

Comment optimiser la logistique du dernier kilomètre : Guide pour dépasser les attentes des clients



Table des matières

Le dernier kilomètre : l'étape la plus importante de votre processus de livraison	3
Qu'est-ce que la livraison sur le dernier kilomètre?	4
Quels sont les défis liés à la livraison sur le dernier kilomètre?	4
Surmonter les défis liés à la livraison sur le dernier kilomètre	4
En quoi les tendances de magasinage dans le contexte de la COVID-19 ont-elles changé la livraison sur le dernier kilomètre?	5
Relever les défis du dernier kilomètre de front	7
À quoi ressemble une logistique du dernier kilomètre réussie?	7
Les 3 plus grands défis associés à la livraison sur le dernier kilomètre	8
Défi 1 : Répondre à la demande croissante en matière d'achats en ligne dans les centres urbains	8
Défi 2 : Répondre aux attentes croissantes des consommateurs à l'égard de la personnalisation de l'expérience	9
Défi 3 : Problèmes logistiques qui ne peuvent être anticipés	10
Livraison de produits essentiels de Purolator – La livraison personnalisée à votre secours	11
Relever le défi de la livraison sur le dernier kilomètre grâce à un service à la clientèle exemplaire	11
En quoi l'exigence de durabilité a-t-elle changé la livraison sur le dernier kilomètre?	12
Choisir un transporteur au dernier kilomètre	13
Votre transporteur au dernier kilomètre : un prolongement de votre marque	13
Éléments à considérer lorsque vous vous associez à un fournisseur de services de livraison sur le dernier kilomètre	14
Relevez le défi de la livraison sur le dernier kilomètre avec Purolator	16



Le dernier kilomètre : l'étape la plus importante de votre processus de livraison

Le concept de livraison sur le dernier kilomètre n'a rien de nouveau. En fait, il existe depuis aussi longtemps que les consommateurs ont recours aux achats par correspondance. Bien avant que nous commençons à faire des achats à partir de nos ordinateurs portables ou de nos appareils mobiles, le dernier kilomètre était simplement la dernière étape du mouvement linéaire des marchandises (de l'entrepôt et du détaillant au transporteur, puis au destinataire final), et on n'y réfléchissait pas particulièrement. Il y a quelques années seulement, les options de livraison étaient limitées et la visibilité du parcours de livraison, minime.

Par la suite, les achats en ligne ont connu une hausse marquée, et les consommateurs ont commencé à vouloir bénéficier d'un niveau de commodité semblable de la part des détaillants qu'ils ont l'habitude de visiter en personne. Ces attentes ont poussé les entreprises et les transporteurs au dernier kilomètre à chercher des façons d'optimiser la livraison à cette étape.

La logistique du dernier kilomètre est souvent la partie la plus complexe et la plus coûteuse du processus de livraison. Si l'on ajoute à cela les [attentes exceptionnellement élevées des clients](#) en matière de livraison le jour même ou le lendemain, on comprend mieux les défis auxquels les détaillants sont confrontés. La pression est forte pour réduire les coûts, améliorer la transparence et accélérer la livraison afin de se démarquer des géants du commerce électronique.

Qu'est-ce que la livraison sur le dernier kilomètre?

Le dernier kilomètre est simplement la dernière étape du transport des marchandises – de l'entrepôt ou du détaillant au transporteur, puis au point de cueillette ou à la résidence du client.

Quels sont les défis liés à la livraison sur le dernier kilomètre?

Les coûts et la complexité sont les principaux défis de la livraison sur le dernier kilomètre. Cette étape peut comporter beaucoup de variables : de l'entreposage au transport des marchandises des palettes aux camions, aux entreprises et aux détaillants, en passant par la distribution de colis à différents emplacements des clients. Les intervenants doivent faire preuve d'une grande efficacité pour déterminer l'itinéraire le plus direct et le plus rapide. C'est ce qu'on appelle l'optimisation de la livraison sur le dernier kilomètre.

Le dernier kilomètre peut s'avérer particulièrement complexe en raison des volumes d'expédition croissants découlant des ventes en ligne, de la nécessité de parcourir des zones urbaines densément peuplées et, enfin, des éventuels imprévus.

Surmonter les défis liés à la livraison sur le dernier kilomètre

Dans le présent guide, nous vous expliquerons comment relever les défis du dernier kilomètre. Vous serez alors en mesure de surmonter ces trois principaux défis et d'optimiser votre logistique du dernier kilomètre :

1. Répondre à la demande croissante en matière d'achats en ligne dans les centres urbains
2. Répondre aux attentes croissantes des consommateurs à l'égard de la personnalisation de l'expérience
3. Résoudre les problèmes logistiques imprévisibles

Les entreprises doivent relever ces défis tout en offrant rapidité et transparence. L'accélération de la livraison sur le dernier kilomètre exige que les entreprises établissent les routes les plus directes et les plus efficaces pour leurs clients, même dans les secteurs les plus densément peuplés. En outre, elles doivent établir les attentes relatives à la livraison avec les clients en comblant les lacunes sur le plan technologique. L'intégration de la technologie de suivi aux camions, de systèmes pour éliminer les retards et d'avis en temps réel pour les clients (par message texte) sont quelques-unes des façons dont les entreprises peuvent créer une meilleure expérience client.

Au fil des ans, l'offre des transporteurs au dernier kilomètre s'est grandement améliorée, mais certaines entreprises ont encore de la difficulté à offrir une expérience simplifiée.

