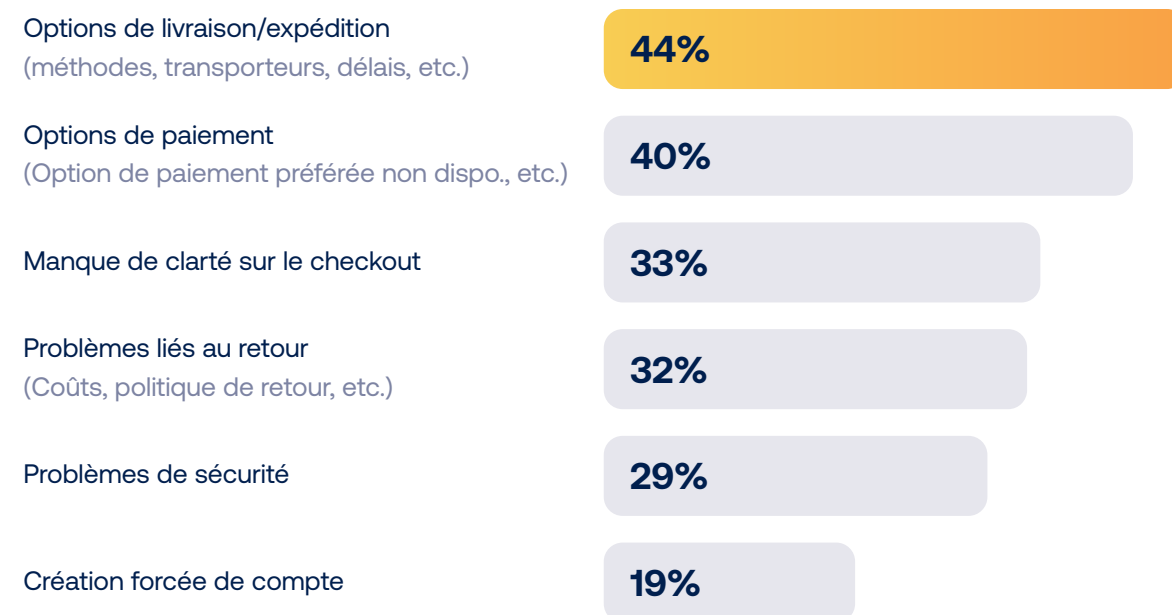
Si vous souhaitez obtenir un checkout à forte conversion (et qui ne le souhaite pas ?), vous devez connaître les raisons pour lesquelles vos clients abandonnent leurs paniers en premier lieu.



Principales raisons de l'abandon lors du checkout

Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous vous arrêtez à mi-chemin d'une commande en ligne ?

Réponses multiples autorisées

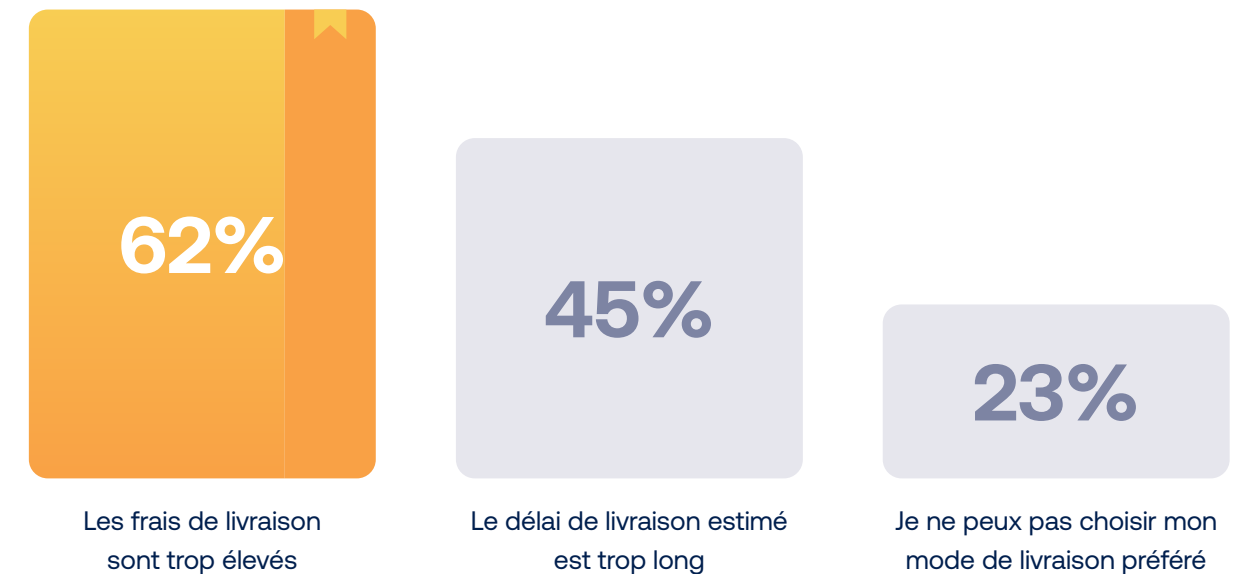


Comme il s'agit du principal problème pour vos clients potentiels, examinons les raisons liées à l'expédition et aux options de livraison.

Les checkouts confus sont faciles à éviter en 2023. Saviez-vous qu'un checkout dynamique peut aider à augmenter vos conversions tout en automatisant votre processus ? Rendez-le simple, rendez-le convivial, rendez-le **Sendcloud** 🧐



Les 3 principales raisons de l'abandon de commandes liées à l'expédition :



Avis d'expert

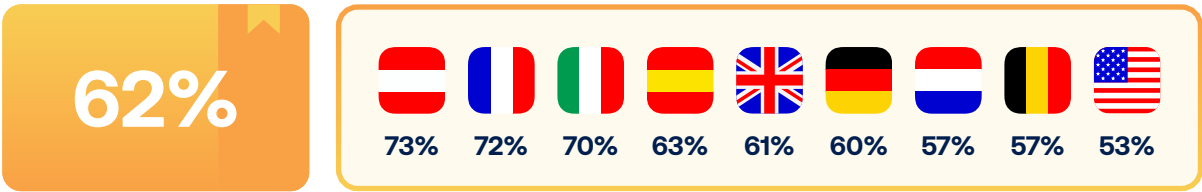
“ La meilleure façon de lutter contre les motifs liés à l'expédition pour lesquelles vos clients abandonnent leur panier est d'adopter une stratégie multi-transporteurs. Pourquoi se contenter d'un seul transporteur ? Il faut tous les utiliser !

Rob van den Heuvel
Sendcloud



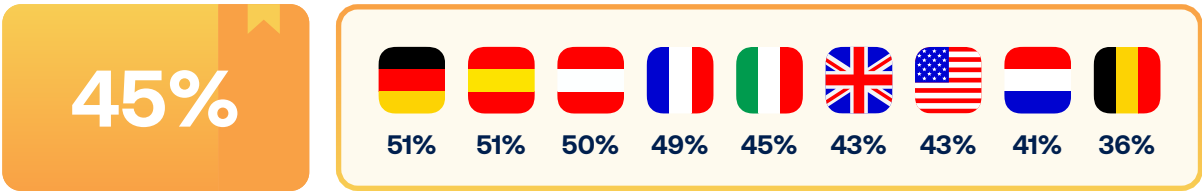
Examinons ces causes un peu plus en détail. La première préoccupation de vos clients est que les frais de livraison sont trop élevés. Quelle est l'importance de ce facteur si l'on se place au niveau national ?

“Les frais de livraison sont trop élevés.”

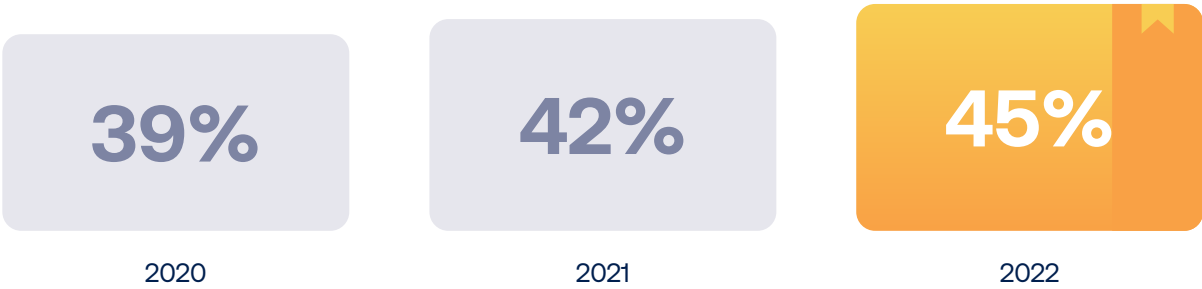


Le deuxième motif le plus important pour lequel vos clients sont susceptibles d'abandonner leur panier est le délai de livraison estimé, qui est trop long. Penchons-nous sur cette cause en analysant pays par pays et année par année pour voir s'il y a des résultats intéressants.

“Le délai de livraison estimé est trop long.”

