SEVEN SENDERS

OPTIMISEZ VOTRE
COMMERCE TRANSFRONTALIER

Se développer à l'international avec la stratégie de transport adaptée

SOMMAIRE

03 L'e-commerce international : un gigantesque marché en expansion

04 Votre performance de livraison vous démarque de la concurrence

06 Transporteur international ou leader du marché local – quel est le mode de livraison qui convient à votre entreprise ?

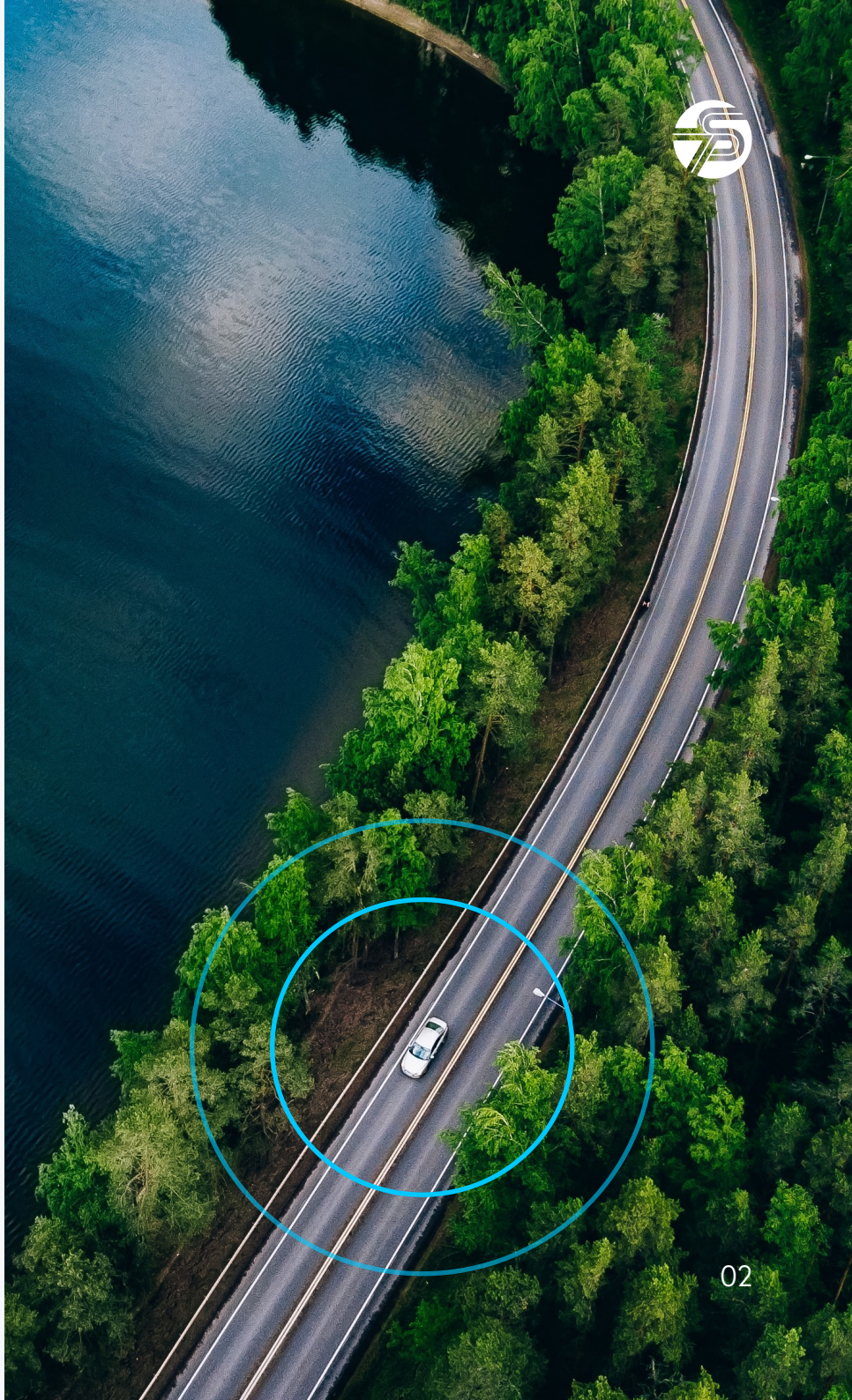
09 Chaque pays a ses propres exigences en matière de livraison et ses propres champions locaux de la livraison