Dans ce livre électronique, nous explorons les facettes de la livraison sur le dernier kilomètre, de l'évolution du dernier kilomètre à certains des principaux défis connexes. Nous voyons également **comment votre entreprise peut les surmonter.**



En quoi les tendances de magasinage dans le contexte de la COVID-19 ont-elles changé la livraison sur le dernier kilomètre?

En 2020, [la COVID-19 a eu des répercussions sur la façon dont les consommateurs achètent leurs produits](#), entraînant une croissance sans précédent de la consommation en ligne et d'autres méthodes de magasinage non traditionnelles. Les perturbations majeures que connaissait alors la chaîne d'approvisionnement mondiale ont grandement compliqué la gestion de cette augmentation des volumes.

Pourquoi ces perturbations se sont-elles produites? Les causes de ces impasses sont nombreuses. Plusieurs fabricants à l'étranger ont fermé leurs portes en raison de la situation entourant la COVID-19, ce qui a réduit

considérablement les capacités et fait grimper les coûts d'expédition. D'autres contraintes en matière de capacité se sont manifestées, comme l'accumulation dans les ports et le manque d'entrepôts et de camions.

Toutes ces pénuries dans l'approvisionnement et ces retards d'expédition ont incité les entreprises à intensifier leurs communications et leur transparence envers les clients. Ensemble, les entreprises et les fournisseurs de services d'expédition ont dû surmonter des revers logistiques pour offrir la meilleure expérience client.



Voici deux tendances qui ont eu une incidence sur le secteur des biens de consommation courante et la façon dont elles auront probablement des effets à long terme sur la livraison sur le dernier kilomètre.

Les détaillants adoptent pleinement les stratégies omnicanal

Les services omnicanal étaient déjà une tendance à la hausse avant l'arrivée de la COVID-19, mais lorsque les magasins physiques ont dû fermer, l'établissement d'une [stratégie omnicanal](#) est devenu une nécessité plutôt qu'un avantage concurrentiel.

Pour tenter de préserver leur part de marché, les détaillants ont créé une expérience omnicanal transparente pour l'ensemble du parcours d'achat, et ce, de la découverte du produit à la décision d'achat. Par exemple, un consommateur pourrait choisir de faire des recherches en ligne, de visiter un magasin, d'acheter un article en ligne et de le faire expédier dans un magasin près de chez lui, puis d'en publier une évaluation sur les réseaux sociaux.

Ce que cela signifie pour la livraison sur le dernier kilomètre...

Les acheteurs interagissent avec une entreprise au moyen de différents canaux pour effectuer un achat, et les entreprises ont besoin de chaînes d'approvisionnement résilientes pour s'assurer que les produits sont disponibles pour une livraison ou une cueillette rapide. Cela signifie que la livraison sur le dernier kilomètre ne consiste plus à acheminer un produit du point A au point B. Les chaînes d'approvisionnement doivent désormais emprunter de nouvelles directions. Par exemple, les articles peuvent être expédiés directement d'un magasin à un autre pour les commandes récupérées en magasin, ou encore du magasin à la maison afin d'accélérer les délais de traitement, le tout sans avoir à passer par un entrepôt.

Les biens de consommation courante ont une forte présence en ligne

Avant la pandémie de COVID-19, les [produits de consommation courante](#) (comme les aliments, les produits de nettoyage et les produits d'hygiène personnelle) étaient généralement achetés en magasin plutôt qu'en ligne.

Toutefois, durant la première semaine de confinement en raison de la COVID-19 aux États-Unis (du 7 au 14 mars 2020), par exemple, les ventes en ligne de biens de consommation courante ont augmenté de 91 %¹. À la fin de 2020, les achats en ligne de biens de consommation courante s'élevaient à 63 milliards de dollars américains par rapport à 2019².

Ce que cela signifie pour la livraison sur le dernier kilomètre...

Alors que l'achat de biens de consommation courante en ligne augmente, certaines entreprises ont converti leurs espaces de magasin inutilisés en petits [centres de ravitaillement](#). Ces « magasins » permettent aux entreprises de réduire la distance parcourue sur le dernier kilomètre en entreposant des produits plus près du client. Cette façon de faire permet de réduire les coûts liés à la livraison sur le dernier kilomètre tout en accélérant le processus pour les clients.



Souhaitez-vous maîtriser votre stratégie omnicanal?
[Lisez notre livre électronique pour obtenir d'autres conseils.](#)



Comment la COVID-19 a rapidement stimulé les ventes en ligne



La part de marché de la vente au détail en ligne a connu une croissance équivalant à 10 ans au cours des trois premiers mois de 2020 seulement³.

Les ventes de biens de consommation courante ont augmenté de 91 %.

Relever les défis du dernier kilomètre de front

Imaginez que vous êtes sur le point de remporter une course de 10 km pour laquelle vous avez passé une bonne partie de l'année à vous préparer. Vous avez maintenu une alimentation saine et avez suivi une routine d'entraînement stricte. La ligne d'arrivée est bien en vue, vous vous sentez fort et... vous trébuchez. Vous boitez jusqu'à la ligne d'arrivée sans rien pour démontrer tout ce travail acharné, sinon des genoux et un ego meurtris.

C'est un scénario malheureux, mais c'est aussi l'analogie parfaite pour montrer que la livraison sur le dernier kilomètre est vraiment l'élément décisif d'une transaction. Peu importe vos investissements en temps, en argent et en main-d'œuvre,

vos efforts ne servent à rien si vous ne répondez pas aux attentes du consommateur sur le dernier kilomètre.

