

Le transporteur, un prolongement de votre marque



Table des matières

Introduction – Votre fournisseur de services de livraison fait bien plus que livrer vos produits.	3
Comment un fournisseur de services de livraison peut-il créer une chaîne d'approvisionnement efficace et fiable?	4
Expertise relative à la chaîne d'approvisionnement et occasions d'impartition.....	4
Solutions technologiques assurant une visibilité tout au long du parcours.....	5
Offrir commodité aux clients grâce à des points d'accès innovateurs.....	5
Répondre à l'évolution de la demande avec l'aide d'un fournisseur de livraison fiable possédant un solide réseau.	6
Un vaste réseau logistique pour une plus grande portée.	6
Une grande quantité d'actifs détenus par l'entreprise pour une capacité éprouvée.....	7
Des entrepôts situés dans des lieux stratégiques pour une logistique du dernier kilomètre efficace.....	7
Questions rapides au moment de sélectionner un fournisseur de services de livraison.	7
Le bon fournisseur de services de livraison peut aider à créer des expériences personnalisées en fin de parcours.....	8
Options de livraison personnalisées.....	8
Options de retour flexibles.....	9
Service à la clientèle professionnel.	9
Un prolongement de votre marque.....	9
Transformer une expérience client négative.....	10
... en une expérience positive.....	10
Conclusion – Investir dans un fournisseur de services de livraison digne de confiance qui servira de prolongement de votre marque.	11
Resources.	12

Votre fournisseur de services de livraison fait bien plus que livrer vos produits.

Vous travaillez fort pour gagner la confiance de vos clients et les rendre fidèles à votre marque. Les activités de votre entreprise sont fondées sur une bonne expérience client. Et lorsque votre produit (et votre entreprise) est entre les mains d'un fournisseur de services de livraison, l'expérience du client doit demeurer uniforme. Votre fournisseur de services de livraison doit travailler aussi fort que votre entreprise afin d'aider à fidéliser les clients, à améliorer la réputation de votre marque et, plus important encore, à satisfaire vos clients.

En raison de l'augmentation du nombre d'entreprises qui choisissent de se tourner vers le numérique au lieu d'avoir un emplacement physique, les clients d'aujourd'hui ont beaucoup moins d'interactions directes avec les marques. Il est donc plus difficile d'offrir une expérience personnalisée et contrôlée à chaque client. De nombreux éléments, outre le produit de base d'une marque, aident à créer une expérience client exceptionnelle. Le plus important est la livraison de vos produits; 74 % des acheteurs indiquent que la livraison est importante dans l'expérience de magasinage globale¹. Dans de nombreuses transactions en ligne, la livraison est le seul point de contact physique avec votre client et celle-ci peut laisser une impression durable. Mais ce n'est pas la seule raison pour laquelle il s'agit d'un moment décisif du parcours de l'acheteur. Vous pouvez envoyer des communications après la livraison, comme une demande de commentaires ou un courriel de remerciement, mais votre dernière interaction assurée avec le client est souvent la livraison en fin de parcours. En offrant un service exceptionnel jusqu'à la fin, vous réussirez probablement à bien conclure l'expérience de l'acheteur et à assurer la fidélité de celui-ci à votre marque.

Le « dernier kilomètre » n'est pas le seul facteur à prendre en considération dans le choix d'un fournisseur de livraison. Beaucoup de travail effectué en coulisses a une incidence sur l'expérience globale du client. Votre fournisseur de services de livraison peut vous aider à gérer des éléments essentiels de la conversion, comme les produits offerts, des renseignements exacts sur l'achat, des options d'expédition personnalisables et des évaluations positives. Une fois qu'un visiteur est converti, vous favorisez sa fidélité et rehaussez la réputation de votre marque.

En bref, votre fournisseur fait bien plus que livrer vos produits : il est un prolongement de votre marque.

Dans ce livre électronique, nous examinons les façons dont les fournisseurs de services de livraison peuvent avoir une incidence positive sur plusieurs aspects de votre entreprise.

- ✓ Il crée une chaîne d'approvisionnement efficace et fiable qui améliore votre rendement.
- ✓ Il mène des opérations logistiques souples qui répondent à la demande en constante évolution des consommateurs.
- ✓ Il offre un service en fin de parcours personnalisé à vos clients.