10 Italie, Suisse, France et Autriche : les spécificités de livraison dans ces quatre marchés en expansion

15 Remplir parfaitement les exigences en matière de livraison avec des stratégies de livraison adaptées au niveau local

16 À propos de Seven Senders

18 Sources et Mentions légales



L'e-commerce international : un gigantesque marché en expansion

Le commerce en ligne sur le marché international est une source de croissance considérable pour votre entreprise. Sur les 286 millions de consommateurs européens qui effectuent des achats en ligne, 217 millions ont déjà commandé des articles provenant de l'étranger – et la tendance est à la hausse.[1] Participez vous aussi à ce commerce transfrontalier ! Partez à la conquête de nouveaux marchés, renforcez votre présence sur vos marchés actuels et assurez-vous une clientèle par-delà les frontières. Pour ce faire, créez une expérience de livraison optimale en vous appuyant sur votre performance d'expédition !

Selon les prévisions, le marché de l'e-commerce Europe devrait atteindre 163 milliards d'euros en 2020, puis bondir à 245 milliards d'euros en 2021.[2]

37 % **des acheteurs en ligne ne passeront plus jamais commande dans la même boutique en ligne après une expérience de livraison négative.[3]**

58 % **des consommateurs optent pour une autre boutique en ligne si les modes de livraison proposés conviennent mieux à leurs besoins.[3]**

Parmi les consommateurs qui effectuent des achats en ligne, 28 % des consommateurs allemands, 46 % des consommateurs anglais et pas moins de 55 % des consommateurs français déclarent qu'ils auraient tendance à privilégier une boutique en ligne plutôt qu'une autre si celle-ci propose davantage d'options de livraison.[4]

Voir la bibliographie p. 18

Votre performance de livraison vous démarque de la concurrence

Afin de pouvoir offrir aussi sur de nouveaux marchés une **expérience de livraison parfaite** à vos clients dès leur première commande et de vous assurer ainsi un avantage concurrentiel, il est essentiel de proposer une expérience d'expédition adaptée aux besoins de vos clients cibles. Si les attentes de vos clients sont satisfaites, vous gagnerez des clients fidèles. Ils iront jusqu'au terme du processus de commande, bénéficieront d'une bonne communication au cours de l'expédition et d'une livraison réussie, et retourneront sur votre boutique pour la recommander à d'autres. Parce qu'ils ont eu une bonne expérience de l'achat et de l'expédition.

Tenez compte des préférences de livraison locales et augmentez ainsi votre taux de réachat

La **qualité de l'expédition** constitue pour les commerçants un formidable levier de compétitivité, qui peut leur offrir bien souvent davantage de possibilités qu'ils ne le pensent. Pour assurer une livraison réussie, il vous faut donc, en tant que site marchand, impérativement vous adapter aux besoins locaux. Pour ce faire, vous devez non seulement connaître et prendre en compte les préférences locales des clients, ainsi que les caractéristiques géographiques du pays concerné. Cette approche est le seul moyen de garantir une livraison rapide et fiable à l'étranger et de prouver à vos clients que vous tenez à leur offrir une **excellente expérience client** de la commande à la livraison, et ce, bien que vous soyez un commerçant étranger. Vous augmentez ainsi la satisfaction client et le taux de réachat de vos clients.

Assurer une livraison exemplaire joue un rôle déterminant sur le taux de réachat de vos clients

23 % pour cent des acheteurs en ligne abandonnent un achat en raison de problèmes d'expédition.[5]

54 % considèrent la livraison rapide de leurs articles comme la première ou la deuxième priorité lors de la commande.[6]

75 % s'attendent à ce que tous les modes d'expédition proposés soient affichés sur le site web du produit.[6]

Voir la bibliographie p. 18

61 % des clients en ligne déclarent qu'une expérience de livraison positive les incite à renouveler leurs achats sur le même site marchand.[6]

Transporteur international ou leader du marché local, quel est le mode de livraison qui convient à votre entreprise ?

Pour choisir la meilleure **stratégie d'expédition** à l'étranger, les commerçants ont le choix entre deux options. Soit ils utilisent les services d'expédition d'une société de transport internationale, soit ils travaillent avec des transporteurs locaux dans le pays de destination. Ces deux options présentent des avantages et des inconvénients que les commerçants doivent examiner et prendre en compte dans l'élaboration de leur stratégie de croissance.