D'un autre côté, une excellente expérience de livraison sur le dernier kilomètre peut laisser une [impression durable sur vos clients](#). Communiquer avec vos clients, livrer leur colis rapidement et traverser la ligne d'arrivée sans encombre permet d'établir un lien de confiance. Une fois que vous avez donné le ton d'une excellente expérience de livraison et que vous tenez vos engagements, vous avez toutes les chances de fidéliser votre clientèle et de conclure d'autres ventes.

À quoi ressemble une logistique du dernier kilomètre réussie?

Avant d'aborder les défis liés à la livraison sur le dernier kilomètre, jetons rapidement un coup d'œil à ce qui fait la réussite et l'efficacité de la logistique du dernier kilomètre, tant pour les consommateurs que pour les entreprises. Les clients recherchent de plus en plus une visibilité et une fiabilité accrues au niveau de leurs envois. Les entreprises, quant à elles, attendent de leur partenaire d'expédition qu'il les aide à respecter les normes des clients, et elles ont également besoin d'un soutien dans leur réseau de chaîne d'approvisionnement.

Pour les consommateurs



Visibilité et suivi des commandes en temps réel



Ponctualité de la livraison



Transport des envois de façon sécuritaire



Options de livraison souples



Aucune livraison manquée

Pour les entreprises



Disponibilité d'experts en chaîne d'approvisionnement



Suivi des stocks



Aucun point de transfert



Vaste réseau de distribution



Ponctualité de la livraison

Tous ces éléments (et bien d'autres) aident à créer une logistique du dernier kilomètre idéale, mais en réalité, de nombreuses variables peuvent transformer la livraison sur le dernier kilomètre en casse-tête logistique.

Votre chaîne d'approvisionnement, et plus particulièrement son dernier kilomètre, est un processus qu'il faut continuellement optimiser afin de répondre aux [attentes des clients](#), et de faire face à la concurrence directe, ainsi qu'aux géants du commerce électronique. Nous explorons trois des plus grands défis de la livraison sur le dernier kilomètre et vous proposons nos meilleures solutions.

Les 3 plus grands défis associés à la livraison sur le dernier kilomètre

Défi 1

Répondre à la demande croissante en matière d'achats en ligne dans les centres urbains

Il y a quelques années seulement, environ 80 % des Canadiens achetaient en ligne – un record. Ensuite, les restrictions associées à la COVID-19 ont fait en sorte que le magasinage en ligne est devenu plus une nécessité qu'une option. Cela illustre non seulement l'augmentation du nombre d'acheteurs en ligne, mais démontre également que les acheteurs continuent à se tourner vers le commerce électronique malgré la réouverture des magasins physiques.

Près de 50 % de toutes les livraisons sont effectuées dans les centres urbains⁵. Il faut donc trouver rapidement une solution pour la livraison sur le dernier kilomètre qui permettra de maximiser la capacité de livraison en une journée. Le dernier kilomètre a lieu sur des routes achalandées avec des restrictions strictes de stationnement et de marche au ralenti, ce qui laisse peu de temps pour tenter une livraison. Ce problème touche particulièrement les immeubles où il n'y a pas de concierge à qui remettre le colis ou demander une signature. Si un colis ne peut être remis au destinataire, la livraison échoue.

Dans le même ordre d'idée, compte tenu du nombre grandissant de vols de colis, de nombreux clients n'aiment pas, à juste titre, que leurs colis soient laissés sur le pas de leur porte. Si le destinataire n'est pas en mesure de répondre, le livreur pourrait devoir ramener le colis avec lui – encore une fois, la livraison échoue. Autrement, le livreur peut laisser le colis à la porte et effectuer ainsi la livraison, mais il expose l'envoi au vol.



Plus de gens achètent davantage en ligne. Le coût du panier d'achats en ligne moyen a augmenté de 14 % au cours des deux dernières années⁴.

Relever le défi de la livraison sur le dernier kilomètre avec des options novatrices autres que la livraison à domicile

Heureusement, des innovations permettent de faire de l'échec de livraison et du dépôt de colis à la porte une chose du passé. Des transporteurs au dernier kilomètre, dont Purolator, installent des [casiers automatisés](#) pratiques dans un nombre croissant de condos, de centres commerciaux et d'autres installations communautaires. Un casier automatisé est un endroit sécurisé où déposer des colis lorsque le client n'est pas à la maison, et auquel il est possible d'accéder en tout temps (ou aussi longtemps que l'immeuble est accessible). Ils connaissent un tel succès qu'on compte 46 % moins de livraisons manquées là où des casiers sont disponibles⁶. Purolator offre des casiers et de nombreux [autres points d'accès](#) dans les centres urbains pour faciliter les cueillettes et les dépôts. Un partenariat avec un transporteur offrant plusieurs points d'accès à son réseau facilite la tâche aux clients et facilite l'optimisation du processus de livraison sur le dernier kilomètre.

L'initiative primée [Arrêt rapide mobile](#) de Purolator reprend un concept similaire. Cette solution novatrice offre aux clients et aux entreprises la commodité de pouvoir ramasser leurs colis près de leur quartier, à des stations de transport public et à d'autres points centraux dans leur collectivité. Mieux encore, les stations Arrêt rapide mobile sont ouvertes après les heures de livraison traditionnelles et facilitent ainsi la cueillette d'un colis en soirée (après les heures de travail, par exemple).

