

Élaborer une stratégie logistique gagnante

Tout ce que vous voudriez savoir sur les solutions d'expédition pour le commerce électronique en tant que petite ou moyenne entreprise

Table des matières

Défis liés à l'expédition et à la livraison : Comprendre les attentes des clients	3
Les trois types de transporteurs	4
Agents transitaires, intégrateurs de fret et services de messagerie	5
Comprendre les principes de base de la logistique d'expédition	7
Comment expédier un colis : Flux de travail des envois	7
Cinq incontournables pour une expérience d'expédition fluide	7
Établir ses objectifs stratégiques d'expédition	8
Calculer les dépenses liées à la logistique et à l'exécution des commandes	9
Politiques, modalités et conditions d'expédition pour le commerce électronique	10
Explorer les types de méthodes d'expédition qui conviennent à son entreprise	10
Considérations relatives à l'expédition transfrontalière	11
Considérations relatives aux étiquettes d'expédition et aux polices d'assurance	11
Problèmes courants avec les étiquettes d'expédition	13
Éléments relatifs aux politiques d'échange, de retour et de suivi	14
Expédition gratuite : un dilemme	14
Améliorer ses emballages	15
Solutions d'expédition durables	16
Que signifie la durabilité dans un contexte de réseau de messagerie?	16
Rapidité et développement durable	16
Tarification de vos livraisons durables	16
Meilleures pratiques pour le contenu des courriels aux clients	18
Séduire ses clients en établissant un partenariat stratégique qui surpasse les attentes	19
Solutions d'expédition dans les délais	19
Informers ses clients	19
Gérer les retours d'achat en ligne et récupérer de la valeur	20
Le moment est venu de redéfinir votre stratégie d'expédition	21



Défis liés à l'expédition et à la livraison : Comprendre les attentes des clients

Actualiser ses images de produits, déboguer sa boutique en ligne, planifier sa prochaine campagne par courriel : que vous ayez un commerce en ligne, un magasin traditionnel avec boutique en ligne ou un [service d'abonnement](#), les choses à faire ne manquent pas. L'expédition a lieu vers la fin du parcours du client, mais elle ne devrait pas se retrouver à la fin de votre liste de choses à faire.

Cette dernière étape peut présenter plusieurs [défis logistiques](#) comme des clients absents, des conditions météorologiques difficiles et la congestion routière. Il est toutefois important de la maîtriser, étant donné les attentes relatives aux livraisons rapides en deux jours ou moins et la croissance du commerce électronique poussée par la pandémie.

La majorité des gens s'attendent aujourd'hui à se faire proposer des options de livraison rapides et abordables ou sans frais. Selon des études, [74 % à 77 % des gens abandonnent leur panier en ligne parce qu'ils ne veulent pas payer pour l'expédition](#). L'abandon de panier coûte aux détaillants en ligne de [111 à 136 milliards de dollars américains par an en perte de revenus](#).

Offrir une expérience d'expédition personnalisable avec des options de livraison accélérée ainsi qu'une [livraison fluide](#), soit la dernière étape du transport de marchandises, est un défi pour les entreprises. L'adoption de stratégies d'expédition qui s'alignent sur les besoins des clients devient rapidement un

facteur de différenciation pour ceux qui cherchent à assurer la pérennité de leur entreprise. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : on s'attend à ce que le marché mondial pour la logistique du commerce électronique atteigne près de [730 milliards de dollars américains d'ici 2026](#). Comment pouvez-vous vous assurer que vos stratégies répondent aux besoins en évolution des clients?

Dans ce guide, nous aborderons les stratégies d'expédition efficaces et nous vous expliquerons comment les mettre en œuvre efficacement.



Découvrez comment votre fournisseur de services de livraison peut vous aider à accroître la fidélité à votre marque.

[En savoir plus](#)

Les trois types de transporteurs

Pour expédier un envoi à son destinataire, vous avez besoin d'un transporteur pour amener l'article du point A au point B. Les options sont nombreuses, alors il peut être difficile de savoir par où commencer. Il existe trois principaux types de transporteurs : les agents transitaires, les intégrateurs de fret et les services de messagerie. De votre côté, vous devez tenir compte de plusieurs facteurs, comme la quantité que vous expédiez et le poids de votre envoi.

Selon vos besoins d'expédition particuliers, vous pourriez combiner toutes les catégories pour économiser temps et argent et vous éviter beaucoup de stress. Il est donc essentiel de travailler avec un fournisseur de services d'expédition, comme Purolator, qui offre les trois types de services.

Par exemple, une entreprise d'appareils électroménagers pourrait vouloir utiliser un intégrateur de fret lorsqu'elle expédie des unités à tous les appartements d'un immeuble. Toutefois, si elle doit expédier un article à un seul appartement, un service de messagerie sera la meilleure option. Voici un aperçu des services.

Service d'agents transitaires :

Description : Une entreprise qui organise les envois de fret au nom de l'expéditeur. Les agents transitaires peuvent coordonner les envois d'un pays à l'autre et s'assurer que le fret est acheminé de façon fluide aux douanes, aux ports et à tous les points de contrôle. Ils peuvent coordonner les envois par plusieurs moyens de transport.

