



WelcomeTrack

GUIDE

# 3 conseils pour reprendre le contrôle de votre communication post-achat !

# E-commerçants reprenez le contrôle !

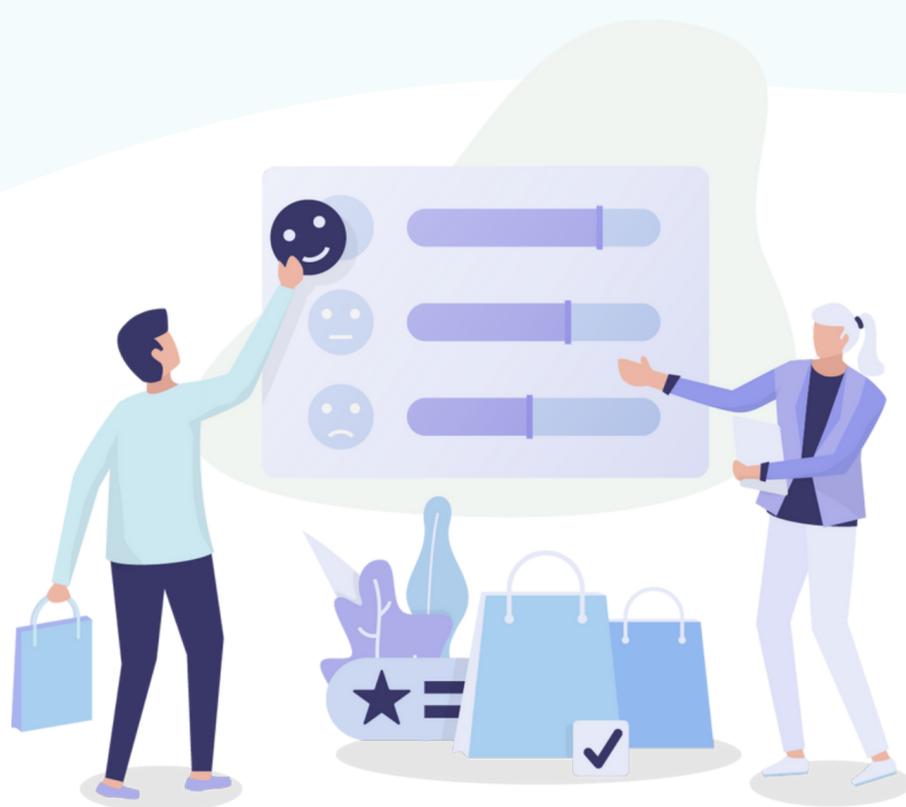
Durant, l'expérience post-achat, les points de rupture entre le e-commerçant et le client interviennent durant la phase de livraison.

Bien souvent, les e-commerçants ne s'occupent pas de la communication durant la phase de livraison. **En effet, ils cèdent cette communication aux transporteurs qui envoient leurs propres mails de statut de livraison.**

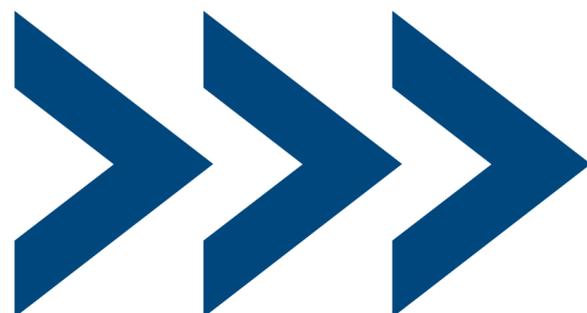
Cependant, **c'est une réelle occasion manquée pour communiquer avec votre client et mettre en place des actions marketing.**



**Vous connaissez l'adage, cela coûte plus cher d'acquérir un nouveau client que de fidéliser ceux ayant déjà effectué un achat dans votre boutique.** Un client satisfait de son expérience d'achat est plus enclin à recommander vos produits, votre site et **deviendra ainsi un ambassadeur de votre marque** auprès de son entourage.