Le [processus de cueillette n'a jamais été aussi pratique pour les consommateurs](#) (lien en anglais). Les fournisseurs de services de livraison peuvent offrir des emplacements sécuritaires de concert avec certains magasins, comme Michaels ou Bureau en Gros, où les clients pourront ramasser ou déposer leurs envois.



Défi 2

Répondre aux attentes croissantes des consommateurs à l'égard de la personnalisation de l'expérience

Avant le boom du commerce électronique, il était beaucoup plus facile de remplir ses engagements. Les livraisons n'étaient pas personnalisables; elles prenaient beaucoup plus de temps et il n'y avait pas de souplesse sur le plan des options de livraison. De plus, la fonction de suivi en ligne n'était pas du tout offerte; il était donc impossible pour les clients de savoir quand ils pouvaient s'attendre à recevoir leur colis. L'expédition se déroulait ainsi car aucun détaillant en ligne n'offrait une meilleure solution. Offrir une [expérience pratique et personnalisée](#) est devenu un facteur de vente important, en particulier dans le secteur de la vente au détail. Auparavant, c'est ce qui donnait un avantage concurrentiel. À présent, c'est devenu une pratique courante. En effet, une étude récente démontre que 80 % des consommateurs sont plus enclins à faire un achat auprès d'une marque offrant des expériences personnalisées⁷.

Les entreprises doivent offrir un éventail d'options de livraison qui correspondent aux caractéristiques personnalisées et sur demande auxquelles les clients sont habitués.



Les préférences de livraison sur le dernier kilomètre des clients évoluent. Ils recherchent des caractéristiques sur demande, pratiques et personnalisées, à la manière du contenu qu'ils consomment sur Netflix et Spotify. [Lisez cet article pour en savoir plus.](#)

Relever le défi du dernier kilomètre en suivant les tendances

Il ne suffit plus de livrer les colis aux consommateurs sans préavis; les clients veulent maintenant avoir le contrôle sur leur livraison. En fait, 93 % d'entre eux souhaitent être informés de la progression de leur commande tout au long de son parcours⁸. Cette tendance découle en partie des capacités qu'offrent certains services de livraison d'aliments, comme Uber et Instacart. Ces plateformes permettent aux destinataires de voir l'état en temps réel d'une commande, d'apporter des changements à la livraison pendant le transport et de fournir des directives supplémentaires pour s'assurer que la livraison est effectuée sans encombre (p. ex., fournir le code d'interphone, un renseignement essentiel pour que le conducteur puisse accéder à l'immeuble).

Au cours des dernières années, les transporteurs au dernier kilomètre ont mis en place des façons de personnaliser davantage la livraison afin de rendre l'expérience plus pratique pour le destinataire. Purolator a lancé sa propre solution de livraison personnalisée pour le commerce électronique : [Mes choix Purolator](#). Grâce à Mes choix Purolator, les clients peuvent suivre la progression de leur livraison grâce à des avis détaillés par message texte. Les destinataires ont la possibilité de personnaliser leurs préférences de livraison, et ce, même si leur envoi est en route. Ils peuvent entre autres choisir leur lieu de dépôt préféré (p. ex., porte avant, garage) ou ajouter un code d'interphone. L'une des caractéristiques les plus avantageuses est la possibilité de signer à distance pour accuser réception d'un colis. Si le client n'est pas à la maison, cette fonction permet de réduire le nombre de livraisons manquées en permettant au client de renoncer à l'exigence de signature pour certains colis.



Principales caractéristiques de Mes choix Purolator pour les livraisons à domicile et les entreprises



Visibilité totale du parcours de l'envoi



Prochaines étapes claires pour les tentatives de livraison infructueuses



Préférences de livraison personnalisables



Autorisation de livraison avec signature numérique*



Aucune application à télécharger

*L' autorisation avec signature numérique n'est pas offerte pour les envois nécessitant la signature d'un adulte ou du destinataire (tels que l'alcool, le cannabis, certains types de produits pharmaceutiques/narcotiques, etc. ou d'autres biens réglementés par la DG).

47 % des consommateurs ne repasseront pas de commande auprès d'une marque qui offre une mauvaise visibilité de la livraison⁹. Donnez-leur ce qu'ils veulent avec Mes choix Purolator™. [Visionnez cette vidéo pour en savoir plus.](#)



Défi 3

Problèmes logistiques qui ne peuvent être anticipés

Comme les délais de livraison sont raccourcis, la période la plus longue du repérage est souvent lorsque le produit quitte le centre de distribution final. C'est à ce moment que l'inefficacité réelle de la livraison sur le dernier kilomètre est dévoilée : c'est la portion du trajet qui a la plus faible densité de livraisons dans une zone beaucoup plus grande.

Les facteurs qui ne peuvent pas être anticipés représentent le plus grand défi pour les détaillants et les entreprises de biens de consommation courante, notamment :

- Les intempéries
- La congestion routière
- Les restrictions de stationnement
- La confusion au dépôt
- Les périodes anormalement occupées

Réussir la livraison sur le dernier kilomètre au moyen d'une solution de livraison personnalisée

Certaines situations imprévues nécessitent des solutions spécialisées. Peut-être devez-vous expédier un article inhabituel ou composer avec des règlements complexes et imprévus. Dans ces circonstances, il demeure essentiel de livrer vos envois à destination le plus directement et efficacement possible, et d'éviter les perturbations comme le renvoi de l'article.