Transporteurs locaux

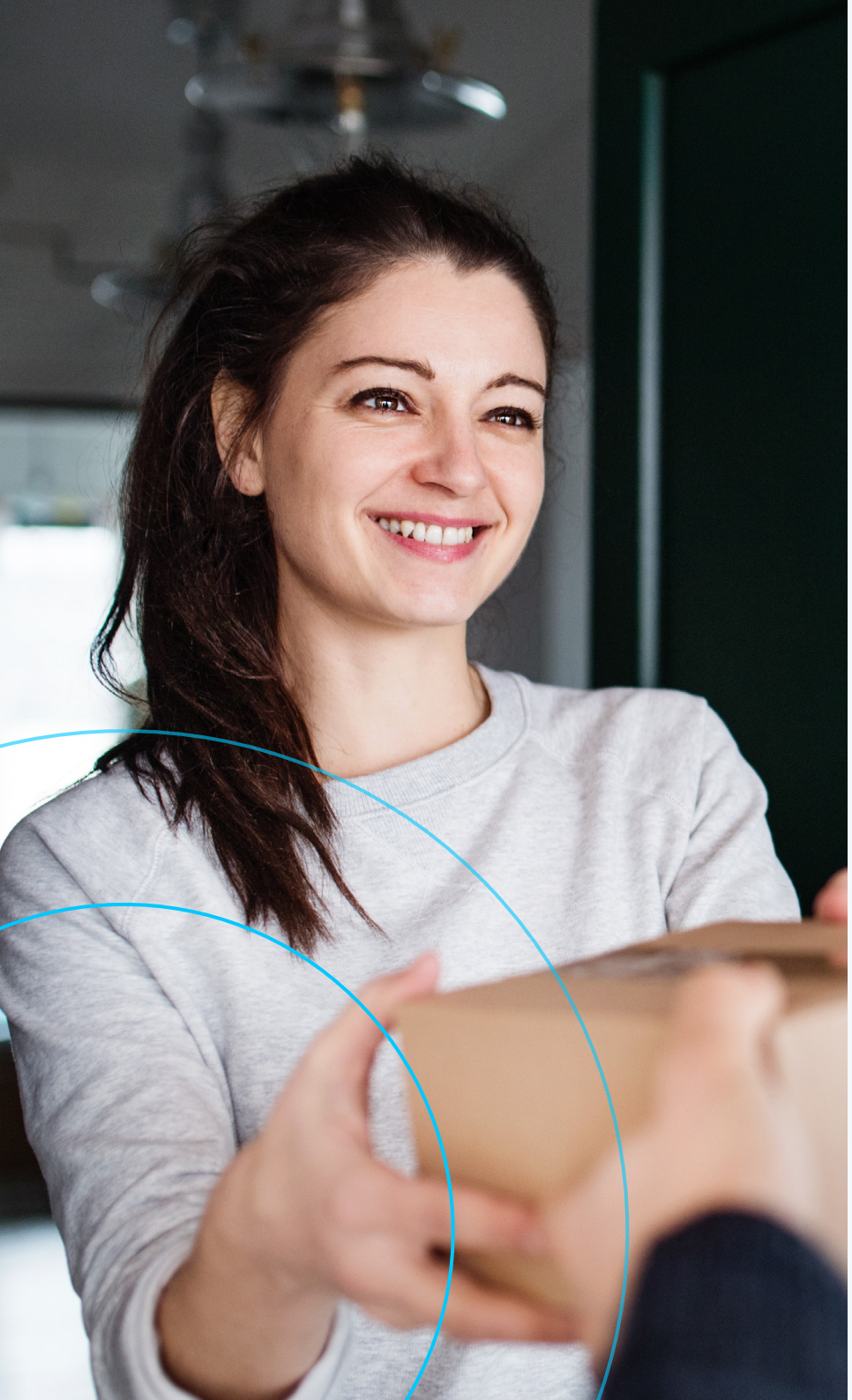
+ Coûts plus faibles
+ Service local, meilleure expérience d'expédition
+ Exigences de livraison pleinement satisfaites
+ Délais de livraison globalement plus courts
+ Plus grande flexibilité même en cas de fluctuation des volumes

