

# E-COMMERCE :

VOS COLIS SONT LES AMBASSADEURS DE VOTRE IMAGE DE MARQUE !



## E-COMMERCE :

**VOS COLIS SONT LES AMBASSADEURS DE VOTRE IMAGE DE MARQUE !**



## INTRODUCTION

**Alors que le secteur du e-commerce a le vent en poupe depuis de nombreuses années, il a connu un essor encore plus décisif au cours de l'année 2020. Selon une étude du cabinet McKinsey, il a enregistré une croissance équivalente à 10 ans en seulement 3 mois de confinement. Cette même année, il a représenté 13,4 % du commerce en France<sup>1</sup>.**

Dès lors, la pression concurrentielle s'accroît et il devient important d'assurer une qualité de service irréprochable au client final. L'enjeu derrière ces considérations est tout d'abord la fidélisation des consommateurs au travers d'une expérience client sans tâche.

On constate que de plus en plus d'enseignes proposent ce canal en complément de la vente en magasin. Ces nouveaux commerçants viennent grossir les rangs de l'offre de consommation e-commerce aux côtés des pure-players qui ne proposent, quant à eux, que ce canal de vente digital.

# L'EXPÉRIENCE CLIENT, AU CŒUR DES ENJEUX STRATÉGIQUES



L'expérience client n'est pas un sentiment, c'est un parcours représenté par l'ensemble des interactions entre le client et la marque et se basé sur plusieurs critères : site web, produits, livraison, service client, etc...

Plus l'expérience client est qualitative et personnalisée, plus elle est satisfaisante et influencera le consommateur à avoir une opinion favorable sur l'enseigne, à réitérer ses achats et à en parler positivement autour de lui ou sur internet.

Cet aspect est d'autant plus important que le « bad buzz » n'est jamais loin ! Les réseaux sociaux offrent désormais un porte-voix puissant aux clients mécontents et il n'est plus rare de trouver, sur Twitter par exemple, des récits de mauvaises expériences dans la réception de colis. Sous la bannière #excessivepackaging, nombreux sont les clients de grandes enseignes qui se plaignent des emballages disproportionnés ou abîmés et qui n'hésitent pas à interpeller directement les sociétés responsables.



## L'EXPÉRIENCE CLIENT, AU CŒUR DES ENJEUX STRATÉGIQUES

### **Vendre un produit qui satisfait le client c'est aussi le lui livrer correctement...**

... et une livraison réussie passe aussi par un emballage approprié ! Élément incontournable, l'emballage est le reflet du produit qu'il transporte, le premier contact entre le client et le commerçant. Si le colis arrive détérioré, le client sera déçu, ne passera pas de nouvelle commande et pire encore, comme nous venons de le voir, fera une publicité négative pour la marque responsable. Pour éviter cela, l'emballage doit répondre favorablement à plusieurs critères :

#### **- La sécurité :**

**C'est la mission première de l'emballage, sécuriser le transport du produit. Tout en respectant les spécificités du produit et ses dimensions, l'emballage doit lutter contre les agressions extérieures (vols, chocs etc.) pour que le colis arrive à bon port en bon état.** Pour cela, des solutions d'automatisation existent et proposent une pose de coiffe par thermo scellage ou des bandes d'arrachage qui attestent que le carton n'a pas été ouvert. La réduction du vide, la sécurisation par film thermo rétractable et la pose de cale garantissent également le transport des produits dans les meilleures conditions.

#### **- Faciliter les retours :**

**Parties intégrantes de la vente en ligne et véritables composantes de l'expérience client, les retours représentent en moyenne 10 % des commandes dans le e-commerce mais ils varient selon les secteurs et peuvent atteindre 20-25 % dans le textile.** Ainsi, l'usage d'un carton à double rabat permettra sa réutilisation si le consommateur souhaite le retourner. Il est également possible de mettre en place des coiffes particulières, donnant à l'ouverture du colis la sensation d'ouvrir un coffret cadeau. Proposer ce type d'emballage contribue donc naturellement à l'amélioration de l'expérience client.

#### **- Économie des consommables :**

**À une époque où la consommation tend à devenir plus responsable, les emballages doivent améliorer leur impact environnemental. Cela se traduit souvent par les efforts déployés par de nombreuses sociétés qui s'organisent pour limiter leur usage de consommables.** Un emballage adapté à la taille du produit contribue non seulement à sa sécurité (moins d'espace vide dans le colis, c'est moins de risque de choc du produit dans le carton), mais répond également aux problématiques environnementales : utiliser moins de cartons, moins de consommable c'est répondre à ces enjeux. Si l'espace vide est optimisé, il est inutile d'ajouter de papier, une cale, un airbag ou des flocons polystyrène. Les consommateurs sont de plus en plus sensibles aux problématiques écologiques, ils apprécieront de recevoir un emballage plus adapté. De plus, un produit bien emballé va réduire les coûts de transport puisque les véhicules seront remplis de façon optimale.