Le saviez-vous?

84 %

des acheteurs indiquent qu'il est peu probable qu'ils magasinent chez un détaillant après une mauvaise expérience de livraison en fin de parcours¹.



Comment un fournisseur de services de livraison peut-il créer une chaîne d'approvisionnement efficace et fiable?

L'optimisation de la chaîne d'approvisionnement est une activité qui passe souvent inaperçue pour le consommateur final. Pourtant, elle est essentielle à l'efficacité et à la fiabilité de chaque livraison. Comme c'est le cas en restauration, les éléments qui contribuent à une bonne expérience sont

souvent gérés en cuisine, hors de la vue des clients. Avec les bons conseils et outils, vous pouvez améliorer vos opérations pour répondre aux attentes croissantes des clients et établir une chaîne d'approvisionnement fiable.



Le saviez-vous?

98 %

des clients affirment que l'expédition a une incidence sur la fidélité à la marque ¹.

Expertise relative à la chaîne d'approvisionnement et occasions d'impartition.

Lorsqu'il est question d'impartir certaines parties de la chaîne d'approvisionnement, des entreprises hésitent. Elles peuvent ne pas connaître le processus ou craindre de perdre leur propre expertise, les procédures qui leur conviennent et leur identité de marque interne. Sans compter que l'impartition peut sembler coûteuse. Un bon fournisseur de services de livraison pourra répondre à vos préoccupations en faisant preuve d'honnêteté. Oui, des changements seront apportés et il y aura probablement des dépenses à rationaliser. Mais les avantages à long terme l'emporteront sur l'incidence à court terme.

Concentrez-vous sur les activités principales de votre entreprise et laissez votre fournisseur de services de livraison vous offrir sa vaste expertise et des outils qui, souvent, ne peuvent pas être reproduits par d'autres conseillers. Vous obtiendrez de l'information sur les occasions d'optimisation pertinentes pour votre stratégie d'affaires et serez tenu au courant de vos activités imparties.

Voici quelques aspects que vous pouvez confier à un bon fournisseur de services de livraison :

- ✓ Installations de traitement des commandes et d'entreposage
- ✓ Réseau d'experts en importation et en exportation
- ✓ Intégration technique
- ✓ Services de transport supplémentaires, comme les services le même jour et les services gants blancs
- ✓ Gestion des retours et logistique inverse

Solutions technologiques assurant une visibilité tout au long du parcours.

Certains fournisseurs de services de livraison auront des solutions d'automatisation pour améliorer la gestion des stocks, l'exactitude de l'expédition et les quantités nécessaires au réapprovisionnement. Pour le client, ces solutions peuvent améliorer la fiabilité des renseignements sur différents sujets, comme la disponibilité des

produits et la rapidité de mise en marché. De telles solutions peuvent vous permettre de garder vos clients informés grâce à des avis automatiques, à des courriels ou à des messages textes fiables et au suivi en temps réel des colis en ligne, du moment de l'achat à la livraison d'un colis.

Offrir commodité aux clients grâce à des points d'accès innovateurs.

Existe-t-il quelque chose de plus important pour un consommateur que d'avoir accès à sa livraison ou de pouvoir retourner son envoi? Pour des raisons de commodité, 30 % des commandes en ligne sont livrées à des lieux autres qu'une adresse domiciliaire². Voici quelques façons dont un fournisseur de services de livraison peut offrir des solutions de cueillette et de dépôt pratiques, fiables et flexibles pour vous et vos clients :

- ✓ **Avis de suivi portant les deux marques.** De votre entrepôt jusqu'à leur porte, les clients peuvent voir le parcours de leur colis en temps réel au moyen d'avis par message texte ou par courriel. Mieux encore, les avis peuvent porter la marque du transporteur et la vôtre afin de démontrer une affiliation harmonieuse entre votre entreprise et vos services de livraison.
- ✓ **Lieux de cueillette non conventionnels.** Les lieux de cueillette n'ont pas à être stationnaires. Par exemple, les points de cueillette mobiles peuvent se stationner à un endroit pratique pour un quartier entier, afin d'offrir aux clients et aux entreprises une solution flexible pour ramasser leurs colis.
- ✓ **Kiosques de dépôt en libre-service.** Un point de service éphémère situé dans un endroit achalandé, comme un centre commercial, où les clients peuvent déposer un colis.
- ✓ **Options d'expédition avec signature.** Les expéditeurs peuvent demander l'option « Signature requise » pour une sécurité accrue au moment du transfert, ce qui est utile pour les entreprises et les retours des clients.
- ✓ **Expédition à partir du magasin.** Les détaillants peuvent utiliser les stocks de leur magasin pour les livraisons locales afin d'offrir un service plus rapide et de réduire les coûts d'expédition.