- Négociation avec différents prestataires
- Il peut être nécessaire de collaborer avec différents transporteurs pour offrir le meilleur service possible
- Livraison des marchandises au hub local du transporteur
- Le travail d'étiquetage et d'intégration peut être plus important (avec un grand nombre de transporteurs locaux)

Société de transport internationale

+ Un seul prestataire, une intégration simplifiée
+ Un interlocuteur pour les livraisons internationales
+ Utilisation du réseau de livraison et de hubs du prestataire

- Souvent l'option la plus coûteuse
- Éventuellement pas d'options de livraison ni de services adaptés au marché
- Structures rigides, manque de flexibilité
- Délais de livraison plus longs en moyenne



Choisir le bon transporteur pour assurer la satisfaction et la confiance des clients

Dans chaque pays, les clients ont des **préférences locales** quant au lieu, au mode de livraison ou aux méthodes de paiement. Ils souhaitent pouvoir choisir le moment, le lieu et le mode de livraison de leur colis. Le temps qu'ils passent à attendre ou à chercher des colis est l'une des principales préoccupations des clients après avoir passé une commande.

Pour que la livraison se déroule de manière optimale, il faut choisir le bon transporteur, et ce, selon les services qu'il propose. Un grand nombre de transporteurs locaux sont spécialisés dans des services spécifiques, tels que la livraison sur une plage horaire définie, les casiers à colis ou les méthodes de livraison durables, p. ex. à vélo ou avec un véhicule électrique.

Cependant, les services de livraison n'offrent souvent ces prestations que dans certaines régions. Afin de pouvoir utiliser ces services, l'expéditeur doit acheminer ses colis au hub local du transporteur local le plus rapidement possible. Cette planification implique un travail logistique important : les transports doivent être planifiés intégralement et les prestataires doivent être coordonnés de manière optimale.

Répondez aux besoins de vos clients avec les meilleurs transporteurs locaux

Les transporteurs avec lesquels vous travaillez doivent s'assurer que la promesse de livraison est tenue, que le statut de l'expédition est communiqué de manière transparente et que le retour du colis, si nécessaire, se déroule sans accroc. C'est l'ensemble de ces facteurs multiples qui déterminera la satisfaction des clients et sa propension à passer de nouvelles commandes.

Vous devez tenir compte des points suivants lorsque vous choisissez vos transporteurs :

- ✓ Services et réseau adaptés aux exigences
- ✓ Respect des délais de livraison promis
- ✓ Flexibilité accrue et grande disponibilité
- ✓ Solutions de livraison innovantes et alternatives
- ✓ Communication transparente sur le statut de livraison
- ✓ Possibilité de retour simplifiée

Chaque pays a ses propres exigences en matière de livraison et ses propres champions locaux de la livraison

Tout comme les modes de paiement exigés par les clients en Italie diffèrent de ceux utilisés en Suisse et les types de produits demandés en France diffèrent de ceux demandés en Allemagne, il existe également des spécificités nationales en matière d'expédition. Chaque pays a ses propres infrastructures, et les clients sont partout habitués à des conditions différentes en ce qui concerne les modes de livraison ou de paiement et les délais de livraison.

Quels sont les modes de livraison les plus populaires parmi les différents consommateurs européens ?[7]

(plusieurs réponses possibles)

France

1. Domicile (78 %)
2. Point relais (54 %)
3. Bureau de poste (18 %)

Allemagne

1. Domicile (80 %)
2. Voisin (15 %)
3. Consigne automatique (12 %)

Suisse

1. Domicile (85 %)
2. Bureau de poste (10 %)
3. Lieu de travail (9 %)

Italie

1. Domicile (78 %)
2. Lieu de travail (16 %)
3. Adresse alternative (11 %)

Royaume-Uni

1. Domicile (81 %)
2. Click and Collect (14 %)
3. Voisin (11 %)

Autriche

1. Domicile (86 %)
2. Bureau de poste (12 %)
3. Lieu de travail (9 %)

Voir la bibliographie p. 18

Italie, Suisse, France et Autriche, les spécificités de livraison dans ces quatre marchés en expansion

Brillez avec une livraison impeccable et développez-vous à l'international !