Quand utiliser ce service : Pour l'expédition à l'international, ils coordonnent l'acheminement par voie routière, maritime et aérienne. Ces entreprises assurent souvent la coordination des documents de douane et utilisent des réseaux non standards pour accélérer les délais de transit.

Avantages : Une option flexible en raison de l'éventail de fournisseurs avec lesquels ils travaillent et de leur expertise transfrontalière.

Intégrateur de fret :

Description : Un intégrateur de fret organise le parcours du fret, de la cueillette à l'expédition, au dédouanement et à la livraison dans son réseau. Généralement, il a une équipe de spécialistes qui coordonnent la logistique du fret pour assurer le meilleur transport et communiquer avec l'expéditeur en cas de retard.

Quand utiliser ce service : Lors d'expédition de grands volumes au pays et à l'international.

Avantages : Comme il n'y a pas de transfert à d'autres transporteurs, vous pouvez facilement faire le suivi d'un envoi tout au long de son parcours.

Service de messagerie :

Description : Transport d'un envoi d'une porte à l'autre.

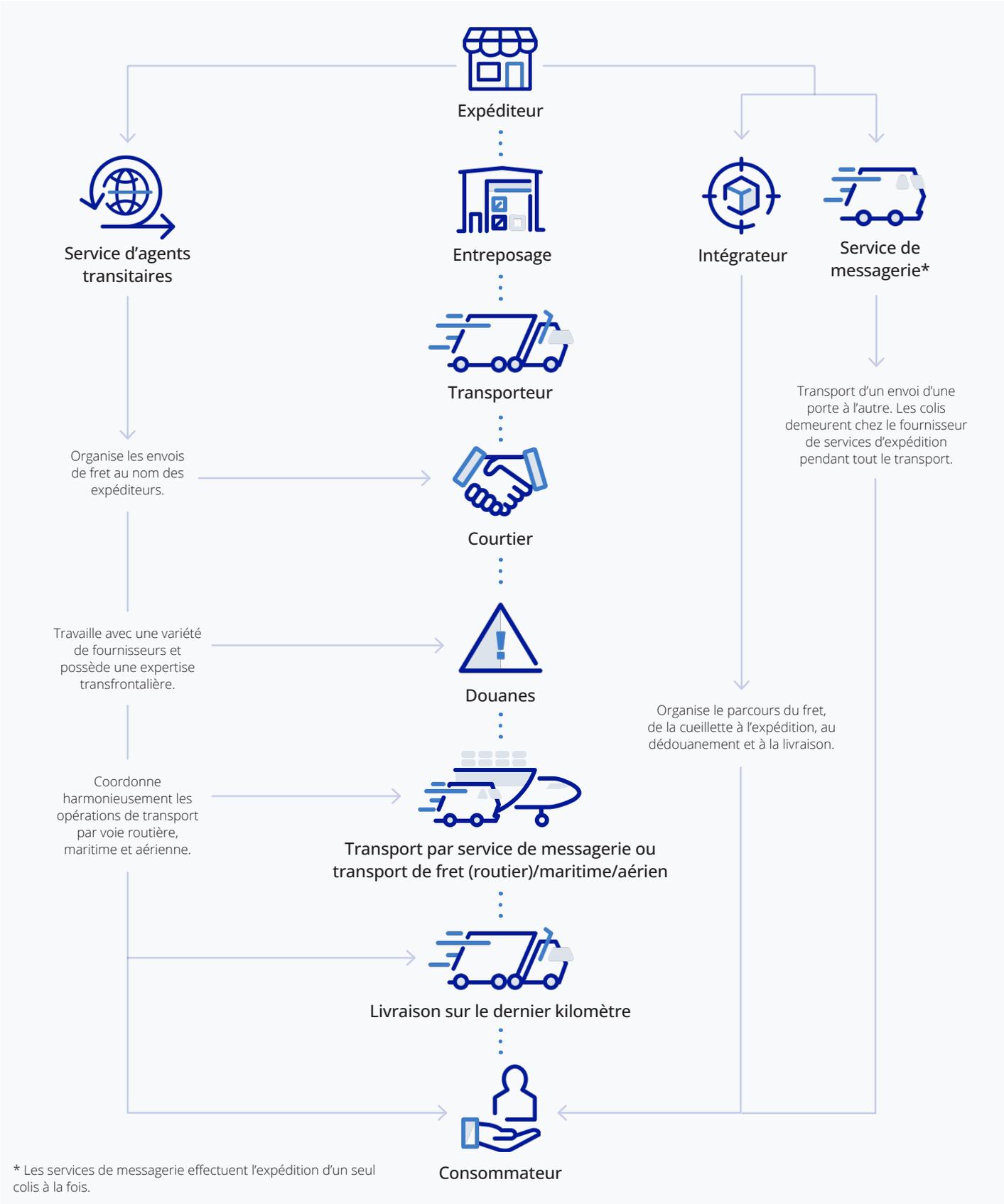
Quand utiliser ce service : Lors de l'expédition d'un seul colis à la fois.

Avantages : Lorsque vous utilisez un service de messagerie spécial, votre colis demeurera chez le fournisseur d'expédition pour tout le transport, ce qui en facilitera le suivi.