Répondre à l'évolution de la demande avec l'aide d'un fournisseur de livraison fiable possédant un solide réseau.

Les entreprises n'ont plus besoin d'ouvrir des magasins physiques pour prendre de l'expansion et percer de nouveaux marchés. Le commerce électronique permet aux entreprises de toutes tailles de faire des affaires à l'échelle mondiale. Afin d'offrir un service uniforme à tous les clients, votre fournisseur de services

de livraison devra être en mesure d'effectuer les livraisons de façon aussi fluide, que la destination soit locale ou très éloignée. Il doit également être en mesure de gérer la variation de la demande, que ce soit en raison de votre croissance ou des périodes de pointe.

Le saviez-vous?

Seulement

28 %

des Canadiens préfèrent acheter en magasin durant les fêtes³. Créez une expérience en ligne positive durant les périodes occupées pour favoriser la fidélité à votre marque pendant les moments plus tranquilles.



Un vaste réseau logistique pour une plus grande portée.

Les fournisseurs de services de livraison possédant un vaste réseau peuvent vous aider à trouver le meilleur itinéraire pour vos envois. Ces itinéraires optimisés peuvent augmenter votre vitesse de mise en marché et vos profits. Avec l'aide d'un partenaire expérimenté, vous pouvez acheminer les produits de votre entreprise vers des destinations difficiles à atteindre, comme

les régions éloignées et les lieux que vous ne connaissez pas à l'étranger, ce qui vous permet d'élargir votre portée dans des secteurs où vos concurrents ne sont pas encore présents. Celui-ci sera également en mesure de vous fournir les connaissances et les outils nécessaires pour vous conformer aux règlements relatifs à l'importation et à l'exportation.

Une grande quantité d'actifs détenus par l'entreprise pour une capacité éprouvée.

Avec un grand parc de véhicules interne, votre fournisseur de services de livraison peut effectuer seul les livraisons. En l'absence de tierces parties, beaucoup moins de personnes entrent en contact avec vos produits. Avoir un seul fournisseur permet également d'éviter toute variation entre les processus et les différentes politiques, valeurs d'entreprise et ressources utilisées

dans la chaîne d'approvisionnement. Durant le transport, cela présente des avantages. La rapidité de livraison peut être accrue et l'intégrité du produit, ainsi que la réputation de votre marque, peuvent être mieux protégées. Laisser un colis entre les mains d'un seul conducteur réduit les risques de dommages ou de perte en plus d'assurer la sécurité du produit.

Des entrepôts situés dans des lieux stratégiques pour une logistique du dernier kilomètre efficace.

Les fournisseurs de services de livraison fiables et possédant un vaste réseau auront des entrepôts situés près de vos clients. En utilisant des espaces plus proches des clients consommant de grands volumes, vous pourrez réduire les délais de livraison et votre empreinte carbone. Les consommateurs sont de plus

en plus conscients de leur impact environnemental et de celle des entreprises auprès desquelles ils achètent. En effet, 88 % d'entre eux se montreront fidèles à une entreprise qui soutient les enjeux environnementaux⁴.

Questions rapides au moment de sélectionner un fournisseur de services de livraison.

Le succès de votre stratégie de fidélisation à la marque et d'expérience client dépend du rendement de votre fournisseur de services de livraison. N'oubliez pas que votre choix sera le visage de votre entreprise pour chacun de vos clients qui achètent en ligne.

