



WelcomeTrack

**E-BOOK**

# Une solution pour gérer vos commandes omnicanales



# La complexité grandissante de l'environnement e-commerce



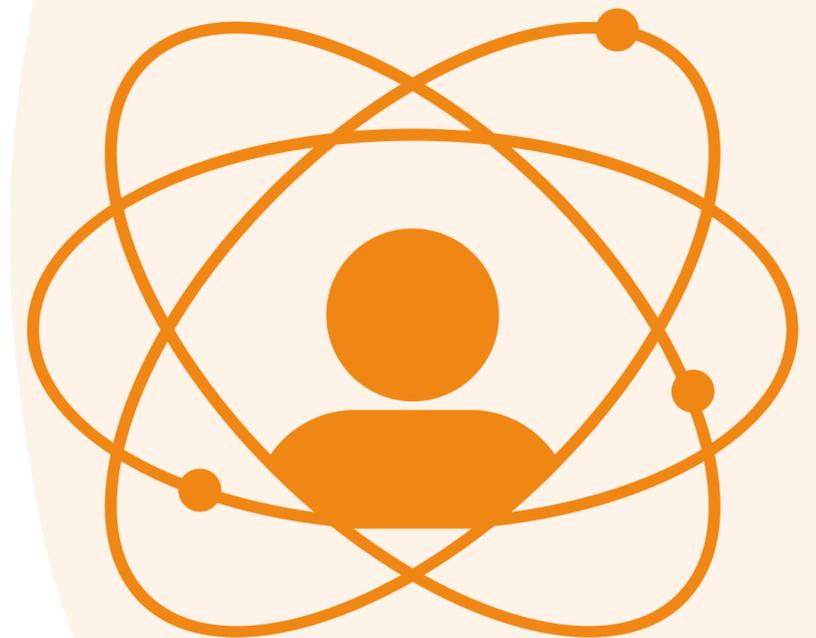
Les modes de consommation ont évolué, quand nous avons lancé WelcomeTrack en 2011, le eCommerce était assez simple. On passait des commandes sur un site, ces commandes étaient préparées dans des entrepôts. Elles étaient ensuite confiées à des transporteurs. Mais assez rapidement, la situation est devenue un petit peu plus complexe.

On a commencé à parler d'omnicanalité. Derrière ces notions, il y a l'idée que le client peut commander d'où il veut, quand il veut, et également se faire livrer où il le souhaite et quand il le souhaite. Ça peut être chez lui ou à son bureau, dans des points de retrait, dans des consignes, voire dans des boutiques du réseau dans lesquelles il a passé sa commande.

## ▶▶ L'omnicanalité est désormais la base

L'omnicanalité est une évolution de la multicanalité qui tend à **fluidifier l'expérience client en tirant parti de tous les canaux de contacts disponibles et, ce, de manière simultanée.**

À travers une stratégie omnicanale, il y a une réelle volonté d'accompagner l'utilisateur sur tous les points de vente qu'ils soient digitaux ou physiques. Les commerçants ont bien compris qu'il était nécessaire d'optimiser leurs différents moyens de communication en les désilotant. Il ne suffit pas d'ajouter des canaux, mais il faut créer une réelle connexion entre eux pour unifier l'expérience d'achat. Notamment, au niveau des données du client, tous les points de contacts physiques ou numériques doivent communiquer.



Dans un parcours omnicanal, toute la chaîne logistique est donc sollicitée afin d'améliorer l'expérience client. Il est donc essentiel d'avoir une réelle visibilité sur les différents maillons afin d'optimiser la distribution e-commerce.



## ►► **Les livraisons sont de plus en plus complexes**

Les e-commerçants proposent désormais aux consommateurs une partie de leur catalogue en magasin, sur le site, en marketplace, revendeurs physiques. Cela implique une gestion des stocks complexes en fonction des différents endroits où le e-commerçant a choisi de diffuser son catalogue.

Tout est devenu complexe : le consommateur va démarrer une expérience d'achat en boutique ou sur le web, mais n'achète pas forcément sur le canal de découverte. À cela, il faut ajouter le lieu où il se fait livrer. Il faut donc créer et gérer des systèmes complexes afin de répondre aux comportements et aux besoins des clients.



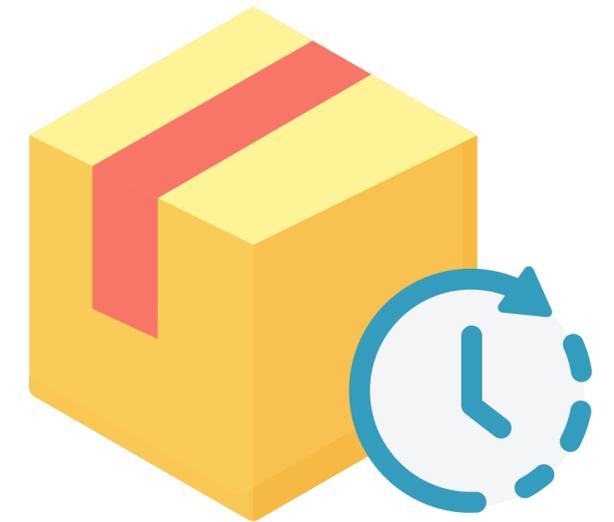
## ⇒ Une multitude de scénarios d'achat et de livraison