Pour en savoir plus sur les agents transitaires et les intégrateurs de fret, consultez le [Guide tarifaire de Purolator Freight^{MD}](#) et le [Guide des services de Purolator](#).

Agents transitaires, intégrateurs de fret et services de messagerie



* Les services de messagerie effectuent l'expédition d'un seul colis à la fois.



Découvrez pourquoi vous avez besoin de chargements complets (TL) et de chargements partiels (LTL) dans votre stratégie de transport de fret.

[En savoir plus](#)

Comprendre les principes de base de la logistique d'expédition

Le processus d'expédition comprend tous les services nécessaires à l'acheminement d'un colis : du traitement des commandes à l'emballage des produits achetés chez un détaillant en ligne, en passant par l'arrivée à la destination choisie par le destinataire. Toutefois, il ne se termine pas toujours lorsque le client reçoit sa commande.

La [logistique inverse](#) fait référence au transport inverse des marchandises dans la chaîne d'approvisionnement. C'est-à-dire qu'à partir du consommateur final, les marchandises sont retournées au vendeur, traitées et revendues ou remises à neuf. La logistique inverse aide à accroître l'utilisation des actifs, à améliorer le rendement du capital investi (RCI) et à réduire les pertes.

Les experts prédisent que le marché mondial de la [logistique inverse atteindra 812,6 milliards de dollars américains d'ici 2027](#). Une excellente expérience de retour est donc un élément essentiel d'une stratégie d'expédition efficace.



Comment rendre les retours simples et sans tracas

[Lisez notre article pour en savoir plus.](#)

Comment expédier un colis : Flux de travail des envois

Le processus d'expédition comporte quatre étapes :



Recevoir la commande

Vérifier que les articles commandés sont en stock.



Traiter la commande

Vérifier l'exactitude des données de la commande, comme l'adresse de livraison.



Exécuter la commande

Prélever et emballer les articles aux fins d'expédition.



Retourner un article

Retourner les produits au vendeur ou au fabricant.

Cinq incontournables pour une expérience d'expédition fluide

Nous approfondirons ces tactiques plus tard, mais voici quelques conseils pour formuler votre stratégie d'expédition.

- 1 **Indiquez clairement les frais de livraison** : Les frais d'expédition imprévus amènent 55 % des acheteurs à abandonner leur panier.
- 2 **Fournissez la date de livraison estimée** : Informez les acheteurs du moment auquel ils peuvent s'attendre à recevoir leurs commandes en indiquant le délai de chaque option d'expédition au moment du passage à la caisse.
- 3 **Proposez le suivi de la commande** : Le suivi des commandes permet aux clients d'avoir l'esprit tranquille et d'établir des attentes de livraison réalistes, car 91 % des consommateurs [font le suivi de leurs colis](#).
- 4 **Simplifiez le retour d'articles** : Comme 18 % des achats en ligne sont retournés, assurez-vous d'offrir un service de retour pratique dont les modalités sont claires.
- 5 **Offrez des options de livraison personnalisables** : Permettez aux clients de personnaliser leur expérience d'expédition grâce à des caractéristiques comme le suivi et la visibilité, les préférences de livraison ou de cueillette.



Découvrez comment l'expérience client personnalisée améliore le parcours d'achat.

[En savoir plus](#)

Établir ses objectifs stratégiques d'expédition

Pour élaborer une stratégie d'expédition efficace, vous devez avant tout vous fixer un objectif clair. C'est ce qui vous permettra d'établir des cibles concrètes et de mesurer les résultats.

Voulez-vous :

- Augmenter la valeur moyenne de vos commandes au moyen d'offres promotionnelles?
- Améliorer les conversions au moyen d'options d'expédition et de tarifs qui répondent aux besoins des clients?
- Étendre votre marché en expédiant à de nouveaux endroits?



Pour en savoir plus sur ces stratégies, lisez notre [liste sur l'élaboration d'une stratégie logistique gagnante pour le commerce électronique.](#)



Calculer les dépenses liées à la logistique et à l'exécution des commandes

Les frais d'expédition dépendent de différents facteurs, notamment les dimensions et le poids du colis, la destination (expédition au Canada ou à l'international), le service d'expédition et le transporteur utilisé.

Voici des frais d'expédition courants liés au commerce électronique :

Coût du transporteur (étiquette d'expédition) : Le montant facturé par le transporteur pour l'affranchissement du transport d'un colis du point d'origine à sa destination.

Coût de l'emballage : Le coût de l'emballage pour protéger les produits, comme les boîtes et le film à bulles.

Coût d'exécution des commandes : Le processus d'exécution des commandes et les coûts peuvent varier en fonction de votre modèle d'affaires. Certains des coûts courants liés à l'exécution des commandes sont associés à la manutention du produit, de sa réception à sa distribution. Il s'agit notamment de coûts liés à l'entreposage, à la main-d'œuvre, à l'emballage et à l'expédition de la commande et des retours.

Avant d'établir les frais d'expédition que devront payer vos clients, vous devez d'abord déterminer combien vous coûtera l'expédition.