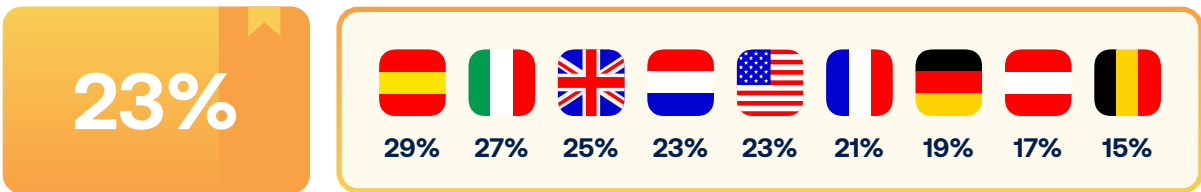


Différences d'une année sur l'autre :



Le fait de ne pas proposer le mode de livraison préféré de vos clients potentiels est une autre raison importante d'abandon de panier. Vos clients apprécient les options en termes de transporteurs, de prix, de créneaux horaires, d'options de suivi, et plus encore.

“Impossible de choisir mon mode de livraison préféré.”



Vos clients se soucient des options de livraison proposées par votre boutique lorsqu'ils achètent en ligne. Si vous voulez réduire votre taux d'abandon, vous devez vous assurer que vous proposez le plus grand nombre possible d'options que vos clients attendent.

Avis d'expert

“ Depuis que nous expédions avec plusieurs transporteurs par le biais de Sendcloud, le taux de conversion de notre site a augmenté de 2 %.

Leandry Ramirez
C.O. Jones

Expédition et Livraison

Plus le montant de la commande est élevé, plus les consommateurs estiment qu'ils ne devraient RIEN avoir à payer pour la livraison. Ce qui est plus intéressant, c'est que pour les commandes plus coûteuses, un nombre significatif d'acheteurs sont prêts à payer un prix plus élevé pour leur livraison.



Parlons d'argent !

Quel est le montant maximum que vous êtes prêt à payer pour les frais de port d'une commande s'élevant à 15, 50 ou 150 € ?



Il y a de nombreuses raisons pouvant expliquer cela : les options de livraison premium sont plus fiables et plus sûres. Mais cela peut aussi être lié au fait que lorsqu'une personne achète un article coûteux, elle le veut le plus rapidement possible. Et, comme nous le savons, une livraison rapide a souvent un prix élevé.

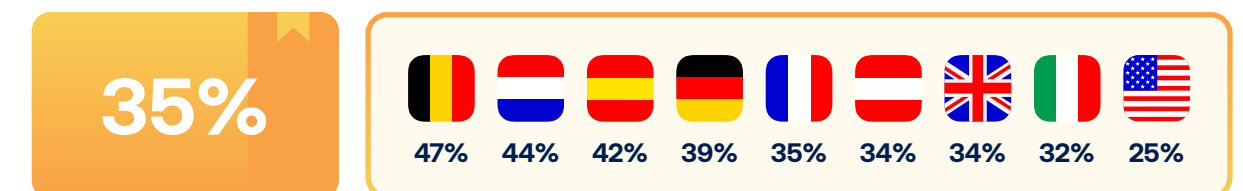
Pourcentage de répondants ayant répondu 0,00 € à la question précédente :



Il est intéressant de noter que les consommateurs sont prêts à payer plus pour des commandes de grande valeur. Dans le même temps, ils sont plus nombreux à s'attendre à ce que la livraison soit gratuite pour les commandes de grande valeur que pour celles de faible valeur.

Cette tendance "le plus, le moins", qui consiste à s'attendre à une livraison gratuite pour les commandes plus chères n'a pas de frontières.

"Je m'attends à bénéficier de la livraison gratuite pour les commandes de 150 €."

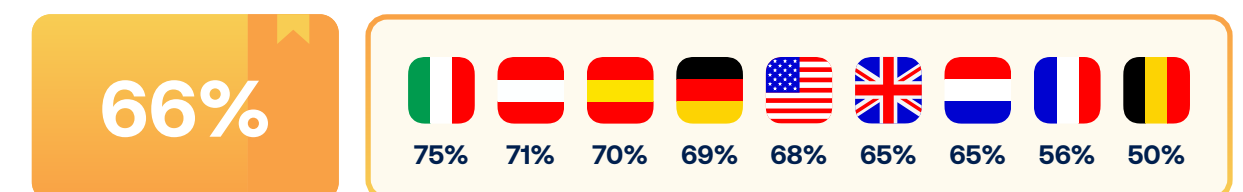


Comparez vos tarifs et vos modes de livraison avec ceux de vos concurrents afin de déterminer comment positionner votre entreprise afin de la rendre plus attrayante.



En raison de la forte inflation qui a fait suite à la pandémie, deux tiers des acheteurs s'attendent à une hausse des frais de livraison en 2023.

"Je m'attends à ce que les frais de livraison augmentent en 2023."



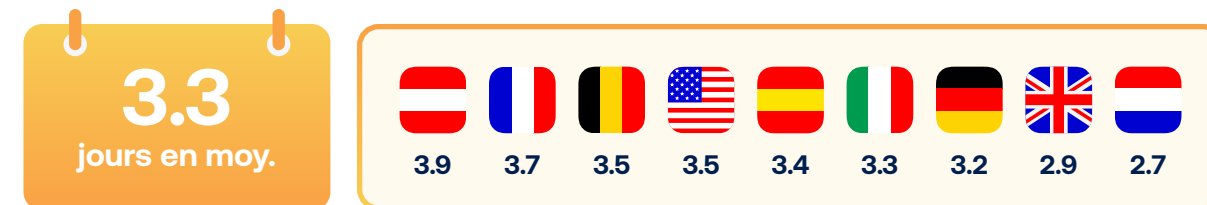
Tout est question de timing

Comme vous l'avez découvert à la page 9, la 2e raison la plus fréquente d'abandonner un achat est que le délai de livraison est trop long. Mais que signifie "trop long" ?

N'oubliez pas ! Près de la **moitié des e-acheteurs abandonnent leur panier** si le délai de livraison indiqué est trop long.

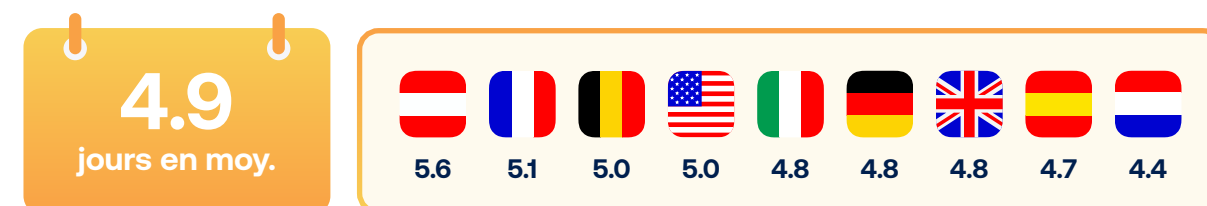


En combien de jours attendez-vous la livraison de votre commande ?



Si vous expédiez dans plusieurs pays, la prise en compte du délai de livraison prévu peut faire la différence entre des clients satisfaits et... des clients mécontents.

Quel est le nombre maximum de jours que vous êtes prêt à attendre pour que votre commande soit livrée ?



Pour vos clients, il ne s'agit pas seulement de savoir combien de jours il faut pour qu'une commande soit livrée, ils ont aussi des préférences quant au moment de la journée.

Délai de livraison attendu par pays

Tranquilo tranquilo!



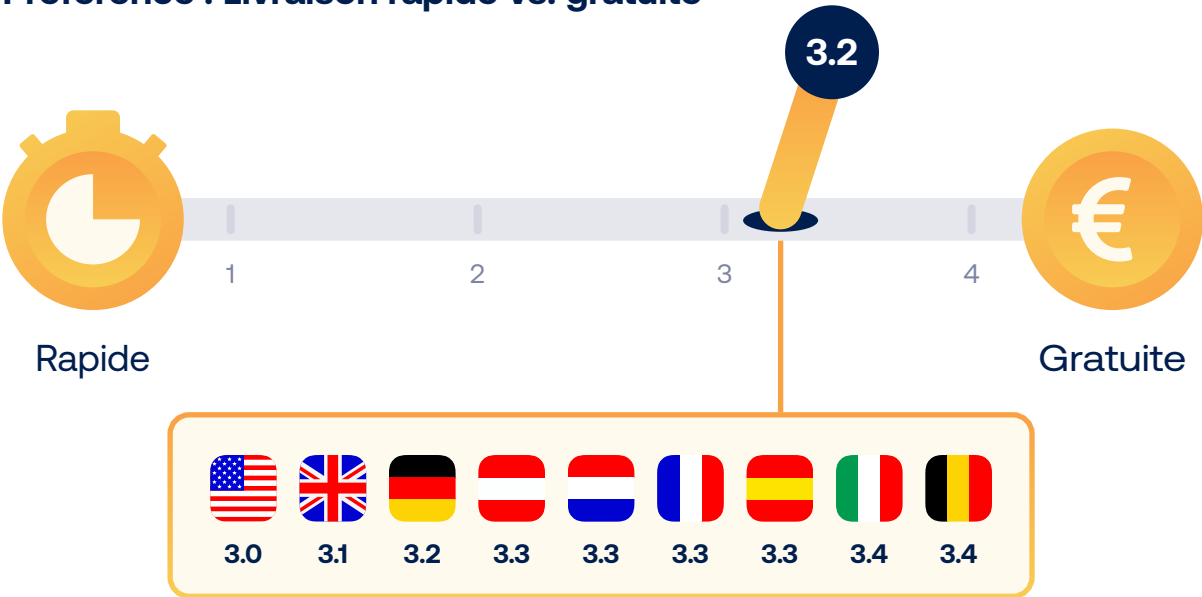
Il est assez intéressant de voir que tous les pays, excepté l'Espagne, ont un délai de livraison privilégié de deux heures. C'est donc vrai. Vous pouvez toujours compter sur les Espagnols pour être les plus "tranquilo".