Augmentez vos ventes grâce à la bonne solution de livraison

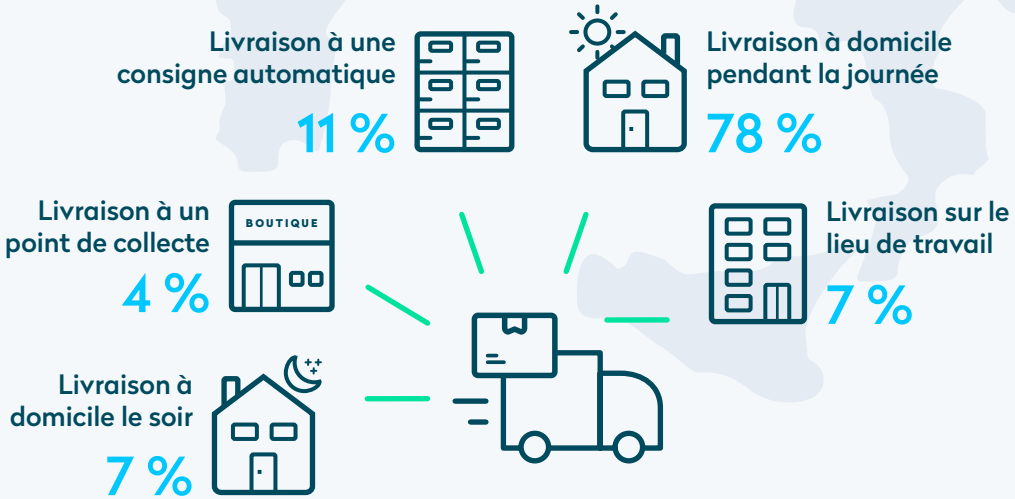
Dans le cas de l'**Italie**, il est important de prendre conscience de la taille et de la géographie du pays. Afin de pouvoir couvrir intégralement le territoire, il est recommandé d'opter pour une **combinaison de transporteurs**, car les différents services de livraison se concentrent sur des régions spécifiques. Il en résulte des disparités de prix entre les régions.

Opter pour les bons transporteurs vous assure des clients plus satisfaits et des coûts plus faibles. En outre, le mode de paiement par contre remboursement (à la livraison) est un levier déterminant sur la propension à commander de vos clients, surtout en Italie. Ainsi, offrir ce mode de paiement peut permettre aux boutiques en ligne de faire grimper jusqu'à **44 %** leur taux de conversion à l'étape de finalisation de la commande.

Grâce à des services de livraison haut de gamme de prestataires tels que Milkman ou l'expert PUDO Fermopoint, qui livrent sur une plage horaire définie ou à l'endroit souhaité par le destinataire, vous pouvez atteindre un taux de livraison réussie de **97,5 %**.

Modes de livraison les plus populaires pour les commandes en ligne[8]

(plusieurs réponses possibles)



Voir la bibliographie p. 18

Profitez d'un pouvoir d'achat élevé avec une expédition caractéristique au pays

En raison du pouvoir d'achat élevé et de l'absence de barrières linguistiques, la **Suisse** est un marché particulièrement intéressant pour les commerçants français et allemands. Outre les formalités de dédouanement, la monnaie et le mode de paiement privilégié du pays en font un cas particulier sur le marché européen. En effet les Suisses règlent leurs achats en francs suisses et apprécient beaucoup le **paiement sur facture**.

Modes de paiement populaires[9]

Les Suisses préfèrent également payer leurs achats en ligne sur facture. C'est pourquoi vous devriez leur proposer ce mode de paiement.

2 % Carte de débit

4 % Paiement anticipé *

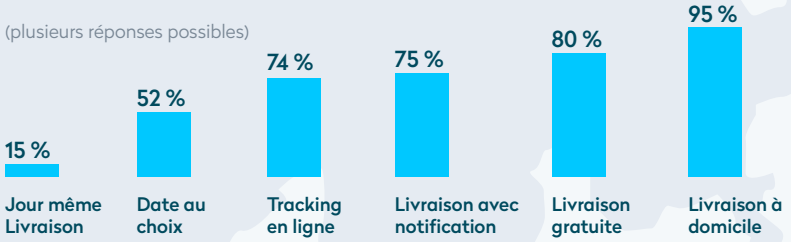
16 % Carte de crédit

78 % Paiement sur facture

* (virement bancaire) / Contre-remboursement (Cash On Delivery)

Options d'expédition – quelle est leur importance aux yeux du client ?[10]

(plusieurs réponses possibles)



Dans la mesure où le dédouanement est bien sûr une problématique familière aux Suisses, ils n'attachent pas une importance incommensurable à la rapidité de la livraison. Des délais de livraison de deux à trois jours sont acceptables à leurs yeux. La livraison à domicile ou la livraison gratuite sont néanmoins deux critères importants pour les Suisses.