Tenez compte de ce qui suit lorsque vous calculez vos coûts :

Dimensions et poids du colis : Vendez-vous des produits de taille relativement uniforme ou des produits particulièrement volumineux qui ne peuvent être placés dans une boîte rectangulaire standard? La meilleure façon de vous assurer d'obtenir les tarifs appropriés pour les clients est de les obtenir directement d'un transporteur. Assurez-vous que vos produits ont un poids et des dimensions précis pour obtenir les tarifs les plus précis de votre transporteur.

Pays d'origine et destination : Vendez-vous uniquement dans votre pays d'origine ou dans d'autres pays? Avez-vous des entrepôts à l'étranger pour l'exécution des commandes? L'expédition au pays peut être simple, mais les tarifs et la logistique peuvent varier, même dans les pays voisins.



Économisez sur les frais d'expédition et les frais transfrontaliers. Recherchez un partenaire d'expédition qui possède un vaste réseau et une grande expérience en logistique transfrontalière et en vente au détail.



Saviez-vous que **67 % des consommateurs vérifient la politique de retour** avant de faire un achat?

Politiques, modalités et conditions d'expédition pour le commerce électronique

Les politiques d'expédition sont un ensemble de modalités établies par une entreprise qui décrivent la façon dont les commandes sont expédiées au client, les différents types d'expédition, les délais de traitement des commandes et bien plus encore. Il s'agit de renseignements essentiels qui peuvent avoir une incidence sur la décision d'un client d'acheter vos produits. Assurez-vous que les renseignements importants sur l'expédition sont faciles à trouver. Ajoutez-les dans le pied de page de votre site Web, dans une bannière ou dans la FAQ.

Explorer les types de méthodes d'expédition qui conviennent à son entreprise

Afin de mieux servir vos clients qui achètent en ligne, vous devez offrir un éventail d'options d'expédition rapides et abordables qui vont répondre aux différents besoins des clients et accroître le taux de conversion. Veillez donc à leur en proposer plusieurs afin qu'ils puissent opter pour celle qui leur convient le mieux.

- **Ramassage gratuit en magasin** : Une option viable si vous avez pignon sur rue. Les gens peuvent récupérer leur commande au moment qui leur convient tout en évitant l'attente et les frais d'envoi. De plus, votre entreprise peut éviter les frais d'un envoi additionnel.
- **Livraison gratuite** : De nombreux clients s'attendent à des livraisons gratuites en raison des nouveaux services offerts par les géants du commerce en ligne. Bien que cette option réponde aux attentes des gens et ait un effet positif sur les taux de conversion, elle entraîne des coûts pour l'entreprise.

- **Livraison le jour même** : Cette option garantit que les commandes seront livrées le jour même de l'achat. Besoin d'une solution pour des envois urgents? Le [service de livraison de produits essentiels](#) est là pour ça.
- **Expédition le lendemain** : Cette option garantit que les clients recevront leur commande le jour ouvrable suivant.
- **Livraison en deux jours** : Les géants du commerce en ligne ont popularisé la livraison en deux jours; 42 % des gens s'attendent maintenant à ce que cette option soit systématiquement offerte.
- **Expédition internationale** : Cette option est offerte aux entreprises qui vendent à l'étranger. Ce service peut être complexe et coûteux, car différents pays ont des règlements, des tarifs, des taxes et des exigences spécifiques pour les envois entrants. Par conséquent, il est important de s'adjoindre de partenaires d'exécution chevronnés qui peuvent vous aider à maîtriser les services d'expédition internationale.



Selon des études, **79 % des gens sont plus susceptibles de privilégier les commerces** qui proposent la livraison gratuite.

Considérations relatives à l'expédition transfrontalière

La vente outre-frontière peut s'avérer intéressante pour votre entreprise, qui pourra joindre un public plus vaste, générer plus de ventes et accroître sa visibilité. Avant de vous lancer, posez-vous les questions suivantes :

- Y a-t-il une demande pour vos produits dans le marché que vous ciblez?
- Vos produits peuvent-ils être expédiés de façon sécuritaire à l'international?
- Avez-vous une idée des tarifs, des taxes et des droits de douane en vigueur dans les pays où vous voulez expédier vos produits?

Si vous avez répondu oui à toutes les questions ci-dessus, ou à certaines d'entre elles, la prochaine étape consiste à vous familiariser avec la réglementation propre à chaque pays où vous voulez expédier vos produits. Voici quelques exemples :

Déclaration en douane et formulaire : Lorsque vous expédiez à l'étranger, vous devez inclure les documents de douane appropriés. Ce formulaire indique aux agents des douanes le contenu du colis, sa valeur et s'il s'agit d'une marchandise ou d'un cadeau.

Tarifs, droits de douane et taxes : Des frais de douane additionnels peuvent s'appliquer lorsqu'un colis arrive à destination et le client est responsable de les payer. Pour éviter les mauvaises surprises, assurez-vous de le mentionner sur la page de votre politique d'expédition.

Considérations relatives aux étiquettes d'expédition et aux polices d'assurance

Offrez une expérience de livraison des plus satisfaisantes en fournissant des étiquettes d'expédition exactes et des polices d'assurance.

Étiquettes d'expédition : Les étiquettes fournissent au transporteur des renseignements importants sur l'origine et la destination d'un colis. Sans elles, les commandes pourraient être mal traitées, retardées ou perdues, ce qui aurait une incidence négative sur l'expérience client, nuirait à la fidélité à la marque et diminuerait les ventes.