**DÉCOUVREZ NOS 3 CONSEILS POUR  
REPRENDRE LE CONTRÔLE DE VOTRE  
COMMUNICATION POST-ACHAT !**



# Se ré-appropriier la communication de l'attente

## La personnalisation

Saviez-vous que vous pouvez envoyer vos propres notifications à la place de celles envoyées par vos transporteurs et ainsi garder les clients dans votre univers de marque ?

**Personnalisez vos notifications mails et vos pages de suivi afin de ne pas perdre de trafic en envoyant vos clients vers des pages transporteurs.**

Utilisez votre univers de marque, mettez en avant les informations que vous trouvez pertinentes, gérez le timing d'envoi des mails ou SMS etc.

Lorsque vous laissez les transporteurs gérer cette étape, vous vous exposez au fait d'avoir une communication impersonnelle. Pire, vous risquez d'exposer vos clients à de la publicité que vous ne maîtrisez pas et potentiellement à celle d'un de vos concurrents !

# 1



**Grâce à cette personnalisation, votre client a le sentiment :**

- que vous l'accompagnez jusqu'au bout de son achat
- qu'il peut vous faire confiance si jamais il a une question à vous poser

Cela permet d'asseoir votre crédibilité sur le long terme.

L'utilisation d'e-mails personnalisés vous assure ainsi de rester dans l'esprit de vos clients. De cette façon, chaque fois qu'ils auront besoin d'un produit que vous vendez, ils ne manqueront pas de penser à vous en premier.

# 2

## Les conseils et recommandations

L'attente du colis pour le consommateur est le bon moment pour maximiser son attention et lui en apprendre davantage sur le produit qu'il vient d'acheter.



Il peut être pertinent de lui envoyer un guide d'utilisation ou d'entretien de son produit. Ce type de communication a plusieurs avantages :

- Cela rassure votre client en vous plaçant en tant qu'expert sur le produit.
- Cela fait patienter l'utilisateur.
- En consultant un guide d'utilisation, il expérimente déjà le produit même sans l'avoir en mains propres.

# 2



**Il est également possible de faire de la recommandation d'autres produits similaires ou complémentaires.**

Par exemple, pour un consommateur venant d'acheter des produits de maquillage, il peut être intéressant de proposer des tutoriels concernant "Les astuces pour avoir un belle peau au quotidien" ou "les bons gestes pour appliquer son produit".

Enfin, lors de la livraison, il est pertinent de faire une communication sur les produits complémentaires nécessaires pour avoir un maquillage parfait (pinceau, base de maquillage, nettoyant visage ... ).

C'est le bon moment pour réaliser des ventes additionnelles en ayant une stratégie de communication ciblée et pertinente.

Pas que dans l'idée du ré-achat mais aussi accompagnement.

# 3

## Avis clients et enquête de satisfaction

C'est également un bon moment pour recueillir des avis clients via des enquêtes de satisfaction.



En accompagnant vos clients durant toute cette phase de post-achat, vous créez une relation de confiance et propice aux enquêtes concernant leur expérience avec votre marque.



Il est important de pousser l'enquête au bon moment, c'est à dire après la livraison effective.

C'est votre chance de consolider la relation client à une étape où vos concurrents sont déjà en train de se préoccuper d'acquérir le prochain acheteur.



WelcomeTrack

Chez WelcomeTrack nous vous aidons à **améliorer votre expérience post-achat** en réduisant votre perte de contrôle mais également celle de vos clients.

Notre solution vous aide à **créer des points de contacts** durant la phase d'expédition et de livraison de commande et ainsi **renforcer la confiance des consommateurs envers votre marque**.



Nous vous accompagnons dans la **mise en place d'une communication proactive** notamment grâce à une intégration des flux en temps réel qui permet d'éviter les erreurs concernant les informations délivrées aux clients. Grâce à des informations transparentes et en temps réel, **vos clients sont rassurés, cela diminue le taux de contact du service client et accroît la fidélité**.

**Je reprends le contrôle de mon expérience post achat !**

