

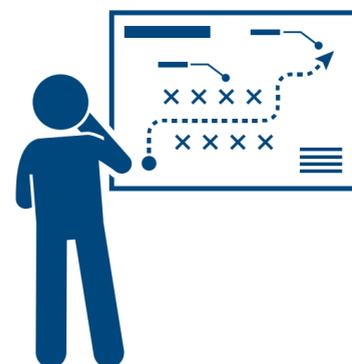


WelcomeTrack

GUIDE

Les 5 moments propices  
pour communiquer avec  
vos clients durant la  
phase post-achat !

En tant **qu'e-commerçant**, vous **examinez le comportement de vos utilisateurs** à travers une abondance de **données sur différents canaux** afin de **les attirer sur votre site**.



Référencement, réseaux sociaux, publicités... il y a une foultitude de scénarios à gérer et maîtriser.



Une fois sur votre site, vous déroulez le tapis rouge aux visiteurs pour une expérience d'achat réussie ! Peut-être avez-vous mis en place une landing page, des pop-up de réduction, des chatbots d'aide... Vous avez pris toutes les dispositions nécessaires pour que l'internaute valide son panier.

Et après ?

# Qu'en est-il de l'expérience après l'achat?

Lorsque les visiteurs finalisent leur demande et entrent leurs coordonnées bancaires, **le parcours client est loin d'être terminé.**

**C'est certainement l'un des moments les plus propice pour garder contact avec les acheteurs qui ont besoin d'être rassurés et informés.**

Si une marque arrive à rassurer son client durant toutes les étapes du parcours d'achat, elle augmente ainsi la probabilité de le fidéliser.



# L'anxiété de l'acheteur

C'est un phénomène qui est sous-estimé de la part des vendeurs. De nombreux consommateurs peuvent éprouver un sentiment d'anxiété après avoir validé leurs achats en ligne.



78%

des acheteurs en ligne se déclarent anxieux après avoir passé une commande sur une boutique en ligne

98%

sont prêts à repasser commande si la livraison s'est bien passée



## Mais pourquoi l'achat e-commerce est-il anxiogène ?

Après avoir terminé son achat, **le client perd le contrôle**, il ne sait pas ce qu'il se passe et n'a plus aucun pouvoir de décision. Il vient d'effectuer un paiement, a fourni des informations personnelles et doit attendre encore plusieurs jours pour recevoir son achat.



**Ce délai provoque l'apparition, parfois illogique, d'anxiété.** Pour lutter contre cette angoisse, de nombreux clients suivent activement leur colis. **D'ailleurs, une page de suivi de commande est consultée, en moyenne, entre 2 et 3 fois par achat !**

**Savoir où se trouve sa commande aide à apaiser son esprit pendant la période d'attente. Une communication transparente durant cette phase permet de rassurer le client et d'améliorer son expérience post-achat.**

## Comment rassurer le client ?

Quels sont les moments propices pour communiquer avec votre client et le rassurer ?

1

### Confirmer la commande

Que ce soit par emails ou SMS automatisés, une notification de confirmation de commande est toujours la bienvenue. En effet, **64% des consommateurs déclarent que les e-mails de confirmation de commande sont les e-mails les plus pertinents qu'ils reçoivent.**



2

### Confirmer l'expédition du colis

Il est toujours rassurant de savoir à quel moment le colis est envoyé afin que le consommateur anticipe la date de réception.



# 3

## Confirmer la livraison

Les clients veulent savoir quand leur commande arrive devant leur porte.

**Il est important d'avoir une seule notification qui est envoyée à ce moment là. Nous vous conseillons de pousser votre propre message et non celui du transporteur. Ainsi, vous choisissez le niveau d'information que vous jugez pertinent et le moment où vous souhaitez l'envoyer. De plus, il est judicieux de couper les communications qui partent du côté transporteurs afin d'éviter les doublons et ne pas submerger le client avec plusieurs notifications.**

Enfin, cette étape particulièrement propice pour **envoyer une enquête de satisfaction aux clients, le taux de réponse est meilleur.**

Cependant, assurez-vous que le client soit bien en possession de son colis avant de lui pousser l'enquête.



## 4

### Détails du transit en temps réel

Il existe encore beaucoup de e-commerçants qui font le strict minimum en terme de suivi de colis. Leur suivi de flux est obsolète et ressemble à ce schéma :

Achat > E-mail avec numéro de suivi > Le client doit trouver manuellement le colis.

C'est un processus fastidieux. Le suivi visuel en temps réel offre aux clients un aperçu plus fluide du parcours de leur colis. De plus, cela permet de détailler les étapes jusqu'à la livraison.

## 5

### Accès rapide au service client

Il est essentiel de **faciliter le contact avec votre service client**. Si votre boutique n'offre pas encore de suivi et de notifications en temps réel, vous avez probablement beaucoup de contacts **WISMO (Where is My Order ?)**. Et la seule chose encore plus frustrante pour un client que de ne pas savoir où se trouve sa commande, c'est de devoir chercher longtemps afin de contacter quelqu'un capable de le renseigner.

**Je veux communiquer de manière efficace avec mes clients durant la phase post-achat**



Les bonnes pratiques liées à la gestion de l'expérience post-achat sont primordiales à mettre en place afin de **multiplier vos conversions et fidéliser vos clients.**

Chez **WelcomeTrack** nous vous proposons une solution post-achat pour tous vos métiers et toutes vos commandes omnicanales.



**WelcomeTrack**