



WelcomeTrack

**E-BOOK**

Une seule solution pour unifier tous vos métiers autour de l'expérience post-achat





**Comment la centralisation des données, la collaboration entre vos différents services peuvent optimiser votre activité e-commerce ?**



**Comment devenir plus rapide, plus agile et plus efficace grâce à la gestion des process métiers ?**

Les sites d'e-commerce connaissent un recul de 12 % des ventes de produits par rapport au 1er trimestre 2022. Dans ce contexte de décroissance, on observe que 80% des acheteurs en ligne privilégient la livraison à domicile.

L'expérience post-achat, et plus particulièrement la stratégie de livraison et de retour, est devenue un important levier d'acquisition et de fidélisation. En effet, dernière étape de l'expérience client, elle joue un rôle essentiel pour se faire une place auprès de clients toujours plus exigeants sur un marché compétitif.

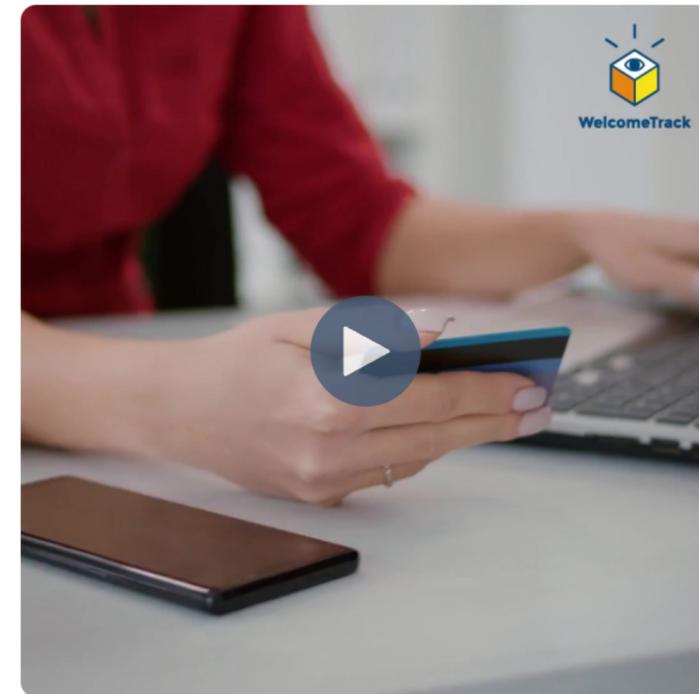
**L'expérience post-achat est donc au cœur de votre activité d'e-commerçants.** Il est alors nécessaire que vous maîtrisiez les différentes étapes qui la composent afin d'offrir à vos clients un parcours optimal et assurer leur satisfaction.



## Qu'est-ce que l'expérience post-achat ?

L'expérience post-achat **commence après le paiement d'une commande sur votre site e-commerce**, votre marketplace ou encore votre magasin, par un de vos clients, et **se termine lors de la possession du colis par votre client**. Elle peut éventuellement se prolonger dans le cas d'un échange ou d'un retour colis.

Il est donc nécessaire de mettre en place un suivi des opérations logistique & transport afin de piloter la livraison. Il est également primordial d'informer le client durant toute cette phase d'attente et d'être en mesure de répondre à ces questions ou de l'informer en cas d'imprévu. Ces différentes compétences mobilisent donc plusieurs savoir-faire internes et externes à votre entreprise afin de maîtriser toutes les chaînes post-achat.



“Qu'est-ce que l'expérience post-achat ?

Rémy Séréna, WelcomeTrack



**L'expérience post-achat représente donc un ensemble de plusieurs étapes** qu'il faut bien connaître et maîtriser. Les différentes opérations, afin d'assurer une livraison optimale, sont nombreuses.

En effet, il y a une foultitude de flux à gérer; les stocks, la préparation des commandes, la gestion du transport, la livraison et la satisfaction client. Il est nécessaire de comprendre comment toutes ses actions s'imbriquent afin d'optimiser sa performance opérationnelle.

A partir d'un certain volume de commandes, cela nécessite de faire appel à des collaborateurs spécialisés afin de mettre en place un système de gestion efficace.