Assurance expédition : Cette assurance offre le remboursement aux expéditeurs en cas de colis perdus, endommagés ou volés durant le transport. Si vos produits sont coûteux ou fragiles, cette assurance pourrait convenir à votre entreprise.



Votre entreprise est-elle prête à exporter vers les États-Unis?

[Lisez notre article pour obtenir d'autres conseils.](#)



Assurez-vous que vos envois sont livrés
aux États-Unis et à l'international grâce à
l'[assistant commercial de Purolator](#) et
à la [facture commerciale numérique](#).

Étiquetage : irritants et solutions

Peu importe le type d'entreprise que vous exploitez, vous devez gérer de nombreuses étiquettes d'expédition. Vous trouverez ci-dessous quelques-uns des problèmes les plus courants avec les étiquettes d'expédition et leurs solutions.

Irritant 1 : Vous n'avez pas d'imprimante d'étiquettes

La solution : Lorsque vous travaillez avec un fournisseur comme Purolator, vous pouvez créer des envois et générer un code QR à partir de votre appareil mobile. Rendez-vous à un centre d'expédition de Purolator* où vous pourrez utiliser le code QR pour imprimer votre étiquette. De plus, Purolator apposera l'étiquette sur le colis et expédiera ce dernier à l'endroit indiqué.

Irritant 2 : Étiquettes déchirées sur les côtés des colis

La solution : Les fournisseurs peuvent vous donner une enveloppe adhésive, une pochette en plastique spécialement conçue pour que les courriers y aient accès et assurant une protection contre les dommages durant le transport. Nous pouvons vous en donner une gratuitement lorsque nous viendrons récupérer votre colis.

Irritant 3 : Impossibilité de personnaliser les étiquettes

La solution : Pour représenter la marque qu'ils ont soigneusement élaborée, les clients admissibles de Purolator qui ont accès à Purolator Expédition^{MC} électronique – Serveur peuvent collaborer avec les fournisseurs pour créer des étiquettes qui comportent le logo de leur marque.

Irritant 4 : Erreurs sur l'étiquette

La solution : Après avoir créé l'étiquette d'expédition, les fournisseurs comme Purolator peuvent vous montrer les renseignements qui s'y trouvent pour vous assurer qu'ils sont exacts avant de confirmer l'envoi. Ainsi, vous éviterez les erreurs inutiles et la recréation des envois.

Irritant 5 : Absence d'options de formatage pour les étiquettes

La solution : Que vous vendiez de petits coffrets à bijoux ou de grands meubles, vous devez faire affaire avec un fournisseur qui saura prendre en charge des étiquettes de différentes tailles. Purolator vous permet de choisir des étiquettes de 4 po x 6 po à 4 po x 10 po qui conviennent à toutes les commandes.

* Le service de retour par code QR est disponible dans certaines succursales Purolator. Veuillez visiter [notre page web](#) pour plus de détails et la disponibilité.



Éléments relatifs aux politiques d'échange, de retour et de suivi

Le processus d'expédition ne se termine pas lorsque votre transporteur ramasse une commande. Votre stratégie doit également inclure un excellent processus de retour et de suivi. En effet, des études démontrent que 95 % des personnes qui sont satisfaites d'un [processus de retour](#) referont affaire avec le même détaillant, tandis que celles qui ne le sont pas sont [trois fois plus susceptibles de faire leurs achats ailleurs](#). Assurez-vous donc d'élaborer des politiques sur les éléments suivants :

Suivi des colis : Il est important que vous et les membres de votre clientèle sachiez en tout temps où se trouvent les envois. Donnez-leur un numéro de suivi pour qu'ils puissent suivre leurs colis et recevoir des mises à jour sur la livraison.

Politique d'échange : Peu importe la raison, on vous demandera d'échanger des articles. Assurez-vous d'avoir une politique d'échange facile à trouver pour que vos clients comprennent comment échanger des articles, connaissent la date limite de l'échange et sachent s'ils devront déboursier des frais.

Politique de retour : Même si vous faites tout ce qu'il faut, vous aurez sans doute des clients insatisfaits qui voudront retourner des articles. Il est donc essentiel de vous munir d'un processus de retour simple qui satisfera vos clients et qui les incitera à refaire affaire avec vous.

Assurez-vous qu'elle est facile à trouver (comme votre politique d'échange) et qu'elle décrit clairement les frais et les délais de retour.

Expédition gratuite : un dilemme

Les clients s'attendent à des livraisons gratuites et ultra rapides en raison des services offerts par les géants du commerce en ligne. [Cependant, seulement 17,5 % des détaillants en ligne offrent la livraison gratuite sur toutes les commandes, tandis que 65,4 % l'offrent sur certains de leurs produits.](#)

[Une étude que nous avons réalisée](#) a révélé que la livraison gratuite plaît à un point tel que 62,5 % de la clientèle la considère comme le facteur de satisfaction le plus important. En plus de plaire aux clients, la livraison gratuite engendre une foule d'avantages, dont l'augmentation des ventes, une meilleure valeur individuelle de la commande, moins de paniers d'achats ignorés et une fidélité accrue de la clientèle.