Combinez différents transporteurs pour proposer des options de livraison à la fois abordables et rapides.



Ce n'est peut-être pas si surprenant, mais il est bon de savoir que les acheteurs préfèrent la gratuité à la rapidité lorsqu'il s'agit de faire expédier leurs commandes.

Préférence : Livraison rapide vs. gratuite



Avis d'expert

“ La meilleure façon d'offrir un large choix d'options de livraison est de faire appel à plusieurs transporteurs. Et la meilleure façon de le faire est de centraliser vos efforts d'expédition. Si vous ne le faites pas, vous devrez vous familiariser avec d'innombrables solutions différentes proposées par divers transporteurs.

Rob van den Heuvel
Sendcloud

Des options de livraison infinies

Quelles sont vos options de livraison préférées ?

Réponses multiples autorisées



Préférence pour un transporteur

La plupart des acheteurs n'ont pas une préférence marquée pour une société de livraison spécifique. Toutefois, dans la plupart des pays, les transporteurs nationaux restent le choix privilégié.



Cela dit, vous devriez toujours proposer plusieurs transporteurs. En général, les transporteurs préférés ci-dessus sont les plus coûteux. Si les consommateurs aiment les livraisons premium, ils aiment aussi économiser de l'argent. Prenez cela en considération.

Nous connaissons les transporteurs préférés par pays, mais pourquoi le sont-ils ? Après ce que nous avons découvert dans les sections précédentes, vous êtes probablement en train de crier “PRIX !”. Les réponses pourraient vous surprendre...

Pourquoi choisir un transporteur plutôt qu'un autre ?

45%

Meilleures options de suivi

36%

Un personnel de livraison plus amical

45%

Ponctualité (aka pas de retards)

32%

Créneaux horaires de livraison plus pratiques

43%

Délais de livraison plus rapides

29%

Frais de livraison moins élevés





L'expérience rencontrée par votre client auprès d'un transporteur est le dernier point de contact de chaque commande. Bien que le prix soit important, votre client a déjà jeté son dévolu sur le produit à ce stade. Il apprécie donc davantage les caractéristiques d'un transporteur liées au service.

Fonctionnalité liée au service la plus appréciée par transporteur :



Belgique
Suivi



Allemagne & Autriche
Expédié dans les temps



Italie
Expédié dans les temps



Etats-Unis
Suivi



France
Suivi



Pays-Bas
Suivi

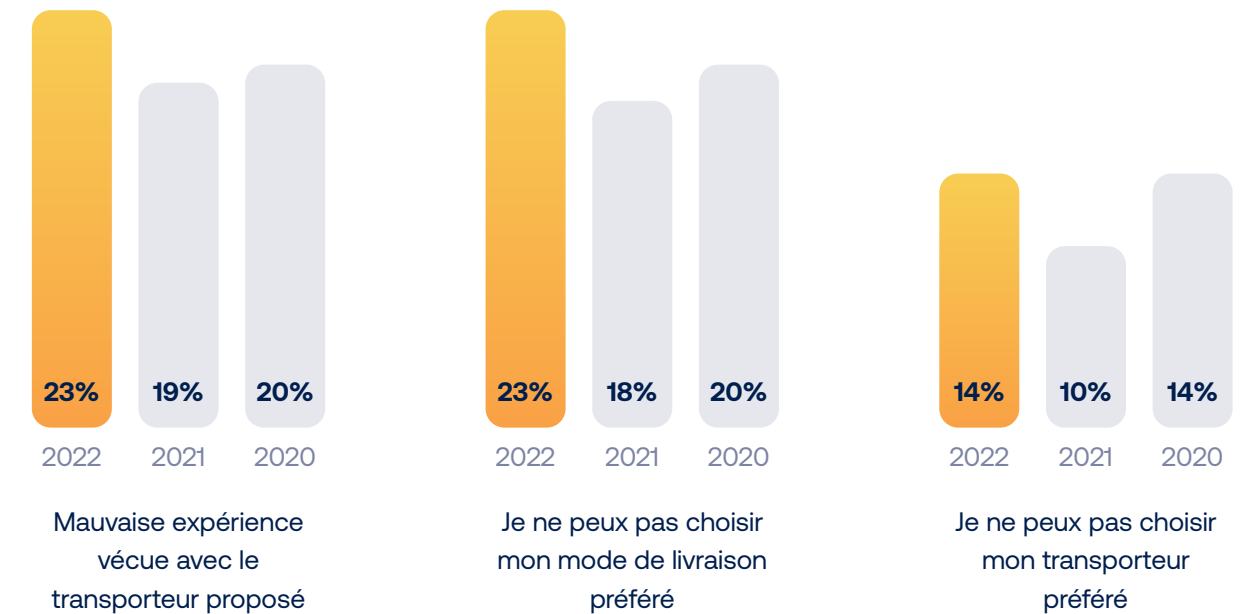


Espagne
Rapidité de la livraison



Royaume-Uni
Suivi

Raisons liées aux transporteurs pour l'abandon d'un panier :



Analysons : l'abandon de panier en raison de l'impossibilité de choisir le transporteur favori est à peu près similaire d'une année sur l'autre.

Cependant, les mauvaises expériences passées avec une société de livraison et le manque de méthodes de livraison augmentant chaque année, les sociétés de livraison préférées de vos clients sont susceptibles de changer.

Le conseil de Sendcloud : Gardez un œil sur les avis clients des transporteurs que vous proposez et sur leurs options de livraison.



Tenez également compte du fait que les consommateurs veulent choisir leur mode de livraison préféré. Vous trouverez une liste de toutes les options de livraison et de leur popularité à la page 14.



Avis d'expert

“ Après des années d’essor du e-commerce, nous traversons une période d’incertitude : en raison d’une inflation historique et de la hausse des coûts (de l’énergie), les consommateurs achètent moins et plus consciemment – hors ligne comme en ligne.

Pour augmenter leurs taux de conversion, les boutiques en ligne peuvent capitaliser sur l’énorme potentiel des ventes transfrontalières. Déjà, un achat sur sept est effectué à l’étranger. La clé d’une augmentation des commandes internationales réside dans la commodité pour le destinataire – pensez aux retours faciles et à la prise en main de la commande, au moyen de notifications claires, par exemple.

Michel Clausing

Directeur commercial
DHL Parcel

”

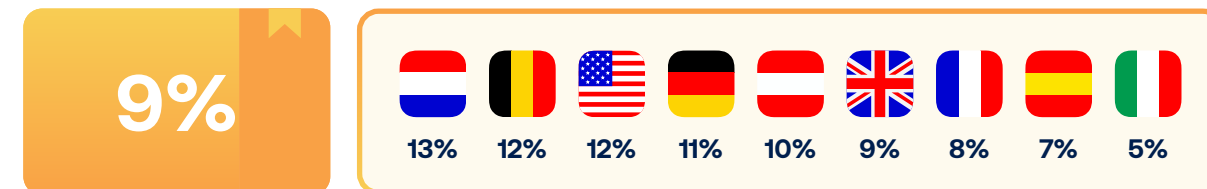
Suivi

Le suivi est-il important pour vos clients ? Et qu'apprécient-ils le plus lorsqu'ils communiquent le statut de leur commande ?



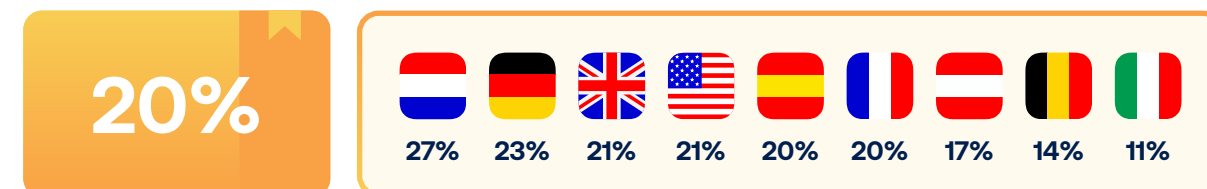
Le suivi, plus que des mises à jour du statut de livraison

“Le dernier colis que j’ai reçu ne m’a pas été livré à la date prévue.”



En plus de cela :

“Pour mon dernier colis reçu, j’ai modifié l’heure et/ou le lieu de livraison après avoir reçu la première notification de suivi.”