Votre transporteur au dernier kilomètre peut être un excellent partenaire et vous offrir des solutions personnalisées bien adaptées aux besoins de la livraison. Voici certains des avantages que procure le bon partenaire :

- Connaissances nécessaires pour vous aider à vous préparer et à respecter les exigences réglementaires
- Expertise en transport de [marchandises spéciales](#)
- Grande [couverture de services](#) pour limiter les transferts

Livraison de produits essentiels de Purolator – La livraison personnalisée à votre secours

Pour les [envois les plus urgents](#) et les plus complexes, Purolator offre un service de livraison de produits essentiels qui étend la portée au-delà de son réseau, optimise les routes, fait appel à un soutien spécialisé et offre une visibilité complète.

Voici, en exemple, le cas d'une entreprise biomédicale internationale qui a compté sur le [service de livraison de produits essentiels](#) pour effectuer la livraison ponctuelle de ses envois urgents :

Le défi :

Une entreprise biomédicale internationale doit faire transporter des envois de sang d'alligator des É.-U. vers les laboratoires médicaux et les hôpitaux du Canada. Pourquoi du sang d'alligator? Pour que les chercheurs puissent explorer son grand potentiel d'utilisation comme antibiotique chez l'humain.

Exigences du client :

- Transport accéléré (dans les 72 heures à partir des É.-U.)
- Température contrôlée
- Maintien de l'intégrité de l'expédition
- Conformité réglementaire aux normes de la CITES – La Convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages menacées d'extinction, qui régit le commerce international d'animaux et de plantes sauvages.

La solution :

Le [service de livraison de produits essentiels](#) offre la technologie et la souplesse nécessaires pour créer une solution d'expédition personnalisée.

1. Les envois sont automatiquement ramassés à l'établissement de l'entreprise de biotechnologie en fonction de la disponibilité des vols directs vers le Canada.
2. Un système technologique de pointe détermine le meilleur départ en accédant en temps réel aux horaires de vol mondiaux, le tout en prenant en considération le temps de récupération le plus rapide et la fiabilité des vols.
3. Lorsqu'ils arrivent au Canada, les envois sont divisés et envoyés à l'équipe de livraison sur le dernier kilomètre pour être acheminés aux laboratoires et aux hôpitaux visés.
4. La souplesse d'utilisation de ressources « hors réseau », disponibles en tout temps, permet d'offrir une solution transparente de façon continue avec un suivi en temps réel.

Les résultats :

Le client a la certitude que ses envois arriveront toujours à temps dans l'état désiré pour les recherches importantes en cours pour ses clients. La composante de surveillance continue de la solution offre également la tranquillité d'esprit et un haut niveau de service à la clientèle.

Relever le défi de la livraison sur le dernier kilomètre grâce à un service à la clientèle exemplaire

Des facteurs comme les mauvaises conditions météorologiques et la congestion routière peuvent sembler difficiles à contrôler sur le dernier kilomètre, mais il s'agit là d'une occasion de mettre en valeur votre service à la clientèle.

En effet, à leur arrivée, les transporteurs au dernier kilomètre peuvent reconnaître que l'expérience de livraison a été insatisfaisante. Cet aveu change tout : les clients sont alors beaucoup plus à même de comprendre la situation et risquent moins de critiquer l'expérience d'achat globale.

Par ailleurs, des plateformes de visibilité du suivi (comme Mes choix Purolator) peuvent contribuer à atténuer les répercussions des imprévus. Il peut aussi s'avérer utile de remettre les coordonnées du client au livreur afin qu'il puisse appeler pour expliquer un retard, le cas échéant.



Si je suis en retard pour une cueillette ou une livraison en raison d'un événement hors de mon contrôle, comme de mauvaises conditions météorologiques, un bouchon de circulation imprévu ou l'arrivée tardive d'un train au dépôt, c'est frustrant pour le client et moi, même si j'ai fait de mon mieux. Dans tous les domaines, il y a à l'occasion des clients mécontents. Je m'assure de garder le sourire et d'être aussi agréable que possible. Je vais être honnête et essayer de leur expliquer la situation. »

Mike Gancarczyk,
chauffeur-livreur de Purolator

En quoi l'exigence de durabilité a-t-elle changé la livraison sur le dernier kilomètre?

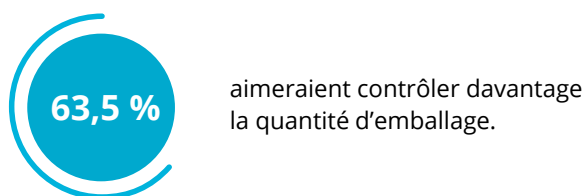
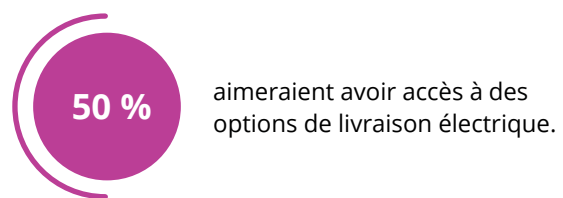
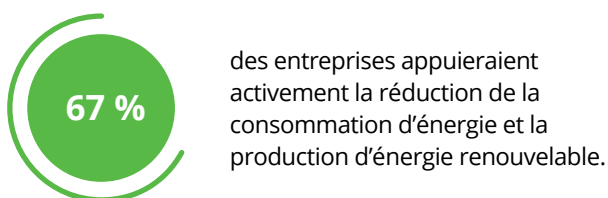
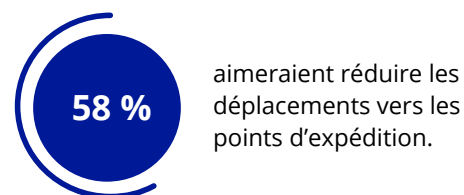
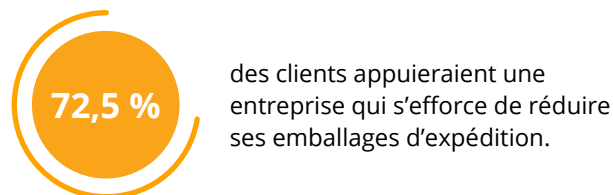
Le dernier kilomètre peut s'avérer complexe et impliquer de nombreuses variables ayant un impact environnemental. Tout, de la quantité d'emballage des produits au rendement énergétique du transport, s'inscrit dans l'empreinte de votre entreprise.