La livraison gratuite ne convient pas à toutes les entreprises, même si un grand nombre de consommateurs en ligne s'y attendent. Vous devez d'abord vous assurer que vos marges sont suffisamment élevées pour couvrir vos coûts d'expédition.

Plusieurs options s'offrent aussi à vous pour contrebalancer ces frais :

- Payer tous les frais d'expédition
- Augmenter le prix de vos produits pour couvrir les frais d'expédition
- Offrir un code spécial donnant droit à la livraison gratuite à certains clients
- Offrir l'expédition gratuite lorsque le coût de la commande atteint un certain montant
- Proposer la livraison gratuite dans certaines régions uniquement



Permettez à vos clients de contrôler leur expérience de suivi avec des préférences de livraison personnalisables et des avis par message texte lorsqu'ils utilisent [Mes choix Purolator^{MC}](#).



Rehaussez vos emballages

Un emballage ne se limite pas à la façon dont un produit acheté en ligne est reçu. Il constitue également un prolongement de votre marque et fait partie de l'expérience de magasinage en ligne. En plus d'être fonctionnel, votre emballage doit refléter les valeurs de votre entreprise.

Éléments à prendre en considération

- **Choix de l'emballage** : Tenez compte du poids et de la fragilité de vos produits. Comment bougeront les produits dans l'emballage? Comment ouvrira-t-on l'emballage?
- **Emballage personnalisé** : Démarquez-vous en offrant une expérience de déballage qui favorisera la fidélité à la marque. Vous pouvez le faire facilement avec du papier de soie et des autocollants qui portent votre logo.
- **Emballage écologique** : Expédier des colis peut engendrer bien du gaspillage. Si le respect de l'environnement fait partie de vos valeurs, offrez des solutions durables comme des emballages biodégradables et compostables.

Saviez-vous que **60 % à 70 % des gens sont prêts à payer plus pour un emballage durable?**

Réfléchissez à l'emballage que vous utilisez. Le coût de la plupart des options d'expédition étant fondé sur la taille et le poids du colis, tentez d'offrir un emballage aussi petit que possible. En plus d'aider votre entreprise comme vos clients à économiser sur les frais d'expédition, cette solution fera en sorte que vos produits resteront en place dans la boîte et qu'ils seront moins susceptibles d'être endommagés.

Le type d'emballage peut varier en fonction de l'article à expédier. Les articles fragiles, par exemple, peuvent nécessiter un emballage plus robuste, comme du carton, pour les protéger. Toutefois, les articles comme les vêtements peuvent profiter d'un emballage plus léger comme les sacs en polyéthylène.

Remarquons également que le type d'emballage influence les frais d'expédition et l'expérience client. Réfléchissez aux éléments dans lesquels vous souhaitez investir et que vous désirez personnaliser. Il peut s'agir de boîtes, de sacs, de papiers en tissu, de ruban adhésif, d'autocollants ou de notes personnalisées.



Optimisez la façon dont vous emballez, scellez et étiquetez un envoi.

[En savoir plus](#)

Solutions d'expédition durables

Lorsque vous réfléchissez aux façons d'optimiser votre stratégie de livraison, il est important de comprendre ce que les clients pensent de la durabilité.

Que signifie la durabilité dans un contexte de réseau de messagerie?

En gros, la [livraison durable](#) concerne les mesures prises par une entreprise pour réduire ses répercussions négatives sur l'environnement. Les emballages biodégradables, la réduction d'espace inutilisé dans les boîtes de livraison et les solutions de livraison écologiques sont de bons exemples.

Ces dernières comprennent les véhicules électriques à basse vitesse, les vélos cargo électriques et d'autres méthodes de livraison et de cueillette comme les [casiers automatisés](#) et les [kiosques arrêt rapide](#).

Voici les principales mesures en matière de durabilité que recherchent les consommateurs :



72.5 %

Réduction de l'emballage



70 %

Utilisation de matériaux ou de produits recyclés



67 %

Utilisation d'énergie réduite ou renouvelable



58 %

Réduction du nombre de voyages d'expédition



50 %

Livraison électrique

Rapidité et développement durable

Saviez-vous que davantage de personnes utilisent leur pouvoir d'achat pour soutenir des entreprises ayant des initiatives durables? L'étude de Purolator révèle que [52,5 %](#) des clients accepteraient un retard de livraison d'une semaine pour que leur livraison soit plus durable.



des clients choisiraient la durabilité plutôt que la vitesse lorsqu'on leur demande de choisir entre l'une ou l'autre. Mais ils sont presque tout aussi nombreux à affirmer le contraire.



des clients accordent davantage d'importance à la durabilité environnementale depuis le début de la pandémie.

Tarification de vos livraisons durables

Les clients ont une influence sur les entreprises auprès desquelles ils magasinent, et certains utilisent leur pouvoir d'achat pour encourager les entreprises à mettre en œuvre des initiatives plus durables.

Notre [étude sur l'expédition durable](#) montre qu'environ 41 % des consommateurs seraient prêts à payer plus pour des méthodes de livraison durables. S'il peut être difficile d'établir le bon prix, il est encourageant de savoir que bien des gens n'ont pas peur de faire des compromis pour favoriser des solutions plus écologiques.



paieraient plus pour des méthodes de livraison durables.



