



E-COMMERCE

VOS COLIS SONT LES AMBASSADEURS DE VOTRE MARQUE !



Selon une étude de McKinsey, en seulement trois mois de confinement, le commerce électronique a atteint un taux de croissance équivalent à dix ans. En 2024, il représentait 16 % des ventes au détail sur les cinq plus grands marchés européens (France, Allemagne, Italie, Espagne et Royaume-Uni), avec une prévision de croissance à 21 % d'ici 2029. (Forrester).

De plus en plus de marques proposent ce canal en plus des ventes en magasin. Ces nouveaux marchands viennent enrichir l'offre de commerce électronique grand public aux côtés des pure players qui ne proposent que des ventes numériques.

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.



L'EXPERIENCE 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 interpellier 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...

L'EXPÉRIENCE CLIENT

AU CŒUR DES ENJEUX STRATÉGIQUES



SECURITE

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.



ECONOMIES DE CONSOMMABLES

À l'heure d'une consommation plus responsable, les entreprises s'efforcent de réduire l'usage de consommables. Un emballage ajusté à la taille du produit limite les chocs, réduit l'usage de matériaux (papier, cales, etc.), séduit les consommateurs sensibles à l'écologie, et optimise les coûts de transport en remplissant mieux les véhicules.

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 l'incarnation de la marque, en particulier pour les enseignes 100% e-commerce. Il véhicule avec lui toutes les valeurs et l'image que souhaite refléter l'enseigne. La personnalisation de l'emballage a également une fonction commerciale : ainsi, le carton peut devenir un levier marketing lors d'événements spéciaux (Noël, soldes, Black Friday, etc.) et le moment du déballage peut être idéal pour promouvoir les nouveaux produits imprimés sur l'emballage.

Le colis peut aussi être personnalisé en fonction des souhaits du client final, par exemple avec une photo ou un message pour la personne destinataire du colis. Cette solution est également intéressante pour les logisticiens gérants des activités multimarques, grâce à la possibilité d'imprimer directement sur le carton, y compris l'étiquette de transport 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.

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.