

LIVRE BLANC

E-commerce : le guide ultime pour dompter votre logistique grâce à l'automatisation

AOÛT 2022



Selon une étude de l'IFOP, 98 % des consommateurs sont enclins à recommander un e-commerce après une **expérience de livraison positive**.

Il est donc indispensable pour les e-commerçants de chercher à **optimiser tous leurs flux logistiques**, pour offrir la meilleure expérience d'achat possible à leurs clients.

Cependant, lorsqu'une entreprise se développe, elle peut parfois se laisser déborder par l'ensemble des **tâches à réaliser** (transport, prise de commande, gestion des retours...).

L'utilisation d'un **logiciel de gestion logistique** semble alors être LA solution.

Beaucoup moins contraignant que l'externalisation logistique, **l'automatisation de vos tâches logistiques** simplifie drastiquement la gestion de votre supply chain tout en vous permettant de garder le contrôle sur vos flux !

Appvizer et [Sendcloud](#) vous proposent un **guide complet** qui liste les **4 points à automatiser pour gagner du temps** dans votre gestion logistique.

Sommaire

Tour d'horizon sur le marché de la livraison e-commerce	2
Les avantages de recourir à une solution logistique SaaS	3
Vous gardez le contrôle total sur votre activité	3
Aucun intermédiaire entre vous et l'e-acheteur	3
Pas d'export/import de données	3
Une réduction considérable du temps de traitement de commande	4
Vous bénéficiez de tarifs pré négociés avec les transporteurs	4
4 points à automatiser pour optimiser votre logistique e-commerce	6
#1 - La préparation et l'emballage de vos colis	6
#2 - L'impression de vos étiquettes d'envoi	8
#3 - Le suivi de vos colis	10
#4 - La gestion des retours e-commerce	11
2 success story d'entreprises qui ont automatisé leur logistique	13
1 - Cafés Belleville et l'automatisation de son processus d'expédition	13
2 - Shanty Biscuits et l'optimisation de son système d'envoi	14

Tour d'horizon sur le marché de la livraison

e-commerce

D'après les chiffres de l'étude réalisée par **Sendcloud**, grand acteur de la gestion logistique en ligne, et Nielsen, société de recherche marketing reconnue mondialement, le marché de l'e-commerce a explosé depuis la pandémie.

L'amplification des **envois e-commerce** n'a pas seulement changé l'approche des transporteurs par rapport à la logistique e-commerce, mais aussi la **façon de voir** des consommateurs européens. C'est pour cela qu'ils ont décidé, en mai 2021, de questionner un ensemble de **7 873 consommateurs d'e-commerce** répartis entre 8 pays européens.

 Voici les **chiffres les plus marquants** et révélateurs de cette étude :

- Les consommateurs européens **achètent en ligne environ deux fois par mois**, le plus souvent sur des marketplaces comme Amazon ou Ebay, pour un panier moyen de 110,30 € et dans la catégorie de produits mode et accessoires.
- **68 %** des consommateurs abandonnent leur panier d'achat si au moment du checkout les coûts de livraison sont trop élevés et **40 %** ne

veulent pas payer pour la livraison si leur commande est supérieure à 150 €.

- Seulement **23 % des e-commerçants offrent la livraison**, 7 % seulement pour un type de produits et 46 % au-dessus d'un certain seuil.
- **20 %** des consommateurs ne recommanderont pas sur le même site de vente en ligne **si le suivi de leur colis n'était pas possible**. La majorité des consommateurs s'attend à recevoir des notifications de suivi, principalement par e-mail (72 %).
- **52 % des consommateurs européens retournent les produits** dont ils ne sont pas satisfaits. Plus de la moitié vérifient la politique de retour avant de commander un produit sur une boutique en ligne.
- **69 %** des consommateurs ajoutent volontiers un autre produit à leur panier d'achat pour dépasser le seuil de livraison gratuite.
- La **livraison standard à domicile** est la méthode de livraison la plus populaire en Europe, suivie par la livraison à une date choisie.

Les avantages de recourir à une solution

logistique SaaS

Entre le traitement des commandes, l'impression des étiquettes d'expédition, la livraison des colis, la gestion des retours... vous pouvez rapidement vous **sentir dépassé** et **perdre le contrôle** de votre chaîne logistique.

Il est vrai que malgré ses nombreux avantages, l'**internalisation logistique** n'est pas la solution la plus accessible que ce soit en termes financiers comme organisationnels ; des coûts souvent plus élevés, un manque de flexibilité si votre activité croît rapidement, un pouvoir de négociation abaissé, etc.