Quant au choix du bon transporteur, la Poste suisse vous offre un service de qualité. Cela dit, il vaut la peine de se pencher de plus près sur les transporteurs locaux tels que Päckli Punkt, LuckaBox ou Quickpac avec leurs services sur le dernier kilomètre innovants et économiques. Le principal défi à relever pour l'expédition de marchandises vers la Suisse réside dans le **dédouanement** correct des marchandises. Différentes entreprises spécialisées telles que MS Direct peuvent vous aider à remplir ces formalités.

Voir la bibliographie p. 18

Combinez de manière rentable
les atouts des différents transporteurs

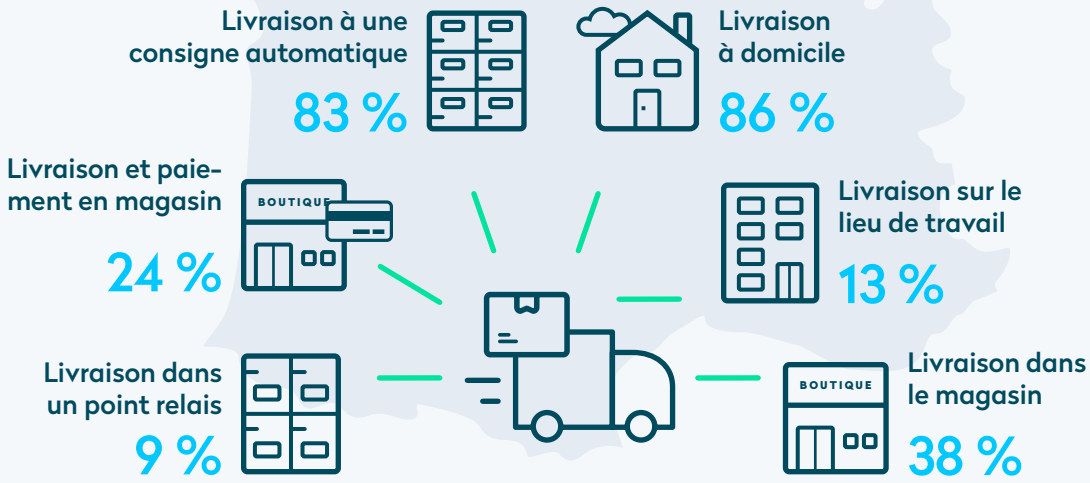
En **France**, les clients recourent principalement à un mélange de livraison à domicile et dans des points relais. Là aussi, il existe des transporteurs qui se consacrent précisément à satisfaire ces exigences.

Ces deux modes de livraison étant très populaires en France, il est vivement recommandé d'opter ici pour une **combinaison de transporteurs**. Vous pouvez ainsi combiner de manière rentable les atouts et les différentes structures de coûts des différents transporteurs et, dans l'idéal, donner au client la possibilité de décider lui-même du mode de livraison.

En France aussi, les transporteurs sur le dernier kilomètre innovants se démarquent de la concurrence en proposant des livraisons avec un suivi en temps réel de l'acheminement et une précision à quinze minutes, sept jours sur sept, ou encore un service de livraison/retrait à l'endroit souhaité contrôlé par application. Qu'il s'agisse de Stuart, M. Pacha ou Tousfacteurs (GLS FR), c'est là que les transporteurs locaux prennent l'avantage en proposant des solutions écologiques et pratiques pour le client sur le dernier kilomètre.

Modes de livraison préférés des acheteurs en ligne français[11]

(plusieurs réponses possibles)



Voir la bibliographie p. 18

Misez sur une livraison simple et rapide

Le **marché autrichien** est relativement simple. Près de la moitié des importations proviennent d'Allemagne. Les services de transporteur sur le dernier kilomètre misent sur une livraison rapide, l'envoi de messages automatiques par SMS ou e-mail en cas d'échec de la première tentative de livraison, ainsi que sur la collecte des colis retournés par le service de livraison.