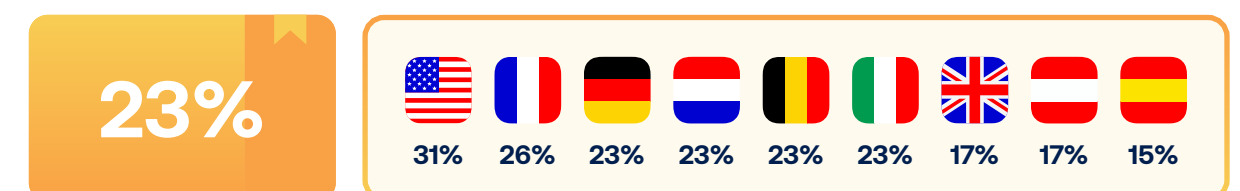
Bien que cela puisse sembler peu, cela signifie que le suivi devient de plus en plus important dans le paysage actuel de la livraison.

De plus en plus de colis sont expédiés et les options de livraison sont plus nombreuses. Les e-acheteurs veulent savoir où se trouve leur colis à chaque étape du processus de livraison. Si vous ne pouvez pas tenir vos clients informés, votre service clientèle sera inondé de questions.



Et si vous n’êtes toujours pas convaincu :

“Je ne repasserais pas commande sur une boutique en ligne ne proposant pas de suivi de livraison.”



Vous avez beaucoup de retours liés à des échecs de livraison ? Essayez les notifications de suivi par SMS. Après tout, avec un téléphone en poche, un consommateur est bien plus susceptible de lire immédiatement la mise à jour du suivi et de rester chez lui pour réceptionner le colis. Certes, les SMS ont un coût, mais celui-ci est bien moindre que celui d’un colis retourné.

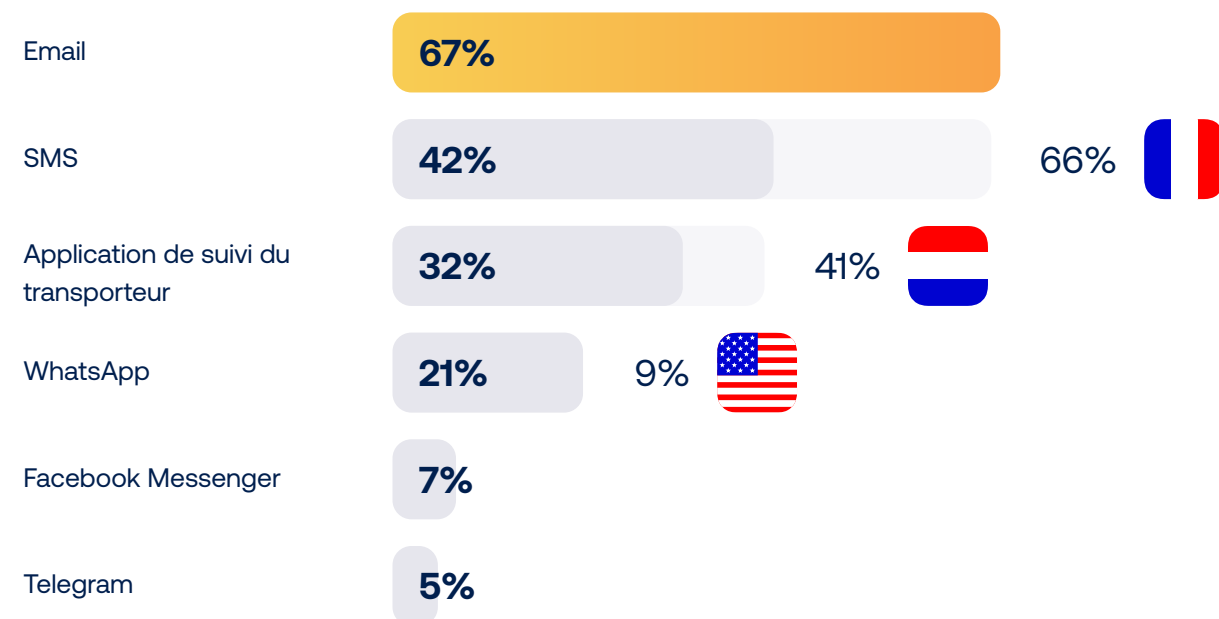


Le bon message via le bon canal

Toutes les quelques années survient un nouveau moyen populaire de communiquer avec vos clients. Qui se souvient de l'époque où WhatsApp n'existait pas ? Mais ce qui est intéressant, c'est la façon dont la préférence pour les SMS et WhatsApp diffère selon les pays.

Comment souhaitez-vous recevoir des mises à jour de la livraison de votre commande ?

Réponses multiples autorisées



Bien que WhatsApp soit l'application de messagerie la plus populaire aux États-Unis, leur amour des abonnements téléphoniques avec les SMS gratuits et les iMessages de l'iPhone font que beaucoup de gens ne se sont pas encore totalement engagés sur WhatsApp.



Avis d'expert

“ Avec Sendcloud, nous pouvons toujours tenir nos clients informés de l'état d'avancement de la livraison de leur colis : qu'il soit livré à leur domicile ou en magasin.

Adrie
Shoeby

Retours

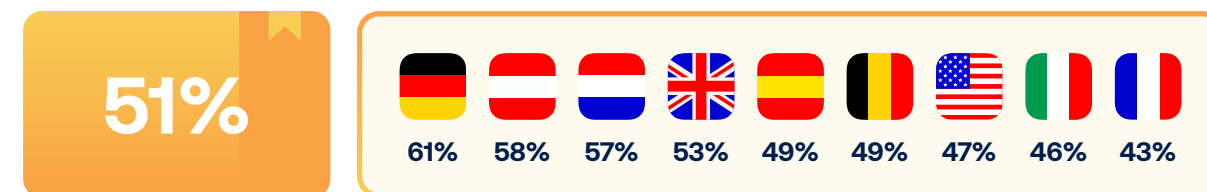
Les retours sont l'un des plus grands maux de tête du e-commerce. Bien que les retours gratuits aient été la norme pendant longtemps, les règles du jeu sont en train de changer. Comment pouvez-vous vous assurer que votre politique de retour soit rentable ?



Retours 101 – Les bases

Commençons par la mauvaise nouvelle : les retours sont là pour longtemps.

“Je retourne toujours un produit lorsque je n’en suis pas satisfait.”



Par ailleurs, 31 % des consommateurs retourneront **occasionnellement** leur commande s'ils ne sont pas satisfaits. Cela signifie que 1 consommateur sur 5 ne retournera jamais un produit, même s'il n'est pas satisfait !

Cependant, chaque client insatisfait est un problème pour votre entreprise. Même si un client mécontent ne renvoie pas sa commande, il est peu probable qu'il achète à nouveau sur votre boutique en ligne. Donc, ironiquement...

À long terme, la meilleure chose pour votre entreprise est que les **acheteurs mécontents retournent toujours leurs commandes.**



Oui, cela signifie une perte de revenus à court terme, mais la valeur potentielle de chaque client au cours de sa vie augmente considérablement.



Alors, quelle est la prochaine étape ? Découvrez pourquoi vos clients mécontents ne retournent pas leurs commandes.

Pourquoi ne retournez-vous pas vos produits ?

Retourner le produit est une source de tracas

54%

Retourner le produit est plus coûteux que de le garder

40%

J'ai oublié de retourner mon produit

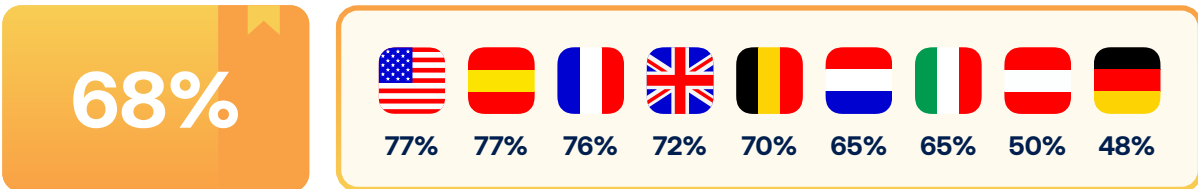
13%

Faites en sorte que le retour d'un article soit simple pour vos clients. Oui, il est tentant de rendre les retours aussi difficiles que possible. Cependant, il est plus sage d'accepter que les retours font partie du jeu et d'essayer de les faire accepter plus tôt dans le processus d'achat.

La fin des retours gratuits ?

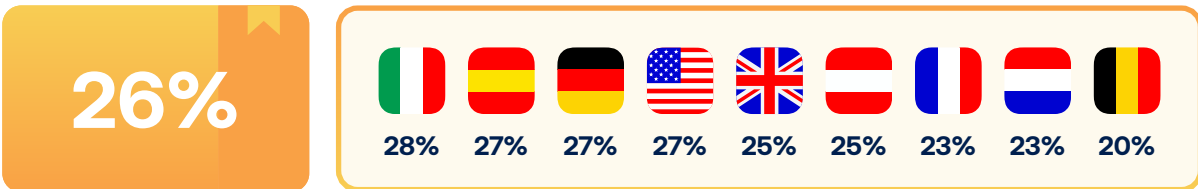
Pendant des années, les retours gratuits ont été un luxe largement répandu. Cependant, depuis l'annonce par de grandes enseignes comme Zara et H&M de faire payer les retours, les règles du jeu semblent changer.