D'un autre côté, l'externalisation logistique a aussi son lot d'inconvénients. Même si elle vous permet de vous concentrer davantage sur votre **cœur de métier**, elle limite (considérablement) votre niveau de personnalisation et le suivi de vos colis. Mais alors, quoi faire ? 🤔

👉 Il existe une autre solution très intéressante pour les e-commerçants qui désirent **s'occuper eux-mêmes de leurs expéditions sans perdre le contrôle** sur leurs commandes et missions. Cette solution, c'est l'**utilisation d'une plateforme SaaS spécialisée dans la gestion logistique**. Voici tous les avantages dont elle vous fait bénéficier :

Vous gardez le contrôle total sur votre activité

Vous pouvez offrir l'expérience client telle que vous la pensez avec le **niveau souhaité de personnalisation**, tout en vous concentrant sur votre cœur de métier grâce à l'automatisation de tâches chronophages.

Aucun intermédiaire entre vous et l'e-acheteur

Cela va **fluidifier la communication** et améliorer vos échanges ainsi que vos relations sur le long terme. Concernant les retours, vous avez à disposition un portail de retour qui facilite l'expérience de retour du client final, votre gestion administrative et dope votre conversion.

Pas d'export/import de données

Vu qu'il s'agit d'une solution tout-en-un intégrée à votre boutique en ligne, vous n'avez pas à toucher votre base de données.

De plus, la plateforme a un intérêt à vous voir réussir et mettra donc toute son expérience à votre disposition pour accompagner et encourager la croissance de votre activité.

Une réduction considérable du temps de traitement de commande

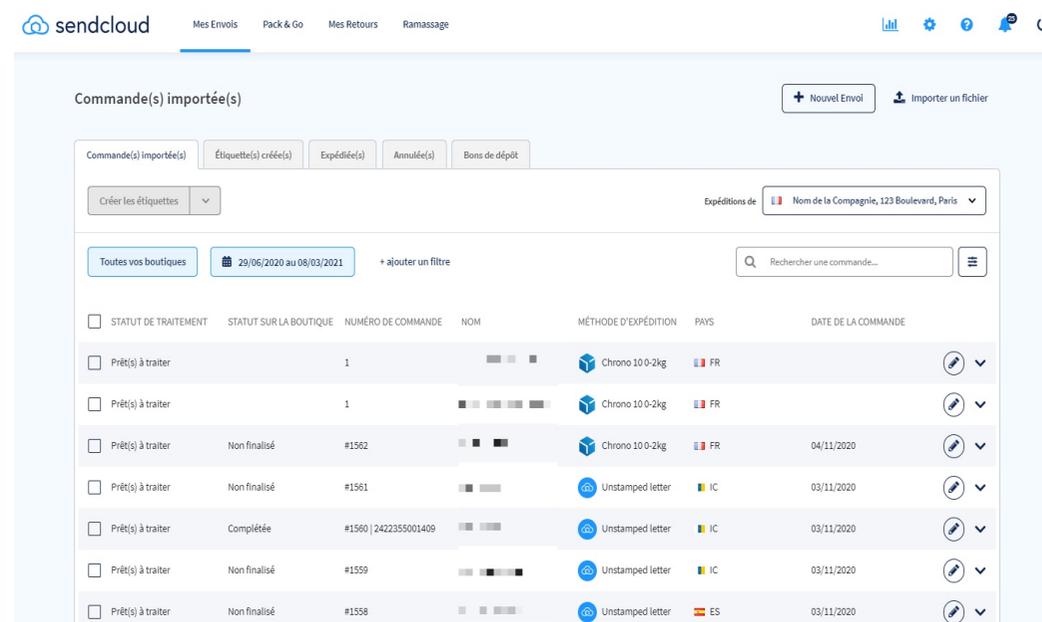
Les possibilités d'automatisation offertes par une solution d'expédition tout-en-un SaaS comme **Sendcloud** permettent une **réduction drastique du temps de traitement** de chaque commande, et un **gain de temps** général.

Vous bénéficiez de tarifs pré négociés avec les transporteurs

Si vous ne possédez pas de tarifs spécifiques avec les transporteurs, une solution d'expédition vous permet de bénéficier de **tarifs pré négociés** avec un grand nombre des **principaux acteurs du transport du marché**. Ainsi, vous proposez une offre variée d'options de livraison à vos clients dans le checkout ce qui favorise la conversion.

👉 Ainsi, arbitrer entre internaliser ou externaliser votre logistique est un choix extrêmement important pour votre boutique en ligne, peu importe votre taille, votre maturité ou votre marché vertical.

🔧 La plateforme logistique proposée par **Sendcloud** vous permet de **gardez le contrôle absolu** sur l'ensemble des aspects de votre activité e-commerce tout en bénéficiant d'une aide logistique solide et approuvée.