Lorsque vous décidez du fournisseur de services de livraison avec lequel vous ferez équipe, prenez en considération les facteurs suivants :

- ✓ Offre-t-il des délais de traitement garantis?
- ✓ Offre-t-il activement de nouvelles options qui pourraient être avantageuses pour vous et vos clients?
- ✓ Est-il en mesure de gérer les périodes particulièrement occupées?
- ✓ Livre-t-il presque la totalité des colis à temps?
- ✓ Ses valeurs correspondent-elles aux vôtres?
- ✓ Offre-t-il une expertise et des outils pour les solutions de chaîne d'approvisionnement?



Le bon fournisseur de services de livraison peut aider à créer des expériences personnalisées en fin de parcours.

Les occasions et le besoin d'offrir un service à la clientèle en personne ont été réduits au minimum. Outre le commerce électronique, les robots conversationnels et les caisses libre-service ne sont que quelques autres exemples de l'automatisation qui remplace l'interaction avec les clients. Dans certains cas, l'interaction humaine est éliminée de l'ensemble du parcours de l'acheteur.

35 % des acheteurs âgés de 18 à 34 ans préfèrent les options en libre-service comme les armoires à colis ou la retenue d'un envoi dans un endroit sécurisé ⁵. Les entreprises doivent donc trouver des façons créatives d'assurer une expérience client positive et personnalisée, même lorsqu'il y a peu ou pas d'interaction.



Se démarquer de la concurrence grâce à un service personnalisé.

66 %

des acheteurs choisiront l'entreprise qui offre le plus d'options de livraison ⁶.

Options de livraison personnalisées.

Personnalisez le parcours de vos clients en leur offrant du choix. En optant pour un fournisseur de services de livraison offrant une vaste gamme d'options, vous donnez à vos clients la liberté de choisir la livraison qui leur convient le mieux. Certaines personnes veulent la livraison gratuite, tandis que d'autres privilégient la rapidité. Dans les faits, 49 % des consommateurs affirment avoir

payé plus cher pour des options de livraison meilleures ou plus commodes ⁶. Lorsqu'ils sont pressés, ils peuvent payer un supplément pour obtenir un service accéléré. Et s'ils préfèrent faire livrer le produit dans un magasin, ils peuvent choisir de le ramasser à cet endroit.

Options de retour flexibles.

Toutes les entreprises savent qu'il est impossible de satisfaire tous les clients et qu'il faut prévoir des retours, particulièrement pour les achats en ligne ⁷. Il est important que le retour des commandes en ligne soit aussi simple pour les clients que les retours d'articles en magasin. 44 % des acheteurs n'achèteront plus chez un détaillant s'ils ont une mauvaise expérience de retour ⁸. Cherchez un fournisseur qui offre plusieurs façons de retourner

un article, y compris des directives simples pour protéger et emballer vos marchandises afin de réduire les dommages. Profitez de cette occasion pour informer les clients sur votre processus et de la façon dont vous vous efforcez de réduire le gaspillage. Utilisez les services d'un fournisseur de services de livraison pour remettre à neuf, recycler ou éliminer de façon éthique les marchandises retournées irrécupérables.

Le saviez-vous?

96 %

des clients ne se plaindront pas directement à une entreprise au sujet d'une mauvaise expérience, mais ils pourront en parler jusqu'à 15 de leurs amis ⁹.



Service à la clientèle professionnel.

Vous voulez que votre partenaire de livraison offre un service fiable, amical et professionnel, chaque fois. Mais si un colis est en retard ou si un imprévu survient, il est possible que votre client communique directement avec lui. Faites des recherches. Faites comme si vous étiez un client à la recherche de réponses sur

l'expédition. Avez-vous reçu une expérience client exceptionnelle? Vérifiez également la disponibilité des numéros de téléphone et des autres façons d'interagir avec le Service à la clientèle, ainsi que les réponses de celui-ci dans les médias sociaux.

Un prolongement de votre marque.

Pour vraiment comprendre la fin du parcours de votre livraison, envoyez un sondage à vos clients pour en apprendre davantage sur leur expérience d'achat. Posez des questions sur la qualité du service de livraison pour vous assurer que votre fournisseur

tient parole. Les réponses vous aideront à déterminer si vous avez le bon fournisseur de services de livraison et si vous pouvez lui faire confiance.

Transformer une expérience client négative...

L'évaluation de votre marque par votre client ne commence pas par la navigation de votre site et ne termine pas au passage à la caisse. Investissez dans l'expérience client après l'achat pour inciter les clients à revenir et à motiver de nouveaux clients potentiels à visiter votre site.