12 % des acheteurs en ligne autrichiens préfèrent la livraison dans un point relais.[12]

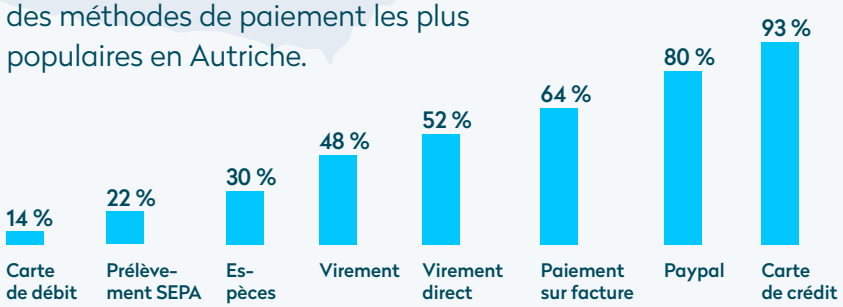
68 % des acheteurs en ligne veulent savoir quel transporteur leur livre leur colis.[12]

86 % des acheteurs en ligne autrichiens préfèrent la livraison à domicile.[12]

Voir la bibliographie p. 18

Méthodes de paiement privilégiées en Autriche[13]

En raison du nombre élevé de commandes provenant de l'étranger, le paiement par carte de crédit est l'une des méthodes de paiement les plus populaires en Autriche.



Il existe en outre deux acteurs très puissants sur le marché autrichien : DPD Autriche et la Poste autrichienne. 86 % des Autrichiens préfèrent être livrés à leur domicile.

L'Autriche est très innovante en ce qui concerne l'acheminement des colis sur le dernier kilomètre. Qu'il s'agisse de robots de livraison qui naviguent en autonomie jusqu'à la destination et préviennent le client au préalable par SMS ou de livraison écologique avec des vélos cargo ou des véhicules électriques, le paysage des transporteurs autrichiens offre également des solutions spéciales pour votre segment de clientèle.

Remplir parfaitement les exigences en matière de livraison avec des stratégies de livraison adaptées au niveau local

Les commerçants qui souhaitent exploiter tout le potentiel de leurs performances de livraison pour concrétiser leur **stratégie de croissance** doivent intégrer des solutions spécifiques pour chaque pays cible à leur stratégie de livraison. Le meilleur moyen de répondre aux exigences des livraisons internationales de colis est de mettre en place un réseau complet de transporteurs qui intègre les points forts de chaque transporteur dans la planification. Les commerçants doivent par ailleurs se tenir informés de la situation des transporteurs locaux, car le marché des transporteurs est en constante évolution. Ceci est d'autant plus vrai pour le segment des transporteurs sur le dernier kilomètre dans lequel émergent des start-up innovantes qui s'inspirent de tendances actuelles telles que la durabilité écologique, la livraison sur une plage horaire définie ou le suivi en temps réel du livreur, offrant ainsi aux commerçants d'autres leviers pour dégager un avantage concurrentiel.

Le choix du bon partenaire de livraison ou de la bonne combinaison de transporteurs est déterminant, dans la mesure où il vous offre des opportunités de croissance et vous permet de réduire vos coûts. Avec le bon partenaire de livraison, vous pouvez répondre à la perfection aux exigences de vos clients européens. Les transporteurs locaux vous vont profiter quant à eux de leur expertise de la situation locale. Vous avez ainsi la garantie que votre entreprise se développe à l'international dans les meilleures conditions.

Conclusion : développez-vous à l'international avec une solution de livraison optimisée à la perfection

Afin de réussir une livraison dans un pays spécifique, les commerçants doivent identifier les services offerts par les différents transporteurs et travailler avec les fournisseurs qui sont les mieux à même de répondre aux attentes des clients en termes de flexibilité, de modes de livraison et de délais de livraison.

C'est la bonne combinaison de transporteurs sur le dernier kilomètre et de leurs atouts qui vous permettra de faire la différence. En choisissant judicieusement le transporteur, les commerçants peuvent dégager un avantage concurrentiel dont il faut absolument tirer profit. Des clients satisfaits vous assurent un taux de réachat plus élevé et donc un chiffre d'affaires plus important.

« Nous contribuons de manière significative à ce que les commerçants agissent comme des acteurs locaux, même à l'étranger, respectent leurs promesses de livraison et assurent ainsi la fidélité de leurs clients sur le long terme ».