Et maintenant plus que jamais, les clients ont tendance à soutenir des entreprises ayant mis en place des pratiques durables qui réduisent au minimum leurs répercussions sur l'environnement. Bien que les clients s'attendent encore à des livraisons rapides et transparentes, les normes qu'ils établissent en ce qui a trait aux efforts environnementaux des entreprises sont encore plus élevées.

Les clients mettent de la pression sur les entreprises en choisissant d'acheter chez celles qui :

- réduisent la quantité d'emballage utilisée;
- réduisent leur consommation énergétique;
- améliorent l'efficacité de leurs routes d'expédition.

La façon dont les clients influencent la durabilité



Pour en savoir plus sur la façon dont les clients influencent les pratiques de transport maritime durable, lisez le rapport de recherche complet.

[Lire le rapport](#)

Il peut être très avantageux d'avoir un partenaire d'expédition qui vous aide à réfléchir de façon stratégique à la réduction de votre empreinte environnementale. Par exemple, le bon transporteur au dernier kilomètre peut vous aider à mettre en place des systèmes pour simplifier votre processus de retour, réduire l'emballage et optimiser les routes et le traitement. Certaines commodités offertes en fin de parcours peuvent avoir des avantages environnementaux. Le bon transporteur au dernier kilomètre peut également vous offrir davantage d'options pour livrer les envois à vos clients. Voici quelques exemples :

Solution	Avantage
<ul style="list-style-type: none"> Casiers automatisés, kiosques arrêt rapide, boîtes de dépôt et points de cueillette 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Améliorent l'efficacité des routes en centralisant les dépôts et les cueillette
<ul style="list-style-type: none"> Retours sans contact et codes QR 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Impression et expédition sans papier
<ul style="list-style-type: none"> Vélos cargo électriques et véhicules utilisant des carburants alternatifs 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Réduisent les émissions en utilisant des modes de transport efficaces

La simplification de la livraison sur le dernier kilomètre est avantageuse tant pour l'environnement que pour votre entreprise, en plus d'aider à améliorer l'image de votre marque et à fidéliser les clients.

Choisir un transporteur au dernier kilomètre

Votre transporteur au dernier kilomètre : un prolongement de votre marque

Lorsqu'un client reçoit sa commande en retard ou endommagée, il est plus susceptible d'appeler votre service à la clientèle pour se plaindre, et non celui du transporteur qui le lui a livré. Pire encore, il publiera son insatisfaction sur les médias sociaux pour la partager à toutes ses connaissances. Votre marque a peut-être une excellente réputation pour ses produits et son service à la clientèle, mais les personnes que vous choisissez pour représenter votre entreprise en fin de parcours sont importantes. Si vous vous associez à un service de livraison dont les normes ne sont pas aussi élevées que les vôtres, c'est votre marque qui finira par en payer le prix. Choisir un fournisseur pour maintenir l'intégrité de votre marque et la comprendre afin d'aider à [maintenir ou rehausser la fidélisation de votre clientèle](#) doit être un facteur clé du choix d'un transporteur au dernier kilomètre.

Dans de nombreux secteurs, la technologie a éliminé la nécessité d'interagir avec les clients. La visibilité du suivi en temps réel, les foires aux questions, les évaluations et les ressources en ligne répondent à de nombreuses questions et préoccupations courantes. Par conséquent, le dernier kilomètre et, plus particulièrement, le fournisseur de services de livraison sont des points décisifs de l'expérience globale.

Que vous expédiez à un détaillant ou au consommateur, choisir le bon fournisseur de services de livraison sur le dernier kilomètre est un élément important pour votre écosystème d'affaires. Il ne s'agit plus d'une simple conversation entre l'équipe de l'exploitation et un fournisseur. Aujourd'hui, les cadres supérieurs, les stratèges et les spécialistes du marketing discutent des capacités de divers fournisseurs de services de livraison sur le dernier kilomètre qui peuvent renforcer la marque et la proposition de valeur.



46 %

46 % des consommateurs feraient part de leur expérience négative si la livraison est en retard¹⁰.

14 %

des acheteurs arrêteraient de magasiner auprès d'une entreprise après une seule livraison en retard¹¹.