“Je commanderais plus fréquemment sur une boutique en ligne si elle proposait les retours gratuits.”



En 2021, ce pourcentage était encore de 77 %, il semble donc que la tendance aux retours gratuits soit en perte de vitesse. N'oublions pas les deux tiers qui apprécient toujours les retours gratuits, bien sûr, mais il y a une autre bonne nouvelle : les acheteurs s'habituent à l'idée de payer pour les retours.

“Je suis prêt à payer pour mes retours sur une boutique en ligne.”



Combien ? Les consommateurs n'ont pas peur de mettre la main à la poche pour retourner un produit, même si certaines différences culturelles sont à noter.

Quels sont les frais de retour maximums que vous êtes prêt à payer pour le retour d'une commande dont la valeur est de 15, 50 ou 150 € ?

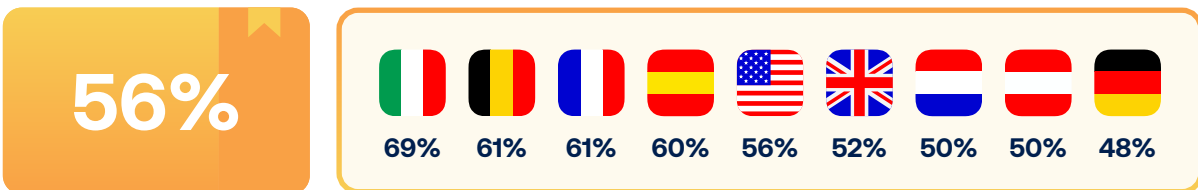


Différences locales dans la propension à payer des frais de retour :

									
150 euros	12.80 \$	6.80 £	6.90 €	6.50 €	6.30 €	6.20 €	5.80 €	5.50 €	5.50 €
50 euros	9.20 \$	5.10 £	5.30 €	4.80 €	4.60 €	4.60 €	4.90 €	4.50 €	4.00 €
15 euros	7.50 \$	4.70 £	4.60 €	4.10 €	3.80 €	4.40 €	4.80 €	4.50 €	3.50 €

Si de plus en plus de clients soient disposés à payer pour un retour, il est intéressant de noter que la majorité d'entre eux estiment que le vendeur doit être toujours responsable de sa prise en charge. Veillez donc à ne pas facturer plus que les frais maximums indiqués ci-dessus.

“Je crois que le vendeur est responsable du paiement des retours.”

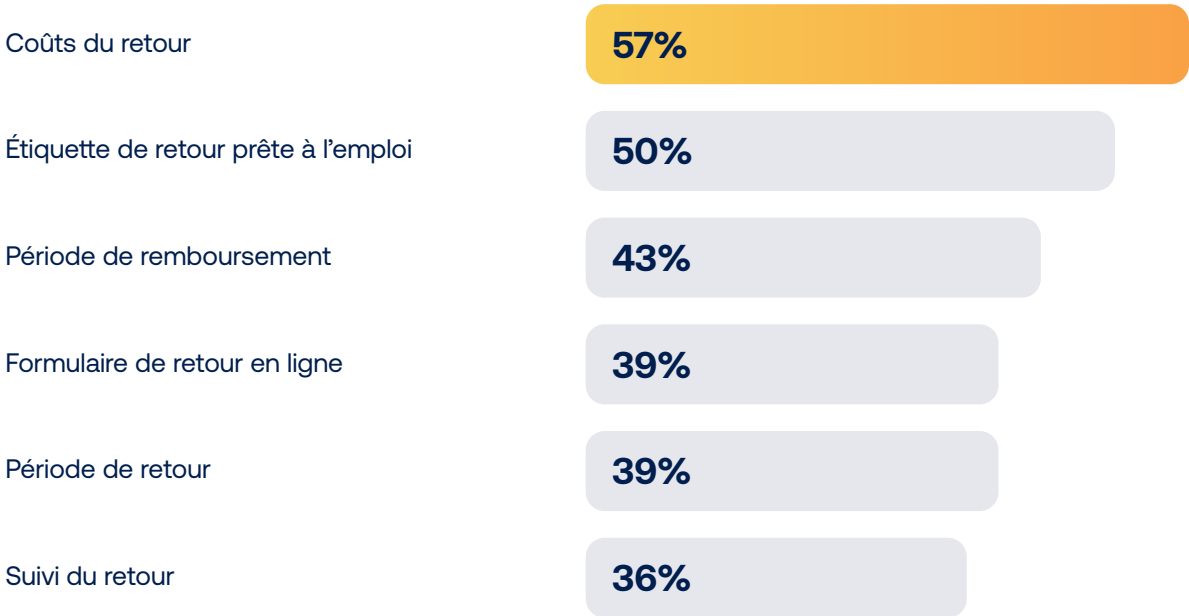


Recette pour la politique de retour parfaite

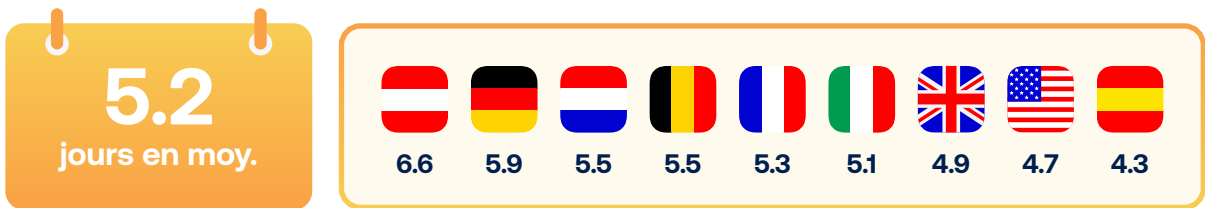
Saviez-vous que 67 % des e-acheteurs n'envisageraient même pas de passer commande s'il n'y avait pas d'informations sur les retours ? Dans cette optique, les éléments suivants sont les plus importants à inclure dans votre politique de retour.

Quels éléments d'une politique de retour sont les plus importants pour vous ?

Réponses multiples autorisées



Quel est le nombre maximum de jours que vous êtes prêt à attendre pour qu'une commande retournée soit remboursée ?



Une politique de retour claire et transparente permet de conquérir les clients et d'augmenter vos conversions. Avec ces 4 ingrédients clés, créer votre politique de retour est un jeu d'enfant.

Soyez transparent sur les coûts

Indiquez tous les frais de retour dans votre politique de retour et choisissez soigneusement le montant facturé pour les retours.



Rendez les retours rapides et faciles

Aucun client ne souhaite s'empêtrer dans un interminable va-et-vient. Pensez à ajouter des étiquettes de retour prêtes à l'emploi et à utiliser un portail de retour en ligne.



Remboursements dans les cinq jours, max !

Bien que la législation européenne dispose que le remboursement des retours peut prendre jusqu'à 14 jours, vos clients veulent être remboursés en un peu plus de 5 jours.



Prolongez la période de retour

Une période de retour plus longue augmente les conversions. Alors que 44 % ne commanderaient pas si la période de retour est inférieure à 30 jours, ce chiffre tombe à 30 % pour une période inférieure à 60 jours. Tout le monde y gagne !





“ Chez Mollie, nous sommes motivés par l’amour du client et cela signifie que nous devons fournir à nos clients les meilleures solutions commerciales possibles, y compris une expérience de retour fluide. Un élément clé des retours sans friction est de permettre aux clients d’initier des retours (payants) rapidement et en toute sécurité via nos solutions de paiement intégrées.

En 2023, nous prévoyons que l’adoption des retours payants continuera de croître : les entreprises mettront l’accent sur la rentabilité tandis que les consommateurs donneront la priorité aux questions environnementales.

Michaela Weber

VP Partenariats

Mollie

”

L'avenir du e-commerce

L'avenir du e-commerce ne se résume pas (encore) aux livreurs robotisés et aux drones, mais plutôt à la livraison écologique, à la livraison flash et à d'autres innovations technologiques mineures.



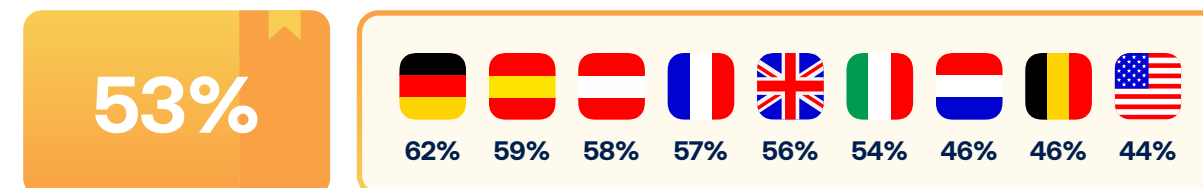
L'avenir est vert

La COP26 de 2021 a permis d'accélérer la réalisation des objectifs de l'accord de Paris et de la convention-cadre des Nations unies sur les changements climatiques.

En d'autres termes : devenir respectueux de l'environnement n'est plus un choix pour les grandes entreprises, c'est une nécessité.