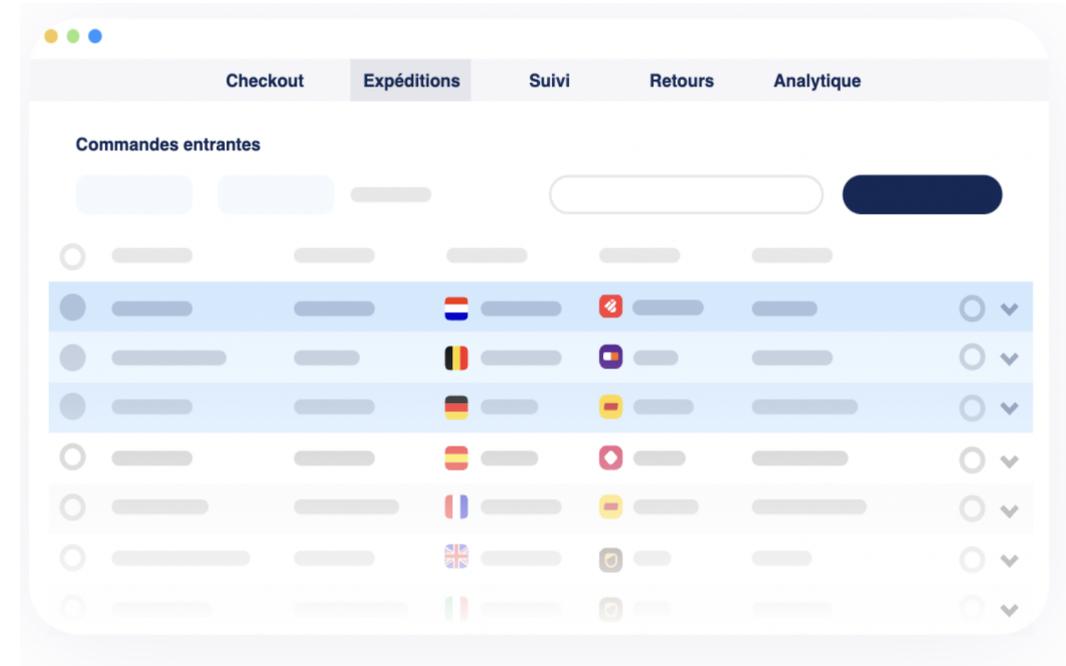


The screenshot displays the Sendcloud dashboard for 'Commande(s) importée(s)'. It features a navigation bar with 'Mes Envois', 'Pack & Go', 'Mes Retours', and 'Ramassage'. The main interface includes a search bar, a date range filter for '29/06/2020 au 08/03/2021', and a table of orders. The table columns are: STATUT DE TRAITEMENT, STATUT SUR LA BOUTIQUE, NUMÉRO DE COMMANDE, NOM, MÉTHODE D'EXPÉDITION, PAYS, and DATE DE LA COMMANDE. The table lists several orders, including Chrono 10 0-2kg and Unstamped letter, with various statuses like 'Prêt(s) à traiter' and 'Non finalisé'.

STATUT DE TRAITEMENT	STATUT SUR LA BOUTIQUE	NUMÉRO DE COMMANDE	NOM	MÉTHODE D'EXPÉDITION	PAYS	DATE DE LA COMMANDE
Prêt(s) à traiter		1		Chrono 10 0-2kg	FR	
Prêt(s) à traiter		1		Chrono 10 0-2kg	FR	
Prêt(s) à traiter	Non finalisé	#1562		Chrono 10 0-2kg	FR	04/11/2020
Prêt(s) à traiter	Non finalisé	#1561		Unstamped letter	IC	03/11/2020
Prêt(s) à traiter	Complétée	#1560 2422355001409		Unstamped letter	IC	03/11/2020
Prêt(s) à traiter	Non finalisé	#1559		Unstamped letter	IC	03/11/2020
Prêt(s) à traiter	Non finalisé	#1558		Unstamped letter	ES	03/11/2020

Hautement intuitive et simple à prendre en main, elle se connecte à **plus de 80 CMS, ERP, WMS et transporteurs**, pour une **centralisation complète** de votre activité logistique :

- utilisez des modèles de contrats transporteurs prêts à l'emploi et créez vos étiquettes d'envoi de colis en un clic,
- profitez de reportings et de tableaux de bords analytiques sur votre activité logistique (retours, envois, délais de livraison...) pour prendre des décisions éclairées,
- créez facilement un workflow de préparation de commandes adapté à votre entreprise grâce au système de picking "Pack and Go" intuitif et personnalisé, etc.