## L'EMBALLAGE :

### UN SUPPORT DE COMMUNICATION À PART ENTIÈRE

Toujours dans l'optique d'améliorer l'expérience client, de nouvelles possibilités existent au travers de modules d'impression qui permettent de personnaliser le colis aux couleurs de l'entreprise ou du client. La nouvelle machine Jivaro Print de Savoye offre une unique combinaison entre impression automatisée et réduction du vide transporté.



Cette personnalisation des colis offre plusieurs opportunités. Tout d'abord, un renforcement de **l'image de marque**. L'impression d'un logo ou d'une couleur caractéristique de l'entreprise rend le colis reconnaissable et lui permet de se démarquer lorsqu'il est porté dans la rue, empilé dans un relais colis ou entreposé dans une boîte aux lettres. Le colis est en quelque sorte l'incarnation de la marque, et c'est d'autant plus vrai quand on a affaire à une enseigne 100% e-commerce. Il véhicule donc avec lui toutes les valeurs et l'image que souhaite refléter l'enseigne : l'esthétisme, l'humour, le luxe, le sérieux, ...

Cette personnalisation de l'emballage a également un **objectif commercial**. Ainsi, le carton peut devenir un support publicitaire ou un levier marketing qui peut accueillir des messages promotionnels liés à des événements commerciaux particuliers (Noël, Pâques, soldes, black friday, Saint Valentin,...). Le moment d'ouverture d'un colis est un instant important et privilégié pour le client final qui découvre les produits tant attendus. Il est très intéressant de profiter de cet état d'attention accru de l'acheteur pour lui présenter des nouveautés produits imprimées directement sur l'emballage.

Le colis peut aussi être personnalisé en fonction des souhaits du client final, par exemple dans une logique de **cadeau** offert et livré à un proche. Le client a ainsi la possibilité de d'imprimer une photo ou un message personnalisé pour la personne destinataire du colis.. Cette solution d'impression peut s'avérer précieuse pour les logisticiens gérant des **activités multimarques**, et qui souhaitent proposer à leurs clients des prestations d'emballage personnalisées à l'enseigne. Énorme atout de ce type de solution : la possibilité d'imprimer dans le même temps **l'étiquette transport** directement sur le carton, dans un souci d'économie de papier.

## JIVARO PRINT :

**VALORISEZ L'EXPÉRIENCE CLIENT GRÂCE À VOS EMBALLAGES**

**Adaptée aux activités logistiques multi-marques ainsi qu'à toutes les enseignes qui souhaitent personnaliser leurs colis**, la solution Jivaro Print de Savoye permet de réduire le volume expédié, de sécuriser la fermeture du carton et de customiser les coiffes pour un colis solide, responsable et esthétique. Basé sur une technologie jet d'encre moderne, Jivaro print offre des rendus de très haute qualité sur n'importe quel carton classique. **Ainsi personnalisés, les colis participent activement à la qualité de l'expérience client et à l'amélioration de l'image de marque de l'expéditeur.**



- Impression de la coiffe en **couleur de très haute qualité** pour apposer le logo ou le message de votre entreprise.

- Impression **sur tout type de carton** quelle que soit la couleur (brun ou blanc) ou la matière.

- **Liberté d'impression**, avec un grand nombre de PDF pris en charge par le système.

---

## CONCLUSION

**Longtemps perçu comme un simple contenant de transport, l'emballage détient désormais un rôle bien plus stratégique et incarne un véritable vecteur de l'image de marque de l'entreprise qui l'envoie.** Il convient donc de ne pas le négliger et d'en faire un allié marketing à l'aide des nombreuses solutions d'automatisation et de personnalisation qui existent et qui viennent renforcer de manière positive l'expérience client à une époque où son opinion se fait de plus en plus déterminante.

**SAVOYE:**

## **L'AUTOMATISATION ADAPTÉE À VOS BESOINS LOGISTIQUES ET SUPPLY CHAIN**

### **ADVANCED TECHNOLOGIES**

#### **Préparation de commandes pour charges légères**

Solution Goods-to-Person X-PTS, convoyeurs intelligents, systèmes de tri haute cadence, robotisation, etc.

Automatisation de l'emballage d'expédition

JIVARO, e-JIVARO, PAC 600, pose de coiffe, pose de cale, etc.

Stockage automatisé pour charges lourdes

MAGMATIC

### **ADVANCED SOFTWARE**

#### **Gestion de l'entrepôt et pilotage des flux**

OMS, WMS, WCS, TMS, EDI



### **EXPERTISE MÉTIER**

SAVOYE intervient sur les secteurs clés de l'économie et bénéficie d'une expérience unique pour chacun d'entre eux.

L'offre de SAVOYE, centrée sur des expertises "métier" pointues, propose des solutions sur mesure à tout type d'entrepôt logistique, des plus simples aux plus complexes.

Logistique de détail : prestataires logistiques, distribution spécialisée

Logistique multicanal : retail, e-commerce, vente-à-distance, drive

Logistique industrielle : agroalimentaire, industrie pharmaceutique, fournitures industrielles