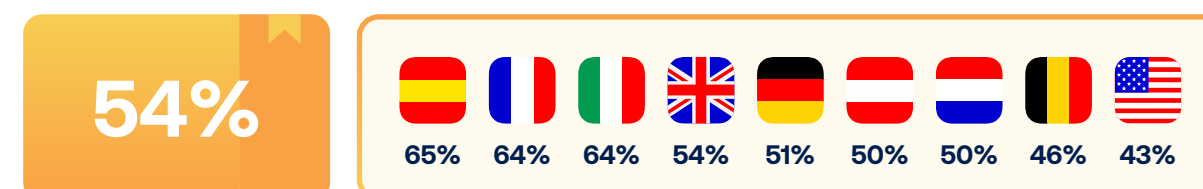
Des changements sont à venir et les entreprises doivent s'y préparer. Mais la demande ne vient pas seulement des gouvernements et des ONG, elle vient aussi de vos clients.

“Je pense que l'augmentation des achats en ligne est un problème pour l'environnement.”



Plus de la moitié des e-acheteurs européens sont préoccupés par l'impact des achats en ligne et attendent des entreprises comme Sendcloud et la vôtre qu'elles proposent des options de livraison neutres en CO2.

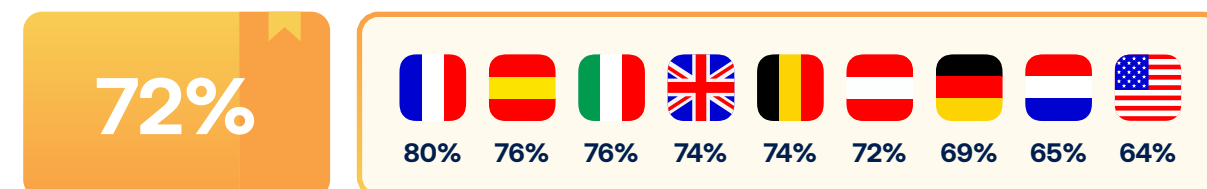
“Je m'attends à ce que les boutiques en ligne proposent une méthode de livraison verte (neutre en CO2) en 2023.”



Les emballages entièrement recyclables, une nécessité

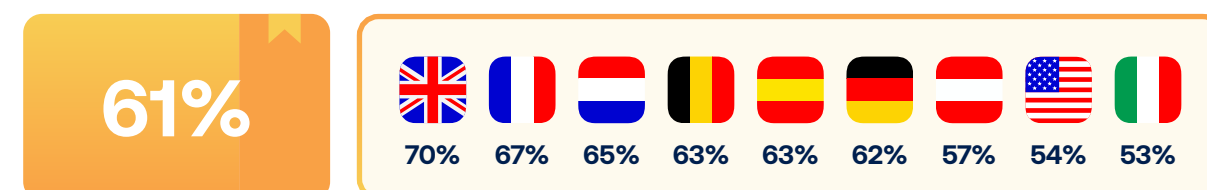
Mais vos clients ne s'attendent pas seulement à des options de livraison neutres en CO2. Ils s'intéressent également à la question de savoir si l'emballage que vous fournissez est entièrement recyclable ou non.

“Je pense que l'emballage (matériau) des produits commandés en ligne devrait être entièrement recyclable.”



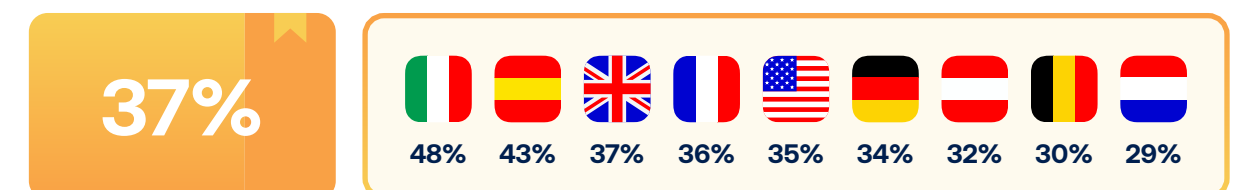
Une autre façon de réduire l'impact négatif de vos emballages sur l'environnement est tout simplement de moins en utiliser. Pourquoi ne pas commencer par examiner attentivement la taille des boîtes ? Trop souvent, les boîtes sont inutilement trop grandes pour le produit.

“Je pense que les boutiques en ligne utilisent souvent trop d'emballage pour expédier leurs commandes.”



L'un des points de discussion inévitables du passage au vert concerne les coûts supplémentaires. Malheureusement, l'innovation coûte généralement plus cher jusqu'à ce qu'elle soit plus largement utilisée. Dans cette optique, les clients sont-ils prêts à payer un supplément pour une livraison neutre en CO2 ?

Êtes-vous prêt à payer plus pour une livraison durable (moins ou pas d'émissions de CO2) ?



Bien qu'ils soient de fervents partisans de la livraison écologique, la plupart des consommateurs s'attendent toujours à ce que les frais de livraison se stabilisent, ce qui signifie une augmentation des coûts pour les e-commerçants eux-mêmes.

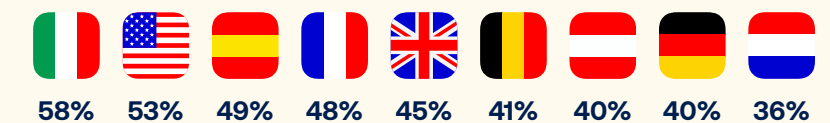


Voisins VS. Robots

Lorsqu'un colis ne peut pas être livré directement à votre adresse, les transporteurs encouragent souvent leurs livreurs à laisser le colis chez un voisin. Mais est-ce vraiment ce que veulent vos clients ?

“Je me sens mal à l'aise si mes voisins doivent accepter un colis pour moi.”

47%

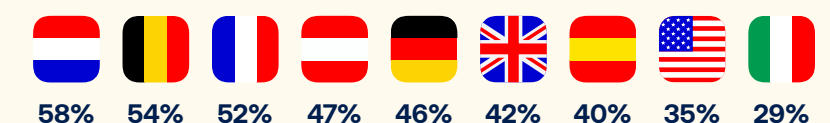


Quelles sont les alternatives pratiques ? Amener tous les colis en point relais ou les ramener à l'entrepôt est un cauchemar logistique.

Les serrures intelligentes sont un moyen pour les entreprises de lutter contre ce problème. En fait, les livreurs peuvent entrer par consentement dans le domicile d'un client pour y déposer un colis. C'est fou, n'est-ce pas... mais qu'en disent les consommateurs ?

“Je ne suis pas prêt à utiliser une serrure intelligente pour recevoir des colis lorsque je ne suis pas à la maison.”

43%



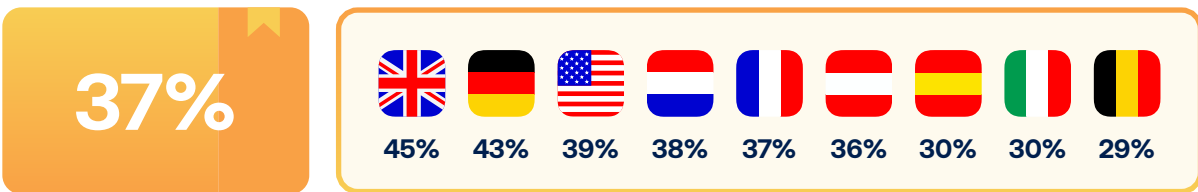
Bien que 37 % des personnes interrogées soient prêtes à essayer une serrure intelligente, nous devrions peut-être revenir à la phase de réflexion pour trouver une solution plus populaire.

Livraison Flash

Un nouveau phénomène est la livraison flash désignant des livraisons entre 10 minutes et quelques heures (parfois 24). Elle a été popularisée par des entreprises telles que Gorillas, Getir et Zapp, utilisant des vélos [électriques] et des scooters pour une livraison quasi instantanée.

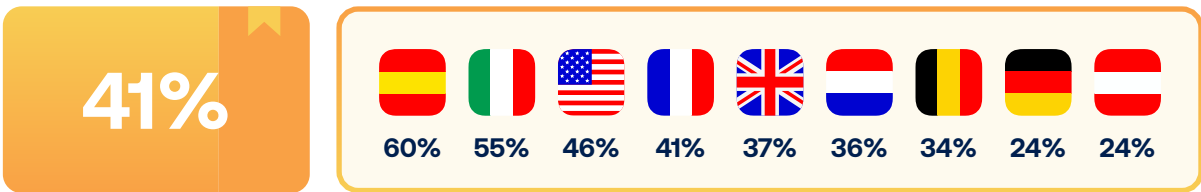
Bien que ce mode de livraison soit surtout utilisé pour les produits alimentaires à l'heure actuelle, il existe un réel intérêt pour la livraison flash d'articles e-commerce plus traditionnels, du moins pour les entreprises. Mais qu'en pensent les consommateurs ?

“Je suis heureux qu’il n’y ait pas de services de livraison flash dans mon quartier.”