### Il existe désormais plusieurs moyens d'acheter et récupérer sa commande :

- Achat en ligne, livraison en magasin (click & collect)
- Achat en ligne, livraison directe au domicile ou en point relais
- Achat en magasin, livraison à domicile ou point relais
- L'envoi depuis le magasin (ship from store) : utiliser les ressources d'une boutique physique afin de préparer, d'expédier ou mettre à disposition des produits commandés en ligne
- E-réservation : permet la réservation d'un produit en boutique via le site marchand qui sera mis de côté durant un temps donné.
- Livraison de produits frais (ex : nourriture pour animaux) dans des colis spécifique avec des contraintes de livraison strictes



À cela s'ajoutent de nombreuses options de livraisons : horaires adaptés, possibilité de récupérer une commande le week-end, créneaux horaires spécifiques, livraison le jour même ou dans l'heure. En effet, il est important pour le e-commerçant de s'adapter à ses acheteurs qui souhaitent avoir le plus de choix possible. Des choix qui s'adaptent à leur mode de vie, contraintes horaires et disponibilités.



Face à la multiplication des points de commande et des points de préparation, il peut s'avérer plus difficile de suivre les fluctuations de stocks.

## ⇒ Les commandes multi-colis

Une commande multi-colis fait référence à une transaction d'achat en ligne où un client achète plusieurs articles qui nécessitent l'expédition dans des colis distincts.

La gestion optimale des commandes multi-colis est essentielle pour garantir une expérience de livraison fluide et satisfaisante pour les clients. Dans cet article, nous explorerons les meilleures pratiques et les solutions proposées par WelcomeTrack pour gérer efficacement ce processus complexe et optimiser la satisfaction des clients.



## Une commande multi-colis est créée lorsque :

- Au moment de la commande, il y a une rupture de stock, les articles non-disponibles seront donc envoyés ultérieurement.
- Les produits ne sont pas stockés au même endroit donc il y a 2 lieux d'expéditions différents.
- Commande où les produits viennent de différents endroits (site et marketplace).



# Dans un environnement complexe, il faut savoir adapter l'expérience post-achat

Soigner son expérience post-achat, la base.

Un environnement complexe crée des situations complexes et propices aux problèmes de livraison : gestion des retards et problèmes liés à la livraison : colis perdus, endommagés, livrés à un tiers...

À cela, s'ajoute une gestion de prestataire multiple, gestion de stocks divers, gestion des retours.



Il est parfois difficile d'honorer sa promesse de livraison, cependant, si l'expérience de livraison n'est pas bonne, ça nuit directement à la fidélisation des clients et aux ré-achats.

Aujourd'hui dans un environnement complexe, l'acquisition client est de plus en plus difficile, donc véritable opportunité de soigner l'expérience post-achat. Les e-commerçants ne peuvent pas passer à côté de cela.

Le client a désormais besoin d'être informé en temps réel des aléas de livraisons qui peuvent arriver ou même juste du bon déroulé de sa livraison. Il est primordial qu'il ait accès aux étapes clés de la livraison qui vont lui apporter de la valeur ou de la rassurance.



# Comment soigner cette expérience post-achat ?

## Optimisez l'efficacité de vos opérations logistique et transport

- Vérifiez ou mesurez rapidement **la qualité de service, les délais de préparation, le click to possession et les autres indicateurs de performance**
- **Monitorisez vos transporteurs leur qualité de service et respectez votre promesse de livraison**
- **Gardez l'œil sur votre activité durant toute l'expérience post-achat.**
- **Détectez les anomalies avant vos clients**
- **Soyez proactifs**
- **Créez l'interaction avec le client (recommandations, storytelling, prolongez l'expérience de marque)**
- **Adoptez une vision centralisée de l'ensemble de vos flux transport**
- **Adoptez un seul outil vous permettant de surveiller ces flux**

**Mesurez l'efficacité de vos opérations**

# Comment soigner cette expérience post-achat ?

# 2

**Créez une expérience client exceptionnelle**

Il faut que vous réduisiez au maximum les appels liés au service client, car les contacts entrants liés à un souci de livraison sont le principal écueil de votre service client. Ils représentent 30% à 60% de l'activité d'un service support client et coûtent entre 1,30 € et 2,50 € par contact en fonction de la localisation du centre de traitement.

Soulager votre service client en communiquant proactivement grâce à des notifications et des pages de suivi optimisées pour améliorer la satisfaction client. Envoyez des notifications à vos clients avant qu'ils n'éprouvent le besoin de vous contacter.

## ⇒ Gardez vos clients dans votre univers de marque grâce à une communication personnalisée

Grâce à WelcomeTrack, créez VOTRE communication post-achat. Ne cédez plus cette phase aux transporteurs qui envoient leurs propres mails de suivi.