Découvrez l'engagement de Purolator à l'égard du développement durable et les initiatives écologiques qui transforment la façon dont les entreprises et leurs clientèles utilisent nos services.



Meilleures pratiques pour le contenu des courriels aux clients

Vous pouvez rehausser l'expérience de livraison des clients à partir de leur boîte aux lettres. En effet, les courriels sont une étape importante du processus d'expédition. Ils permettent d'établir les attentes en matière de livraison et de transmettre des renseignements importants. Pour élaborer une stratégie à long terme qui vous permettra d'atteindre vos objectifs d'expédition au moyen de courriels, vous devez adopter des pratiques de marketing qui inciteront les gens abonnés à votre liste d'envoi à faire des achats chez vous.

Intégrez les pratiques et les types de courriel suivants pour soutenir votre stratégie d'expédition :

- ✓ **Établissez des objectifs** : Créez un objectif pour chaque courriel que vous envoyez, comme augmenter les ventes ou rester en contact avec votre clientèle.
- ✓ **Simplifiez vos communications** : Rédigez de courts paragraphes, ajoutez des titres lorsque les courriels sont plus longs, utilisez, si possible, des puces pour diviser le contenu, mettez en gras les renseignements importants, intégrez des images accrocheuses et ajoutez des boutons d'appel à l'action.
- ✓ **Créez une série de courriels de bienvenue** : Il s'agit d'une excellente façon de faire connaître votre marque à vos abonnés. Ils ont [un taux d'ouverture exceptionnel de 86 % et auront certains des taux d'engagement les plus élevés parmi vos courriels](#). Songez à transmettre votre meilleur contenu, comme des articles, des livres électroniques, des produits ou à proposer une offre promotionnelle.
- ✓ **Prévoyez des courriels pour les gens qui abandonnent leur panier** : Rappelez aux gens ce qu'ils ont laissé derrière et invitez-les à terminer leur parcours d'achat. Jusqu'à [88%](#) des paniers d'achats sont abandonnés avant qu'un client effectue un achat¹⁴. Les entreprises qui envoient un courriel de rappel récupèrent jusqu'à 14 % des pertes de ventes.
- ✓ **Offres promotionnelles** : Une offre applicable à un produit en particulier, un rabais sur l'ensemble de votre site Web ou la livraison gratuite : ces messages sont parfaits pour les gens en quête de belles aubaines.
- ✓ **Confirmation de commande** : Informez les clients que vous avez reçu leur commande. Fournissez le numéro de commande et un résumé qui contient les coordonnées du client, le nom, la taille et le montant du produit. De plus, confirmez le mode de paiement, l'heure de livraison prévue et fournissez les coordonnées du service à la clientèle.
- ✓ **Courriels de suivi** : Offrez la tranquillité d'esprit à vos clients en leur donnant un numéro de suivi pour qu'ils puissent savoir où en est la livraison de leur commande.
- ✓ **Invitez votre clientèle à rédiger des évaluations** : Les évaluations sont une preuve sociale qui démontre la confiance des acheteurs envers une marque : [88% des gens font autant confiance aux avis de clients qu'à des recommandations personnelles](#).

Séduire ses clients en établissant un partenariat stratégique qui surpasse les attentes

En plus de toutes les méthodes que nous avons décrites pour créer une stratégie d'expédition efficace, votre partenaire d'expédition est un autre élément clé de la satisfaction des clients. Le fournisseur de services d'expédition que vous choisissez a une incidence importante sur l'expérience du client et sa perception de votre entreprise. En travaillant avec un partenaire de services de livraison d'expérience, vous pouvez répondre aux attentes des clients et favoriser le succès de votre entreprise.

Comptant plus de 60 ans d'expérience, Purolator met à votre disposition sa vaste portée, qui lui permet de desservir jusqu'à 99,9 % des codes postaux canadiens, ses capacités de transport transfrontalier, ainsi que ses solutions de transport multimodal, de messagerie et de transport de fret. Vous pouvez bénéficier de solutions adaptées à vos besoins d'expédition, y compris de la [livraison le lendemain](#) ou de la livraison aux [casiers automatisés](#) et par vélo cargo électrique.

Solutions d'expédition dans les délais

Choisissez parmi une gamme de services de livraison qui répondent à vos différents besoins, au Canada et ailleurs :

[Purolator Freight](#)^{MD} : Expédiez un grand nombre de marchandises en utilisant ce service qui offre les délais de transit les plus rapides, une excellente ponctualité et un suivi en ligne convivial.

[Purolator Express](#)^{MD} : Livraison garantie le lendemain partout au Canada avec suivi détaillé en transit et plusieurs heures de livraison offertes pour répondre à vos besoins en matière de niveau de service.

[Livraison de produits essentiels](#) : Pour vos livraisons les plus urgentes, peu importe où elles se trouvent dans le monde, tirez parti de notre solution d'expédition la plus rapide avec système de suivi inégalé et accès en tout temps aux spécialistes du service de livraison de produits essentiels pour les envois par services de messagerie et de fret.

[Services spéciaux](#) : Envois de grande taille, courrier ou colis urgents, marchandises dangereuses, services avec signature requise : vous pouvez compter sur Purolator pour répondre à vos besoins d'expédition.