# Quelle(s) solution(s) pour accompagner mes différents métiers sur la partie post-achat ?

Réponse : Une seule solution.

## Une seule solution pour accompagner tous vos métiers sur l'ensemble du parcours post-achat

### Qu'est-ce qu'une solution post-achat ?

Le logiciel d'expérience client post-achat offre une interface pour gérer les commandes via une plateforme unique qui s'intègre avec les **différents partenaires logistiques, les plateformes e-commerce** ainsi que les **solutions de service client**.



Ce type de plateforme permet, grâce à un suivi unifié, d'automatiser les mises à jour de l'état des commandes et d'envoyer des messages et notifications aux clients en cas d'anomalies.



## Quels sont les métiers (impliqués dans) de l'expérience post-achat ?

Les métiers impliqués dans ce processus au sein de votre entreprise sont donc :

- **Les équipes transport & logistique**
- **Les équipes e-commerce & digital**
- **Les équipes relation client**

Afin d'offrir une expérience la plus fluide possible, il est important de connecter ces différents métiers afin qu'ils puissent communiquer sans silos et de manière agile sur tous les canaux et en temps réel. L'exploitation des données doit permettre à toutes les équipes d'être informées pour faire face à toutes les situations.

## Pourquoi choisir une seule solution pour tous vos métiers ?

- ⇒ Optimisez l'efficacité des équipes
- ⇒ Utilisez une donnée qualitative



## ⇒ Optimisez l'efficacité des équipes



### Parlez le même langage

Des langues différentes, sans interprète, conduisent inévitablement à une incompréhension et donc à des tensions. Le travail de vos équipes peut être très différent et pourtant les objectifs sont communs : améliorer l'expérience post-achat de vos clients. Les différentes entités, transport & logistique, e-commerce, relation client traitent un même événement de plusieurs façons différentes. Souvent les KPI sont calculés différemment, alors même que l'information à partir de laquelle ils sont mesurés est unique. Ces incompréhensions entraînent inexorablement un manque de fluidité et peu adapté à un parcours client optimal. Grâce à une plateforme unique, ces différents métiers vont pouvoir partager une même information et un même vocabulaire issues de mêmes sources de données et travailler selon un référentiel commun.





## Réduisez le nombre d'outils...

Chaque équipe va utiliser des outils qui leur sont propres en fonction de leur spécialité. Si vous multipliez les outils vous passez votre temps à passer de l'un à l'autre : plateforme e-commerce, partenaires logistique, logiciels logistique, plateforme relation client... Il y a une déperdition, de temps, d'énergie et d'argent à vouloir engager plusieurs chantiers, un pour chaque service, alors qu'un seul outil performant suffit.

Non seulement il suffit, mais, de plus, l'efficacité est accrue, puisqu'il peut jouer les intermédiaires, en disposant des mêmes données. Une compréhension entre tous revient à mettre de l'huile dans les rouages, à faciliter les échanges pour plus de fluidité et, au final, mieux satisfaire le client !



## ... et un seul branchement suffit !

Avec un seul outil, vous n'aurez qu'un seul branchement technique à effectuer. La connectivité est simplifiée et vous n'aurez pas besoin de brancher plusieurs solutions entre elles et de devoir construire des passerelles. Cela représente un véritable gain de temps et d'énergie pour vos équipes.



## Réduisez vos coûts

Des branchements simplifiés, du temps économisés, plus qu'un seul contrat.. Grâce à l'utilisation d'une seule et unique solution, vous économisez de l'argent !

## ⇒ Utilisez une donnée qualitative

- **Une donnée consistante**

La **consistance de la donnée** est le nerf de la guerre. En effet, il est primordial d'avoir une **data** qui soit commune et **lisible par tous**. Ce **référentiel commun** ne doit pas changer d'un métier à l'autre. Il doit être compréhensible et utilisable par tout le monde.

En savoir plus

Cette consistance dans l'information va vous permettre d'avoir **la même base de calcul des indicateurs et déclencheurs pour tous vos métiers** afin de traiter les informations de manière efficace et cohérente.

