

## Expérience client : les nouveaux défis des e-marchands

**Bagneux, le 13 septembre 2018.** Présentes lors de la Paris Retail Week 2018, sur le thème du Smart Phygital, les équipes de Neopost Shipping ont exposé leurs solutions aux e-commerçants et retailers afin de les accompagner dans l'amélioration de l'expérience client. Au cœur de toutes les préoccupations, l'expérience d'achat ne cesse d'évoluer, tandis que les consommateurs sont en quête de nouvelles sensations mêlant physique et digital, comme le click & collect. Dans son **enquête menée avec Research Now, auprès des consommateurs et commerçants en France**, Neopost Shipping acteur global majeur dans la supply chain du commerce et e-commerce, a identifié les grandes tendances qui touchent l'ensemble du secteur - de la performance à l'expérience client - **afin de donner aux e-commerçants toutes les clés pour garantir le succès de leur activité.**

### Les grandes tendances dictées par les acheteurs en ligne

Alors que le secteur du commerce connaît de grandes mutations, les consommateurs français dictent désormais leur expérience d'achat et changent leurs habitudes de consommation. De nouvelles tendances, entre physique et digital, se dessinent : 38% des acheteurs français pratiquent le *webrooming*, c'est à dire qu'ils effectuent des recherches en ligne puis se rendent en magasin pour faire leurs achats - et à l'inverse 39% des acheteurs pratiquent le *showrooming*, c'est à dire qu'ils se rendent en magasin puis font leurs achats en ligne. Si ces pratiques sont aujourd'hui plus répandues chez les acheteurs britanniques (63%) et australiens (65%), elles démontrent que **les consommateurs français recherchent une expérience d'achat totale**, du web au magasin.

### Les enjeux de la livraison face aux attentes des consommateurs

**De fait, la qualité de l'expérience joue un rôle majeur dans la fidélisation des consommateurs** et la livraison en est la clé. L'étude révèle que 47% des consommateurs français cesseraient de faire des achats auprès d'un commerçant en cas d'interaction négative et 88% d'entre eux affirment mentionner la livraison dans leurs commentaires lorsqu'ils partagent leur expérience.

**Le coût et la rapidité de la livraison se révèlent être les deux piliers d'une expérience d'achat réussie** : 67% des consommateurs ont abandonné leur panier d'achat en raison de frais de livraison trop élevés et 86% des consommateurs considèrent que les frais de livraison sont généralement trop élevés. Par ailleurs, bien que 61% des consommateurs se disent disposés à payer des frais de livraison pour bénéficier du confort d'être livrés chez eux, 54% préfèrent économiser de l'argent en faisant leurs achats dans un magasin physique si les frais de livraison en ligne sont trop élevés. Ainsi, 83% préfèrent généralement la livraison gratuite à la livraison rapide et 54% des consommateurs achèteraient davantage en ligne si la livraison était gratuite.

#### Qu'attendent les acheteurs fréquents\* de la livraison ?

- 63% des acheteurs fréquents seraient prêts à augmenter la valeur de leur panier d'achat pour bénéficier d'une livraison hyper locale gratuite (1-3 heures)
- 38% d'entre eux s'attendent à être livrés par drone dans un futur proche, soit 22% de plus que l'acheteur moyen.
- 33 % d'entre eux ont abandonné du quart à la moitié de leurs paniers d'achat en raison de problèmes relatifs à la livraison.

(\*qui dépensent plus 500 euros en ligne par mois)

## L'expérience client, levier de conversion majeur pour les e-commerçants

Face aux attentes spécifiques et évolutives des consommateurs, l'étude de Neopost Shipping révèle qu'une grande majorité des e-marchands français rencontrent des difficultés :

- 53% dans l'automatisation des processus de préparation des commandes et de gestion des expéditions et le même pourcentage dans le développement sur de nouveaux marchés nécessitant la livraison internationale,
- 50% des pure players pour trouver des services de transport adaptés aux besoins des clients,
- 46% des e-marchands pour gérer le coût croissant des frais de transport.

**L'automatisation de la préparation des commandes et de la gestion des expéditions apparaît comme l'une des grandes priorités des commerçants** qui cherchent à investir dans ce domaine au cours des 12 prochains mois.

Si le processus de retours fait partie intégrante de l'expérience client, 48% des commerçants considèrent leur politique et processus de retours injustes envers les consommateurs, tandis que 47% les trouvent lents. Il apparaît ainsi que pour la moitié des e-marchands, **une marge d'amélioration existe pour optimiser l'expérience client et in fine augmenter son taux de conversion** : 41% des consommateurs interrogés ont retourné leur commande en ligne en raison d'un problème lié aux dimensions du produit d'où la nécessité de mettre en place un processus de retours adapté aux besoins des clients afin d'atténuer les désagréments liés au renvoi des articles.

Enfin, bien que 50% des acheteurs déclarent augmenter la valeur de leur panier d'achat pour bénéficier de la livraison gratuite, seulement 11% des e-marchands l'utilisent comme technique de vente pour attirer de nouveaux clients. Ainsi, **proposer davantage d'options de livraisons alternatives, appuyées par un suivi efficace et une politique de retour cohérente** est une solution pour permettre la conversion et élargir la base des clients du e-commerçant.

### Les principales préoccupations des e-marchands travaillant avec des transporteurs ?

- L'accès à des services de transport internationaux (33%)
- La hausse des tarifs des transporteurs (46%)
- Obtenir des tarifs compétitifs des transporteurs (46%)
- Le coût des prestations de transport vs qualité des prestations (47%)

Près de la moitié des e-marchands rencontre des difficultés liées aux transporteurs – les principales sources de préoccupation étant le coût, la précision dans le calcul des coûts liés au transport, la facilité d'utilisation et la transparence.

### (Étude intégrale sur demande)

#### Méthodologie de l'étude

Commandée par Neopost Shipping et réalisée par Research Now, cette enquête a été menée auprès d'un panel de 1015 consommateurs en ligne et 277 e-commerçants, dans plusieurs catégories, sur l'année 2017 (habitude, pratique, impression, expérience et performance). Les données récoltées, comparées à celles du rapport « L'Etat des lieux des expéditions dans le commerce » 2016, ont permis de souligner plusieurs tendances et différences. L'objectif ? Exposer les divers facteurs affectant le secteur de l'e-commerce en France et mesurer l'écart existant entre les attentes des consommateurs et l'aptitude des commerçants à y répondre.

#### À propos de Neopost Shipping

Neopost Shipping, division du groupe Neopost, est l'un des principaux acteurs du marché des solutions technologiques pour la supply chain du Commerce et du e-commerce. Pour accompagner la croissance du commerce en ligne et traditionnel, Neopost Shipping investit et innove pour aider les distributeurs, les e-marchands et les spécialistes du premier et dernier kilomètre à améliorer l'expérience de livraison des e-consommateurs, et à faire croître leur business tout en réduisant les coûts d'exploitation. L'entreprise compte plus 400 salariés et est implantée en Europe, en Amérique du Nord et dans la région Asie-Pacifique. Chaque année, ses solutions permettent de traiter des centaines de millions d'expéditions et des milliards de transactions de données. En savoir plus : <http://shipping.neopost.com>

#### Contact presse – Le Bureau de Com

Laurine Latrubesse - 01 85 09 28 20 - [llatrubesse@lebureaudecom.fr](mailto:llatrubesse@lebureaudecom.fr)