Éléments à considérer lorsque vous vous associez à un fournisseur de services de livraison sur le dernier kilomètre

1 L'entreprise offre-t-elle plus que de simples services de livraison?

Il va sans dire que vous avez besoin d'un transporteur qui peut répondre aux exigences les plus rigoureuses de votre entreprise. Vous devez vous assurer que votre partenaire de livraison a la capacité de gérer les aspects suivants :

- **Volume** : Possède-t-il l'effectif et les installations nécessaires pour traiter les volumes importants d'envois?
- **Rapidité** : Propose-t-il des options de délais de livraison qui répondent aux attentes de vos clients et qui sont judicieuses sur le plan économique?
- **Portée géographique** : Son réseau couvre-t-il toute la portée de votre entreprise, sans besoin de

2 Le fournisseur est-il en mesure de personnaliser, d'adapter et de faire croître ses services avec votre entreprise?

En affaires, la seule constante est le changement. Vous avez besoin d'un partenaire qui peut évoluer avec votre entreprise, que ce soit par la souplesse additionnelle avec les délais de livraison, de l'expansion de votre secteur de livraison ou de l'augmentation de la fréquence de vos envois.

3 S'agit-il d'une marque fiable et réputée?

Votre transporteur au dernier kilomètre doit être en mesure de protéger vos produits tout comme la [réputation de votre marque](#). Comme nous l'avons souligné plus tôt, le consommateur associe l'ensemble du processus à votre entreprise plutôt qu'au fournisseur de services de livraison sur le dernier kilomètre. Les erreurs doivent être rares, mais en cas de changements de dernière minute ou de circonstances imprévues, les représentants du service à la clientèle du fournisseur de services de livraison sur le dernier kilomètre doivent être faciles à joindre et prêts à aider.

4 Le fournisseur offre-t-il des services novateurs permettant de garder une longueur d'avance?

Le processus associé à la livraison sur le dernier kilomètre change si rapidement que l'amélioration continue est essentielle pour rester à l'avant-garde des dernières tendances et devancer les attentes des consommateurs. L'adoption des dernières technologies n'est que la moitié de l'équation : vous devez choisir un transporteur au dernier kilomètre qui remet en question le statu quo avec des [idées novatrices](#) qui vous permettront de garder une longueur d'avance sur la concurrence.



5 Le fournisseur offre-t-il le meilleur service à la clientèle de sa catégorie?

Nous tenons à le répéter : votre transporteur au dernier kilomètre est un prolongement de votre entreprise et de votre marque. Il est essentiel de vous associer avec un transporteur qui connaît vos compétences de base, vos priorités et vos valeurs d'entreprise. Il devrait être évident qu'il se sent investi dans votre réussite et qu'il veut vraiment aider votre entreprise à prospérer.

6 Le fournisseur offre-t-il une expérience client personnalisée?

Lorsque vous devez livrer des colis à vos clients, votre transporteur au dernier kilomètre peut vous aider à offrir des options plus pratiques qui leur conviennent. Grâce à des applications comme Mes choix Purolator, les clients peuvent définir leurs préférences de livraison et recevoir des avis afin d'obtenir l'expérience de livraison qu'ils désirent. Si votre transporteur a établi de bons partenariats, il peut offrir à votre client la possibilité de récupérer son colis dans un lieu de livraison sûr, comme un dépôt ou un point d'accès.

7 Le fournisseur adopte-t-il des pratiques durables?

La demande pour des pratiques durables est plus forte que jamais, tout particulièrement en ce qui a trait à la logistique. Votre transporteur au dernier kilomètre joue un rôle important dans la durabilité générale de votre entreprise grâce à ses pratiques d'emballage, de conduite et d'optimisation des routes. Les clients souhaitent de plus en plus [soutenir des entreprises ayant des pratiques d'expédition durables](#).



Apprenez-en davantage sur les attentes des clients à l'égard d'une livraison durable.

Évitez les transporteurs au dernier kilomètre qui :

- ✗ sont les moins chers – Ne choisissez pas un transporteur uniquement en fonction de ses tarifs. Il est peu probable qu'il offre la meilleure valeur globale, et cela pourrait finir par vous coûter plus cher à long terme.
- ✗ viennent tout juste de lancer leurs activités – Ne courez pas le risque de mettre votre produit, votre marque et la confiance de vos clients entre les mains d'un transporteur inexpérimenté.
- ✗ s'appuient sur un modèle participatif - Oui, c'est efficace. Toutefois, 75 % des consommateurs¹² ne font confiance qu'à un fournisseur de services de livraison expérimenté, holistique et professionnel.
- ✗ ne sont pas durables sur le plan environnemental – Des emballages excessifs et des itinéraires inefficaces peuvent avoir une incidence négative sur l'expérience du client et sa perception de votre entreprise.



Relevez le défi de la livraison sur le dernier kilomètre avec Purolator

Purolator. Nous sommes là où sont vos clients.

Vous pouvez compter sur Purolator en tant que partenaire pour vos services de livraison. Purolator dessert 99,9 % des codes postaux canadiens¹³ et utilise ses propres actifs 99 % du temps pour faire croître votre entreprise au Canada¹⁴. Grâce à nos solutions flexibles et personnalisées, nous réduisons le nombre de transferts inutiles et simplifions la livraison sur le dernier kilomètre.

Au-delà de nos services de [transport de fret](#) ou de [messagerie](#), nos experts peuvent vous aider à améliorer les processus internes, à optimiser les chaînes d'approvisionnement et à fournir des solutions technologiques novatrices. Nous offrons un service axé sur le client depuis plus de 60 ans et pouvons donc vous aider à fidéliser votre clientèle.

Optimisez votre processus de livraison sur le dernier kilomètre grâce aux options d'expédition souples et pratiques de Purolator :



Davantage de points de dépôt et de cueillette.