Informer ses clients

Grâce à [Mes choix Purolator](#)^{MC}, vous pouvez offrir à vos clients une façon simple de gérer leurs livraisons et d'en faire le suivi. Les avis par message texte informent les clients à chaque étape du parcours de livraison. Que ce soit en modifiant le lieu de dépôt ou en annulant l'exigence de signature, les clients peuvent personnaliser leurs préférences de livraison même lorsque leur colis est en route.

Principales caractéristiques de Mes choix Purolator^{MC} 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



Option d'autorisation de livraison sans signature*



Aucune application à télécharger



Preuve de livraison avec photo

* L'option de livraison sans signature n'est pas offerte pour les envois nécessitant la signature d'un adulte ou du destinataire visé (p. ex., alcool, cannabis, certains types de produits pharmaceutiques ou de stupéfiants, ou d'autres articles assujettis à la réglementation sur les marchandises dangereuses).



Gérer les retours d'achat en ligne et récupérer de la valeur

Une stratégie logistique efficace n'est pas complète sans un processus de retour solide. Les retours peuvent créer des défis qui peuvent avoir une incidence négative sur l'expérience client, notamment :

- Manque d'options de retour flexibles et personnalisables
- Capacités de suivi des retours inefficaces
- Manque d'expérience en matière de retours transfrontaliers, ce qui rend le processus coûteux et inefficace
- Manque d'information sur les retours, y compris les coordonnées
- Processus de retour trop complexe

Purolator peut vous aider à simplifier votre processus de retour, à récupérer de la valeur des marchandises retournées et à créer une expérience de retour positive pour les clients. Les gens veulent des méthodes de retour pratiques qui répondent à leurs besoins. Pour satisfaire leurs attentes, utilisez nos solutions personnalisables.

Retours sans étiquette : En utilisant un code QR pour les retours, les clients n'ont plus à se soucier d'imprimer une étiquette à la maison.

Retours sans emballage : Aucune étiquette, aucun sac, ni aucune boîte n'est nécessaire pour retourner les produits commandés, ce qui assure un retour rapide et plus écologique.

Casiers automatisés : Une méthode pratique et sécuritaire pour déposer et ramasser les colis en tout temps.

Boîtes de dépôt : Expédiez vos colis et vos retours de façon sécuritaire et efficace en les déposant dans les boîtes de dépôt situées dans des édifices, des halls d'entrée ou à l'extérieur de zones commerciales partout au Canada.

Kiosques : Retournez, ramassez ou expédiez des colis facilement et en toute sécurité.

Arrêt rapide mobile : Grâce à de nombreux emplacements pratiques et à des heures d'ouverture flexibles, vous pouvez retourner et récupérer vos colis dans votre quartier.

Centres d'expédition de Purolator : Ils vous offrent des points de cueillette et de livraison à service complet avec des capacités d'expédition sans emballage ni étiquette.

Agents d'expédition autorisés : Utilisez les services de Purolator dans les centres d'expédition locaux qui gèrent les envois entrants et sortants.

Optimisez votre processus de retour grâce aux services flexibles de Purolator :

- ✓ **Services complets et flexibles** : Nos installations peuvent vous offrir des services de retour, de réexpédition, de don ou de destruction.
- ✓ **Réapprovisionnement et revente plus rapides** : Les solutions sans étiquette et sans emballage incitent les clients à effectuer leurs retours plus rapidement.
- ✓ **Accès pratique aux services d'expédition** : D'ici 2023, 75 % des Canadiens se trouveront dans un rayon de 3 km d'un point de dépôt de Purolator.
- ✓ **Vitesse inégalée** : Un service fiable signifie des remboursements plus rapides pour vos clients et une fidélité accrue envers la marque.
- ✓ **Efficacité** : Grâce à nos kiosques, les retours peuvent être effectués en moins de deux minutes.
- ✓ **Suivi et transparence** : Nous offrons une visibilité complète tout au long du processus de retour.
- ✓ **Développement durable** : Nos initiatives écologiques à la fine pointe de l'industrie sont soutenues par un parc de véhicules « zéro émission ».

Le moment est venu de redéfinir votre stratégie d'expédition

L'expédition est un facteur clé pour attirer et fidéliser les clients. Comme davantage de marques de commerce électronique rivalisent pour attirer les consommateurs, il est essentiel de vous assurer que votre stratégie d'expédition est fluide et englobe l'affichage de la politique d'expédition sur votre site Web, le dernier kilomètre et les retours. Que vous ayez choisi d'offrir la livraison gratuite, la livraison en deux jours ou le jour même, vous devez clairement établir les attentes des clients dans tous vos canaux de communication et tenir votre promesse.

Une stratégie d'expédition gagnante doit comprendre des objectifs clairs, une répartition des frais de logistique et d'exécution des commandes, une description des politiques d'expédition ainsi que les meilleures pratiques d'emballage et de communication par courriel. Une expérience d'expédition fluide vous aidera à fidéliser votre clientèle.





Vous cherchez à élaborer la meilleure stratégie d'expédition pour votre entreprise?

Communiquez avec l'un de nos spécialistes de l'expédition dès aujourd'hui!

[Suivez-nous](#)