### Exemple

En tant qu'e-commerçant, vous rencontrez un problème qui se traduit par un retard de livraison pour votre client. La donnée "retard de livraison" va pouvoir être utilisée par les différentes équipes :

→ **Vos équipes logistique & transport** : cela va leur permettre de calculer une qualité de service du transporteur.

→ **Vos équipes relation client** : vont pouvoir envoyer un mail de rassurance aux clients en indiquant que la situation est sous contrôle et que l'on s'occupe de son colis.

→ **Vos équipes marketing** : vont envoyer, à l'issue de la réception de la commande, un mail de fidélisation proposant à ce client un chèque cadeau ou une promotion en compensation du retard de livraison subi.

- **Une donnée consolidée et fiable**

Une solution post-achat comme WelcomeTrack, va vous permettre de rendre la donnée intelligible et actionnable. Notre technologie prend en compte tous vos différents flux et les agrège afin d'obtenir un niveau d'analyse granulaire de votre suivi de livraison. Cette qualité de la donnée qui en résulte va vous permettre de créer une expérience client homogène.



# Comment mettre en place cette solution ?

Concrètement, comment mettre en place ce type de solution au sein de votre société ?



## 1/ Définissez vos besoins

Avant toute chose, il est nécessaire d'établir vos besoins avec précision. Faites-vous accompagner et n'hésitez pas à poser toutes les questions qui vous paraissent essentielles.



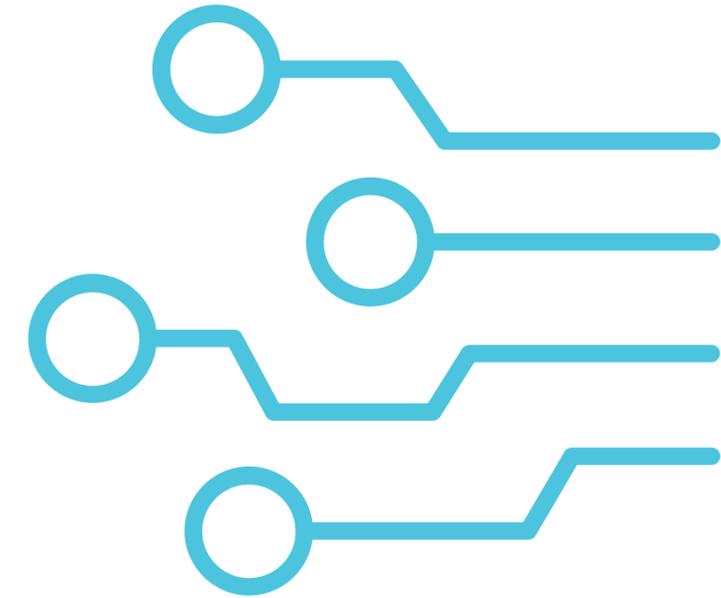
## 2/ Branchez vos flux

Procédez par étape et commencez à brancher vos flux déjà disponibles : expédition, commandes, événements...

Ne cherchez pas à tout brancher d'un coup. Il est compliqué de décider et déterminer de manière figée tout ce que l'on va faire au final, cela se construit au fur et à mesure. Ce type de projet est long et fastidieux, il faut y aller pas à pas afin de se rendre compte de ce qu'il est possible de faire et quelles informations il est possible de récupérer. Vous pourrez ainsi constater les effets sur les différents champs d'intervention et construire votre projet de manière itérative.

### 3 / Identifiez les connecteurs nécessaires

Il est fort probable que vous deviez vous connecter à des outils tiers (marketplace, site e-commerce, OMS, plateforme service client...). Demandez alors la conception de connecteurs afin d'intégrer ces applications que vous souhaitez relier à votre plateforme post-achat.



### 4/ Accompagnements et suivi

Après avoir implémenté définitivement votre plateforme post-achat, assurez-vous d'être suivi afin d'avoir un outil performant qui s'adapte à vos évolutions, vos développements spécifiques, vos connexions avec des applications tierces...



Je souhaite unifier tous mes métiers autour de l'expérience post-achat