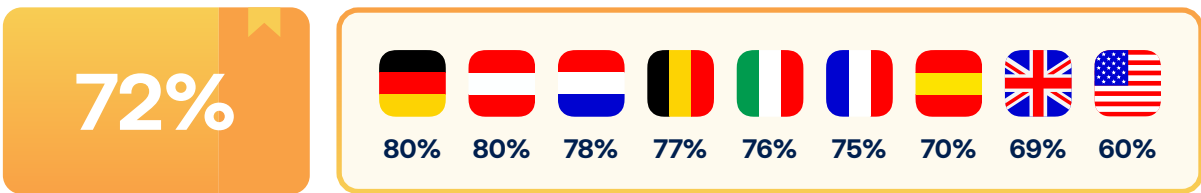
Les sociétés de livraison flash ont été critiquées pour leurs heures d'ouverture tardives, l'augmentation du trafic et le bruit qu'elles font avec leurs emballages, leurs vélos et leurs scooters.

“Je voudrais pouvoir choisir les services de livraison flash pour toutes mes commandes en ligne.”



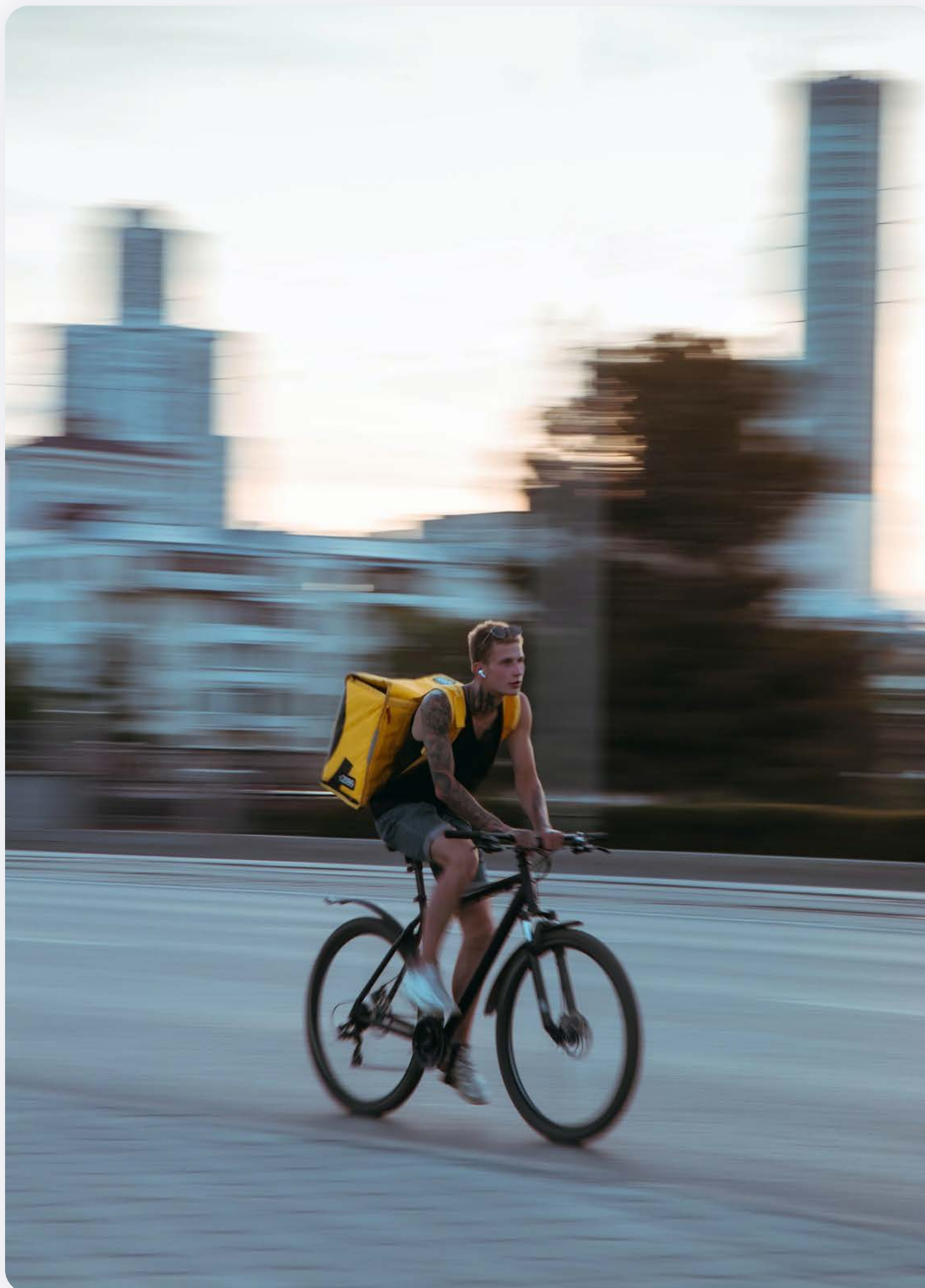
En revanche, la majorité des consommateurs veulent une livraison Flash. Ils ne facilitent pas les choses, n'est-ce pas ?

“Je pense qu’une livraison dans les 10 minutes est excessive.”



Dans l'ensemble, la livraison flash connaît quelques problèmes de démarrage et il est probablement trop tôt pour y porter un réel jugement.. Oui, les livraisons en 10 minutes sont peut-être excessives pour des articles autres que l'épicerie. Mais qu'en est-il des livraisons en 1 heure pour remplacer un article dont un client a besoin dans l'immédiat et qui est endommagé ou perdu ?

Pour nous, l'efficacité est presque un désir inné. Nous voulons tout plus vite, voire maintenant. Dans cette optique, restez à l'écoute. La livraison flash doit être affinée, mais nous pensons qu'elle est là pour durer.



Avis d'expert

“ Les exigences de livraison devenant plus élevées que jamais, le coût de la livraison restera un facteur décisif dans l'intention d'achat, ce qui fait que la livraison gratuite et d'autres promotions constituent pour les commerçants d'excellents moyens de convertir les visiteurs en acheteurs.

Le souci du développement durable continuera de redéfinir la façon dont les e-consommateurs font leurs achats, les acheteurs cherchant de plus en plus à réduire leur empreinte carbone et à adopter des décisions de consommation plus respectueuses de l'environnement (livraison locale, ramassage sur le trottoir, matériaux d'emballage recyclables, etc.)

Au niveau global, l'e-commerce entame une transition vers une expérience plus personnelle, axée sur l'humain. Des outils tels que le Machine Learning, l'intelligence artificielle et la réalité augmentée seront de plus en plus utilisés pour rendre l'e-commerce plus intuitif et personnaliser davantage l'expérience d'achat.

Ruslan Fazlyev

Manager Général, eCommerce
Ecwid by Lightspeed

”

Les points clés pour réussir

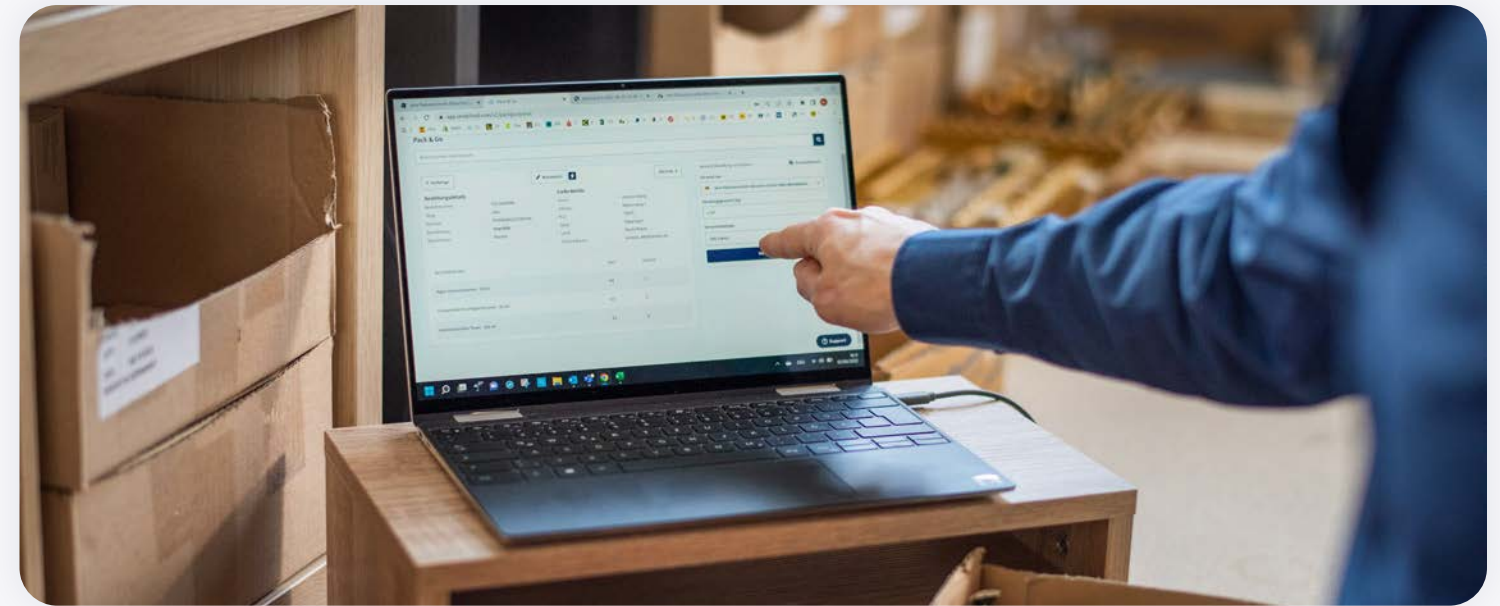
Comme toujours, réussir dans l'e-commerce requiert de la flexibilité et la capacité d'ajuster sa stratégie en fonction des demandes et des besoins de vos clients. Voici nos dernières réflexions sur ce que vous devez attendre de vos clients en 2023.