Profitez d'une souplesse accrue grâce à des heures de dépôt plus tardives et à plus de 1 200 centres d'expédition, agents et arrêts rapides mobiles partout au pays, ainsi qu'à des [lieux d'expédition et de livraison novateurs](#) permettant de rejoindre plus de clients plus facilement.



Visibilité et sécurité du réseau accrues.

Grâce au plus grand parc de véhicules de messagerie en exploitation du Canada et à la livraison effectuée avec nos propres actifs 99 % du temps, nous pouvons vous offrir davantage de visibilité et de sécurité, en plus de réduire les risques de dommages.



Livraison à pratiquement n'importe quelle adresse au Canada.

Purolator livre à 99,9 % de tous les codes postaux canadiens, ce qui vous permet d'utiliser un seul transporteur pour toutes vos livraisons.



Éventail de délais de livraison.

Offrez des options d'expédition pratiques à vos clients, de la livraison rapide le lendemain à l'expédition économique par voie routière lorsque la vitesse n'est pas une priorité.

Nous offrons aussi des options de livraison spécialisées :



Services de signature.

Obtenez une sécurité accrue grâce aux services Signature d'un adulte requise, Chaîne de signatures et Signature non requise/Signature non requise à l'origine.



Manutention spéciale.

Expédiez en toute confiance des articles à la forme unique ou au contenu particulier, très lourds ou surdimensionnés.



Livraison le soir et la fin de semaine.

Élargissez la période de ramassage de vos envois et améliorez l'expérience client en étendant les horaires de livraison.



Services de cueillette et de livraison.

Personnalisez vos cueillettes et vos livraisons à l'aide de services spéciaux comme À retenir pour cueillette, ExpressCheque^{MD} et le service Le samedi.



Commençons!

Découvrez comment Purolator peut vous aider à relever les défis associés à la livraison sur le dernier kilomètre.

Contactez-nous

Ressources

1. "COVID-19's Impact on CPG." (en anglais seulement), Statistiques sur les activités aux É.-U., Big Commerce.
<https://www.bigcommerce.com/blog/cpg-ecommerce-stats-2021/#covid-19-cpg-just-the-stats>
2. "Online CPG sales in the U.S. are booming, but there's still room for growth." (en anglais seulement), Statistiques sur les activités aux É.-U., NielsenIQ.
<https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2021/online-cpg-sales-in-the-u-s-are-booming-but-theres-still-room-for-growth/>
3. "Five Fifty: The quickening." (en anglais seulement), Statistiques sur les activités aux É.-U., McKinsey & Company.
<https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/five-fifty-the-quickening>
4. "Le nouveau visage de l'acheteur en ligne canadien : ce que les détaillants doivent savoir" Postes Canada.
<https://www.canadapost-postescanada.ca/blogues/entreprise/cybercommerce/le-nouveau-visage-de-lacheteur-en-ligne-canadien-ce-que-les-detaillants-doivent-savoir/>
5. « Guide de référence 2019 sur la vente en ligne au Canada », Postes Canada.
https://origin-www.canadapost.ca/scp/doc/fr/17678_feuille_vente_gestionnaire_edifice_armoire_colis.pdf
6. "Armoire à colis de Postes Canada" Postes Canada.
https://www.canadapost-postescanada.ca/cpc/doc/en/business/17678_parcel-locker-building-manager-sell-sheet.pdf
7. "New Epsilon research indicates 80% of consumers are more likely to make a purchase when brands offer personalized experiences." (en anglais seulement), Epsilon.
<https://www.epsilon.com/us/about-us/pressroom/new-epsilon-research-indicates-80-of-consumers-are-more-likely-to-make-a-purchase-when-brands-offer-personalized-experiences>
8. "Keeping Customer Experience on Track with Supply Chain Visibility." (en anglais seulement), Convey.
<https://www.getconvey.com/blog-s-cx-supply-chain-visibility/>
9. "How a lack of delivery visibility produces frustrated customers." (en anglais seulement), Digital Commerce 360.
<https://www.digitalcommerce360.com/2019/04/05/how-a-lack-of-delivery-visibility-produces-frustrated-customers/>
10. "Returns Survey Press Release 2017." janvier 4, 2017. Voxware.
<https://www.voxware.com/wp-content/uploads/2017/01/Voxware-1-4-17>Returns-Survey-Press-Release-2017-FINAL.pdf>
11. Linder, Tim. "Ecommerce Demand Rises, But Can Retailers Deliver?" Voxware.
<https://www.voxware.com/ecommerce-demand-rises-but-can-retailers-deliver>
12. Roesler, Peter. "Who takes the blame when packages are delivered late?" The Business Journals. Juin 30, 2015.
<https://www.bizjournals.com/bizjournals/how-to/marketing/2015/06/who-takes-the-blame-when-packages-are-delivered.html>
13. Répertoire des unicodes. Purolator Inc. Juillet 2016.
14. "Major Canadian Courier Company Organizational and Service Comparison Report." Breining & Associates Inc. Avril 2011.

†Certaines restrictions s'appliquent. Ne s'applique pas à tous les services. Pour obtenir tous les détails, consultez les Modalités et conditions de service de Purolator ou composez le 1 888 SHIP-123.

© 2022 Purolator Inc. Tous droits réservés. Politique de confidentialité

Purolator Inc. | 2727 Meadowpine Blvd | Mississauga | ON | L5N 0E1 | 1 888 SHIP-123 | purolator.com