94 %

des clients blâmeront le détaillant si la livraison se déroule mal ⁸. Mais...



97 %

des consommateurs lisent les évaluations en ligne avant d'acheter un produit ¹⁰.



Les consommateurs sont

21 %

plus susceptibles de rédiger un avis après une mauvaise expérience qu'après une expérience positive ¹¹.

... en une expérience positive

Toutes les entreprises reçoivent des commentaires négatifs. Apprenez comment transformer des clients insatisfaits en clients satisfaits. Créez une stratégie de rétention. Wayfair est reconnue pour son excellent service à la clientèle. L'entreprise rend bien visibles ses coordonnées et met l'accent sur les compétences en résolution de problèmes plutôt que sur l'empathie lorsqu'ils recrutent des agents de service à la clientèle.



57 %

des clients seraient impressionnés si une marque remboursait les frais d'expédition ou expédiait un nouvel envoi en raison d'un retard ⁵.



Investir dans un fournisseur de services de livraison digne de confiance qui servira de prolongement de votre marque.

Choisir le bon fournisseur de services de livraison est l'une des décisions les plus importantes pour vos activités d'affaires. Comme la personnalisation de l'expérience en ligne est de plus en plus populaire, il est essentiel que vous considériez votre fournisseur de services de livraison comme un prolongement de votre marque. Celui-ci doit être en mesure de vous fournir les ressources dont vous avez besoin pour renforcer la réputation de votre entreprise, élargir votre portée et assurer la fidélité à votre marque.



Resources

1. « Last Mile Delivery: What Shoppers Want and How to #SaveRetail ». Convey. 2018.
<https://www.getconvey.com/resource/research-last-mile-delivery-save-retail/> [En anglais seulement]
2. « UPS Pulse of the Online Shopper Study ». United Parcel Service of America, Inc. 2018.
<https://www.ups.com/assets/resources/media/knowledge-center/ups-pulse-of-the-online-shopper.PDF> [En anglais seulement]
3. « Distribution of in-store and online holiday shopping among consumers in Canada as of October 2019 ». Statista.
<https://www.statista.com/statistics/472597/consumers-planning-to-do-holiday-shopping-in-store-and-online-canada/> [En anglais seulement]
4. « 2017 Cone Communications CSR Study ». Cone Communications LLC. 2017.
<https://www.conecomm.com/research-blog/2017-csr-study> [En anglais seulement]
5. « Communication, Commitment, & Control: The Modern Customer Delivery Imperative ». Convey. 2017.
<https://www.getconvey.com/resource/retail-shipping-research-modern-delivery-imperative/> [En anglais seulement]
6. « Delivery: The linchpin of Amazon's customer promise ». Supply Chain Dive. 2019.
<https://www.supplychaindive.com/spons/delivery-the-linchpin-of-amazons-customer-promise/566174/> [En anglais seulement]
7. « 4 Things to Know About Ecommerce Returns to Minimize Lost Profits and Keep Customers Happy ». Entrepreneur. 2018.
<https://www.entrepreneur.com/article/306727> [En anglais seulement]
8. « Solving Satisfaction: Keys to Reducing Online Returns Anxieties ». Convey. 2019.
<https://www.getconvey.com/resource/shipping-research-online-returns-anxiety/> [En anglais seulement]
9. « Why Businesses Need To See Customer Feedback As Make-Or-Break ». Forbes. 2018.
<https://www.forbes.com/sites/serenitygibbons/2018/09/20/why-businesses-need-to-see-customer-feedback-as-make-or-break/#23af226b1083> [En anglais seulement]
10. « New Data: 97% of Consumers Depend on Reviews for Purchase Decisions ». Power Reviews.
<https://www.powerreviews.com/events/consumers-depend-on-reviews/> [En anglais seulement]
11. « 2018 ReviewTrackers Online Reviews Survey ». ReviewTrackers. 2018.
<https://www.reviewtrackers.com/reports/online-reviews-survey/> [En anglais seulement]



Découvrez comment Purolator peut vous aider à personnaliser vos activités en ligne.

[Nous contacter](#)

Purolator
Promesses tenues^{MC}