1. Les différences locales comptent

Ce n'est pas une surprise, mais les habitudes et les attentes en matière de livraison diffèrent d'un pays à l'autre. C'est particulièrement important pour votre entreprise lorsqu'elle cherche à se développer à l'international. Ce n'est pas parce qu'une méthode ou un transporteur fonctionne dans un pays qu'il en sera de même dans un autre.

Prenez votre temps lorsque vous entrez sur un nouveau marché. Utilisez cette étude pour apprendre à connaître vos futurs clients puis associez-vous à la bonne entreprise de logiciel d'expédition afin de profiter de leur connaissance approfondie du marché.



2. Les clients sont sympathiques et flexibles

Beaucoup de clients ont une préférence pour une société et une méthode de livraison, c'est inévitable. Mais, en fin de compte, ce que vos clients veulent, c'est leur produit et qu'il soit livré sans accroc.

Cependant, s'il y a des problèmes, ils savent que ces choses arrivent. Ils veulent simplement être informés en temps voulu et être assurés qu'il s'agissait d'une anomalie et non d'un incident courant.

Ne vous engagez pas envers un seul transporteur. Les logiciels d'expédition peuvent vous aider grâce à des outils et des API permettant de connecter plusieurs transporteurs à vos canaux de vente et d'informer automatiquement vos clients. Ainsi, vous pouvez répondre aux besoins de vos clients tout en surmontant les aléas de l'expédition et en augmentant vos conversions.



3. La livraison se doit d'innover

La livraison verte et flash ressemble aux deux côtés d'une pièce de monnaie - il ne semble pas possible de réaliser les deux. Pourtant, les clients exigent des méthodes plus respectueuses de l'environnement et, comme toujours, s'attendent à être livrés plus rapidement. Nous devons trouver cet équilibre parfait.

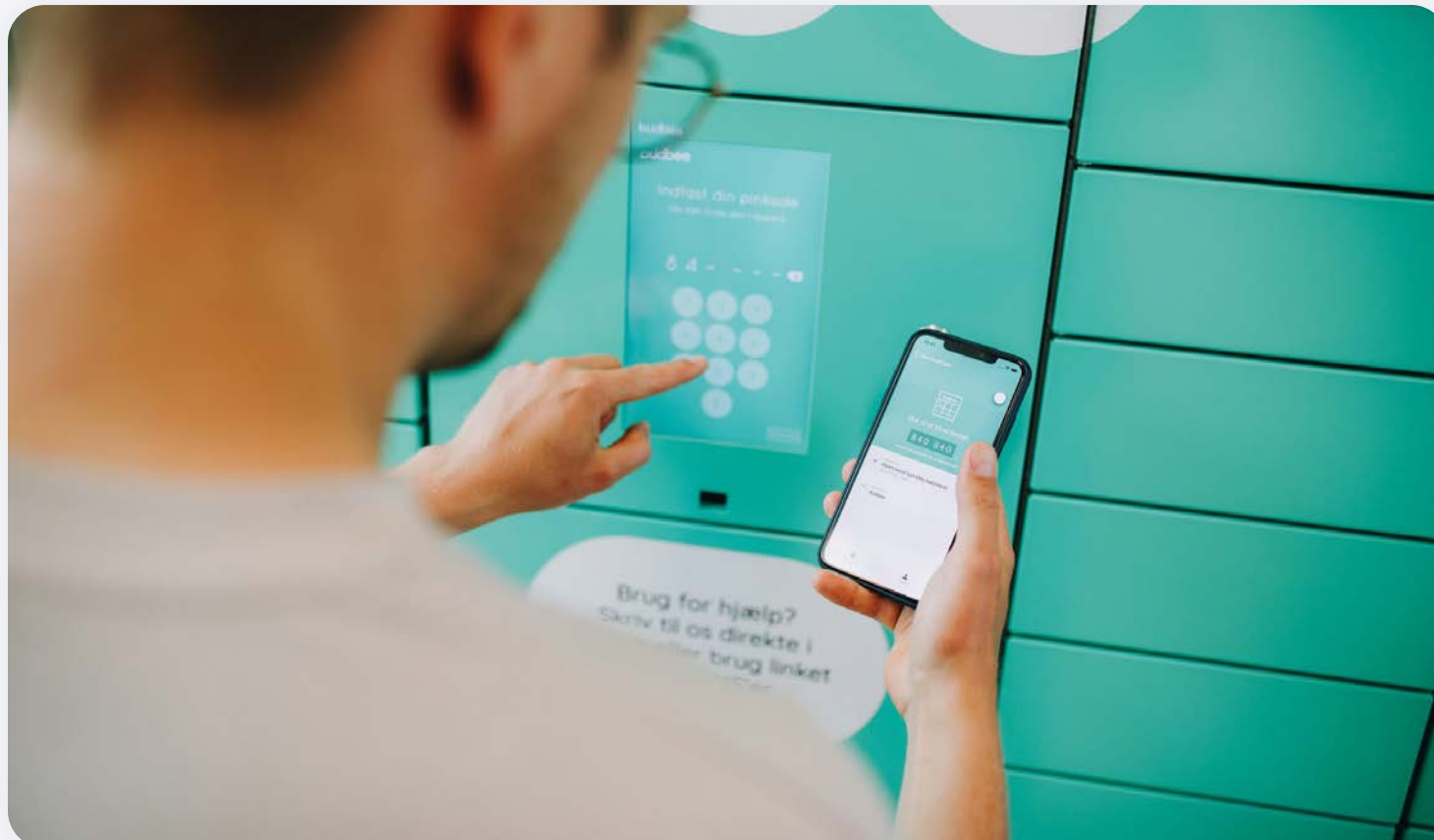
La mise en place de plusieurs options de livraison permet non seulement d'augmenter la conversion, mais aussi de réduire l'impact négatif sur l'environnement. Par exemple, la livraison en points relais et dans les consignes à colis est une option verte n'entraînant pas de coûts supplémentaires.



4. Les consommateurs s'attendent à une inflation

L'inflation potentielle liée à la crise financière causée par la pandémie est une préoccupation pour les consommateurs. Non seulement la sécurité de l'emploi diminue dans de nombreux secteurs, mais on s'attend aussi à ce que l'inflation entraîne une hausse globale des frais de livraison.

Anticipez la hausse des frais de port et soyez transparent avec vos clients sur cette augmentation. L'ensemble du marché et des transporteurs augmentent (ou ont déjà augmenté) leurs tarifs. Il est important de planifier votre activité en conséquence et d'établir la bonne stratégie pour la nouvelle année. La flexibilité est et reste la clé !



À propos de cette étude

La plateforme d'expédition e-commerce Sendcloud

Sendcloud est une plateforme d'expédition tout-en-un pour les e-commerçants qui se connecte à plus de 85 CMS et transporteurs. Comptant parmi les entreprises technologiques à la croissance la plus rapide en Europe, l'entreprise a pour mission de rendre l'expédition aussi évolutive que possible pour chaque entreprise e-commerce. La plateforme offre un checkout optimisé avec des options de livraison flexibles, un processus de prélèvement, de préparation et d'impression d'étiquettes entièrement automatisé, des notifications de suivi personnalisées et une solution de retour. Avec plus de 23 000 clients, des intégrations avec plus de 50 plateformes et plus de 80 transporteurs internationaux, Sendcloud est la première solution d'expédition en Europe et bientôt au-delà.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.sendcloud.fr

La société de mesure Nielsen

Nielsen Holdings plc (NYSE : NLSN) est une entreprise mondiale de mesure et d'analyse de données qui fournit la vision la plus complète et la plus fiable qui soit des consommateurs et des marchés dans le monde. Son approche associe les données exclusives de Nielsen à d'autres sources de données pour aider les clients du monde entier à comprendre ce qui se passe maintenant, ce qui se passera ensuite, et comment agir au mieux en fonction de ces connaissances. Société du S&P 500, Nielsen est présente dans plus de 100 pays, couvrant plus de 90 % de la population mondiale.

For more information, visit www.nielsen.com



Transformez ces informations en actions

Offrez une expérience d'expédition optimale et prenez de l'avance sur vos concurrents. La plateforme d'expédition Sendcloud vous donne le contrôle, vous permet de rationaliser vos opérations d'expédition et de dépasser les attentes des clients. Découvrez la puissance de Sendcloud, essayez gratuitement dès aujourd'hui.

En savoir plus sur sendcloud.fr 