En construisant des pages de suivi personnalisées à vos couleurs de marque, vous gardez vos clients dans votre univers, vous les rassurez et les fidélisez sur le long terme. Offre ainsi une véritable expérience premium qui vous correspond.



## ⇒ Mesurez la satisfaction de vos clients

En maîtrisant parfaitement vos canaux de communication de la commande à la livraison, vous pouvez interroger vos clients sur l'expérience qu'ils ont vécue.

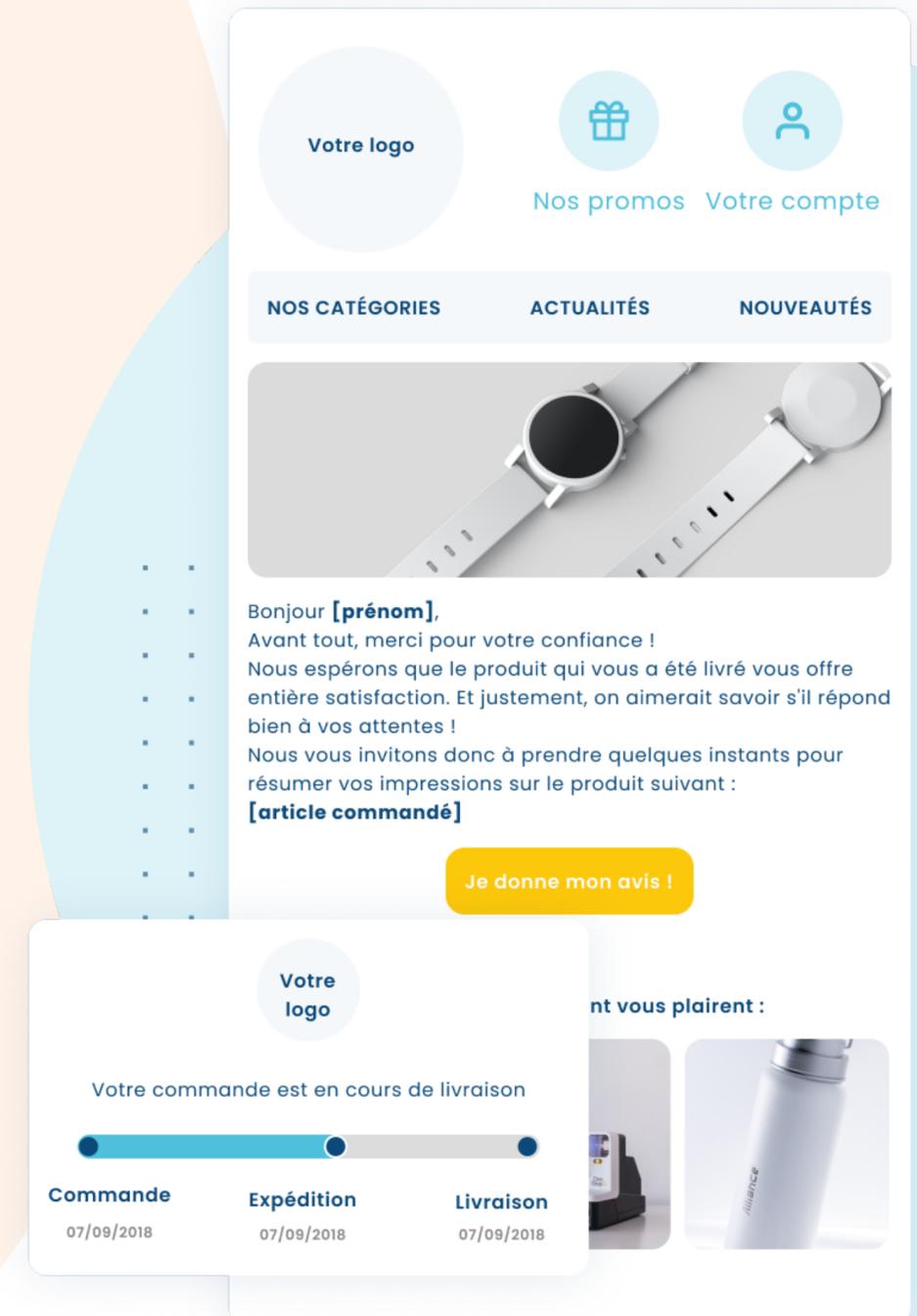
Il est primordial pour votre marque de connaître le ressenti de vos clients après un achat. Construisez, diffusez et analysez des sondages à destination de vos acheteurs afin de comprendre ce qui leur plaît et déplaît dans votre offre.



## ⇒ Ré-engagez vos clients

Grâce à notre solution de suivi de livraison, le parcours post-achat de vos clients est plus fluide et serein. En effet, profitez des pages de suivi et de la personnalisation pour y ajouter du contenu : actualité de votre marque, tutoriel, recommandations d'achat de produits pour générer des opportunités de rachat.

**Créez une expérience client exceptionnelle**





**WelcomeTrack**

**La solution pour gérer vos  
commandes omnicanales**

**Contactez-nous**