Thomas Hagemann
Cofondateur de Seven Senders

À propos

L'entreprise **Seven Senders** a été fondée à Berlin en 2015 par Dr. Johannes Plehn et Thomas Hagemann. En tant que leaders du marché, notre **plateforme de livraison** de colis relie les expéditeurs à son réseau de transporteurs de plus de 100 sociétés de livraison de colis à travers l'Europe, permettant ainsi aux commerçants d'exploiter l'excellence du transport local comme un avantage concurrentiel.

Seven Senders simplifie en outre la complexité des livraisons internationales grâce à différents services de livraison complémentaires, tels que le centre de réclamations, l'assurance colis, le portail de retours et un outil de création d'étiquettes. Des solutions automatisées de notification, de suivi et de contrôle des expéditions garantissent un processus d'expédition transparent. Des rapports et des analyses mensuels permettent d'optimiser les performances des livraisons internationales en s'appuyant sur des données précises. Les expéditeurs reçoivent l'ensemble de ces services d'une seule source et peuvent offrir à leurs clients internationaux une expérience d'expédition parfaite.

Une sélection de nos clients

atlasformen MADE FOR ADVENTURE · BERG FREUNDE.DE · bergzeit · BESTSECRET · DEFSHOP · EMPO · flaconi · foodspring · INTERNETSTORES · JUNIQE · limango · MISTER SPEX · nu3 INTELLIGENT NUTRITION · 6 OUTFITTER · OUTFITTERY · PHOTOBOX · reBuy · SHOP APOTHEKE · th•mann · WESTWING

Des questions ?
Contactez-nous !
Nous nous ferons un plaisir de vous renseigner.

Thomas Garnesson
Directeur Général France
t.garnesson@sevensenders.com
+ 33 6 809 50 299

Sandra Maeder
Marketing & Communications
s.maeder@sevensenders.com
+49 (0) 30 233 218 754

Consultez notre site Web !
www.sevensenders.com

Sources et Mentions légales

1. PostNord 2019 :
https://www.postnord.com/contentassets/f1c34a0cd6b04ff591b2199de13f3986/e-handel_europamaster_0910-en_us_final.pdf

2. CB Commerce Europe 2019 :
https://www.cbcommerce.eu/press-releases/press-release-top-500-cross-border-retail-europe/

3. Metapack 2019 :
https://www.metapack.com/whitepaper/the-delivery-options-benchmark-pdf/

4. Metapack 2020 :
https://www.metapack.com/whitepaper/consumer-research/

5. SaleCycle 2019 :
https://www.salecycle.com/blog/strategies/infographic-people-abandon-shopping-carts/

6. Metapack 2018 :
https://content.metapack.com/acton/attachment/29620/f-d41a9696-a48b-4375-ab9f-4af5fce5c460/1/-/-/-/-/2018%20Consumer%20Research%20Report%20Global-min.pdf

7. DPD 2018 : Comparatif européen des préférences des clients de boutiques en ligne

8. PostNord e-Commerce in Europe 2019

9. Analyse interne de Seven Senders, données 2018

10. post.ch/e-commerce/studien 2018

11. Statista, 2020 :
https://www-statista-com.ezproxy.hwr-berlin.de/statistics/383007/leading-e-commerce-delivery-methods-used-in-france/

12. e-Shopper Barometer Report 2018 by DPD Austria, Retailreport at. 2019, Statista 2019

13. European e-Commerce Report 2019

ÉDITEUR
Seven Senders GmbH
Schwedter Str. 36 A
10435 Berlin
+49 (0) 30 233 218 700
info@sevensenders.com
www.sevensenders.com

TEXTE ET RÉDACTION
Ina Kaifi

COPYRIGHT
Seven Senders GmbH 2020

Cette publication constitue une source d'informations générale et n'implique aucun engagement de notre part. Les informations contenues reflètent l'opinion de Seven Senders GmbH au moment de la publication. Bien que ce livre blanc ait été rédigé avec le plus grand soin possible, l'exactitude, l'exhaustivité et/ou à l'actualité des faits exposés ne peuvent pas être garanties. Cette publication ne peut notamment tenir compte des circonstances particulières de chaque cas. Toute utilisation de ces informations relève donc de la seule responsabilité du lecteur. Nous déclinons donc toute responsabilité. Tous les droits, y compris la reproduction d'extraits, sont détenus par Seven Senders GmbH.