

LIVRAISON ET E-COMMERCE

L'impact des nouvelles exigences des consommateurs en matière de livraison sur l'e-commerce.

UNE EXPERIENCE DE LIVRAISON RÉUSSIE PERMET AUX RETAILERS DE :



Se démarquer de la concurrence



Augmenter les taux de conversion



Développer la satisfaction client

DIFFÉRENTIATION

La livraison influence le parcours d'achat des consommateurs, à commencer par le choix du retailer

66%

Des consommateurs changent de site pour bénéficier d'une livraison adaptée à leurs besoins et terminer leur commande

49%

Sont prêts à payer plus pour bénéficier d'options de livraison plus pratiques



De la même manière, les consommateurs examinent les modalités de retour



76%

Regardent les conditions de retour avant de terminer leur commande



L'IMPACT DES MODALITÉS DE RETOUR SUR LES DÉCISIONS D'ACHAT DES CONSOMMATEURS

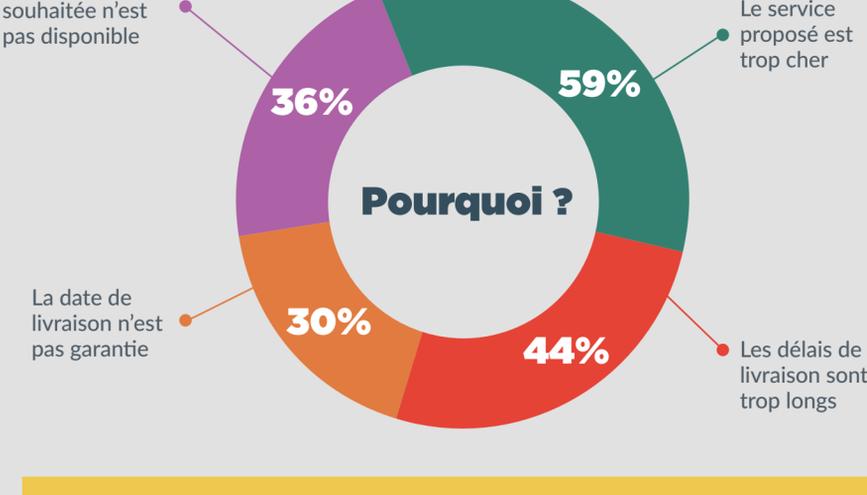
81%	51%	41%
Sont enclins à acheter plus sur un site possédant une politique de retour plus souple	Ont abandonné leur commande à cause des conditions de retour	Sont prêts à payer pour bénéficier d'options de retour plus pratiques

Une livraison personnalisée favorise la décision d'achat du consommateur. Les retailers proposant de multiples options de livraison disposent d'un avantage concurrentiel indéniable.

CONVERSION

Les consommateurs abandonnent leur commande en raison d'options de livraison insatisfaisantes

50% des consommateurs n'ont pas finalisé leur commande



Quelles sont les attentes réelles des consommateurs en matière de livraison ?

83%



Souhaitent que les options de livraison apparaissent sur les pages produits

86%



Une livraison rapide

80%



Un créneau horaire de livraison précis

83%



Une date de livraison garantie

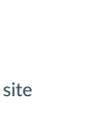
Des services de livraison personnalisés minimisent les abandons de paniers et augmentent les taux de conversion.

FIDÉLISATION

La livraison a un impact direct sur les préférences d'achat des consommateurs à long terme

Une expérience positive

96% Des clients achèteront à nouveau sur le site



ATTENTION !

Une expérience négative

45% Ne retourneront probablement pas sur le site

39% Privilégieront par la suite un achat en boutique



Une livraison insatisfaisante nuit aux résultats des ventes en ligne et à l'image de marque

Une expérience de livraison négative risque d'être partagée auprès d'une communauté de clients potentiels

40%

Ont partagé leur mauvaise expérience sur les réseaux sociaux



56%

Se disent influencés par un commentaire négatif

Les retailers privilégient des échanges proactifs avec leurs clients pour démontrer leur engagement

82%

Des consommateurs soulignent l'importance du tracking

45%

Souhaitent recevoir le tracking de leur colis via sms

85%

Souhaitent tracker leurs colis via email



81%

des consommateurs trackent leurs commande au minimum 2 fois

Informar les clients sur le statut de la livraison est fondamental

Des services de livraison optimisés peuvent transformer un client en ambassadeur

LES DÉFIS À VENIR ?

Les consommateurs nous ont confié leurs attentes en matière de services de livraison :

16%



Livraison via drone

11%



Livraison directe dans les coffres des voiture

27%



Dispositif sécurisé à domicile

55%



Livraison le jour même

35%



Livraison dans l'heure

23%



Livraison dans des consignes

16%



Livraison dans les gares

Le monde de la livraison évolue rapidement, prenez une longueur d'avance !