💡 Pensez à ce type de solution si vous désirez proposer un **service de qualité** au travers d'une offre de **services de transport souple et adaptée à vos e-acheteurs** tout en optimisant :

- votre temps,
- vos dépenses,
- et sans investissement supplémentaire (nouveau matériel ou recrutement).



4 points à automatiser pour optimiser votre logistique e-commerce

#1 - La préparation et l'emballage de vos colis

La préparation de commande (ou **picking** en anglais) est l'**opération logistique** consistant à prélever des produits dans un espace de stockage et à les rassembler, suite à un bon de commande, en prévision d'une expédition au client.

C'est une notion présente dans le secteur industriel principalement (automobile, pharmaceutique, etc.), mais également commercial (grande distribution, e-commerce, etc.), ayant une **activité de stockage et de répartition**. Les étapes de la préparation de colis sont :

1. **Le prélèvement** : la collecte des articles dans leur emplacement de stockage, suite à la commande du client et de la génération d'un ordre de préparation, ou bon de préparation de commande.
2. **Le tri** : l'identification et le rassemblement des articles pour la reconstitution des commandes et l'organisation des colis.
3. **L'emballage des unités de conditionnement**, colis ou palettes, pour faciliter les opérations de manutention et de transport.
4. **Le contrôle avant expédition** : le préparateur de commande contrôle le poids de l'unité complétée et scanne l'étiquette pour garantir la traçabilité de l'envoi.



La préparation et l'emballage des colis est donc une **étape cruciale** de votre chaîne logistique. Il est indispensable qu'elle soit bien réalisée pour **assurer le suivi** et le succès de votre supply chain.

👉 Cependant, le picking est une **tâche fastidieuse et souvent chronophage** qui demande beaucoup de temps et d'attention. Une erreur de frappe ou d'inattention peut mettre en péril la traçabilité du colis et la satisfaction du client.

L'automatisation de cette tâche semble alors être intéressante voir **indispensable**. En effet, **automatiser vos processus d'emballage** vous fait bénéficier de nombreux avantages à tous les niveaux :

→ Augmentation de la productivité de l'entrepôt



Automatiser la préparation et l'emballage de vos colis permet d'améliorer le temps de réaction de vos équipes et de synchroniser la préparation des commandes aussi près que possible des horaires de départ des transporteurs.

De ce fait, non seulement le flux de colis est optimisé de la zone de prélèvement à la zone d'expédition, mais il est également possible d'expédier des commandes tardives.

L'automatisation de cette tâche participe ainsi à la fluidité et à l'efficacité générale des processus logistiques.

→ Augmentation du ROI



Automatiser ses processus logistiques permet d'allouer les ressources initialement affectées aux missions d'emballage à des activités à plus forte valeur ajoutée comme par exemple la préparation de commandes. L'automatisation diminue aussi votre consommation de fournitures et vous offre un gain significatif de la surface qui peut être consacrée à un autre usage.

→ Optimisation de l'expédition des commandes et réduction des coûts



L'objectif pour le e-commerçant est d'expédier le volume minimal au destinataire via une réduction significative du vide et du volume transporté. Par conséquent, il devient possible de positionner plus de colis dans un même camion et ainsi contribuer à une diminution du nombre de camions sur les routes. En termes de tarification au poids/volume transporté, la réduction du vide a aussi un impact direct sur la diminution des coûts de transport.

Lorsque vous achetez un bordereau au bureau de poste, vous êtes sûr de payer le prix le plus élevé pour une étiquette d'expédition. 3 autres méthodes se présentent donc à vous :

1. La création d'étiquettes en ligne

Vous pouvez créer une étiquette d'expédition en utilisant les outils en ligne du transporteur. Toutefois, ce n'est pas la méthode la plus rapide. Pour chaque commande, vous devrez vous rendre sur l'application et saisir manuellement les informations.

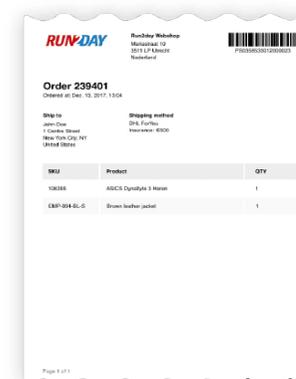
2. Un logiciel dédié à l'affranchissement

Cette option vous permettra de télécharger le modèle d'étiquette d'expédition de chaque transporteur et de remplir l'étiquette localement sur votre ordinateur. Mais cela reste très limité, vous aurez besoin d'un autre outil pour assurer le suivi ce qui n'est pas pratique.

3. L'Automatisation complète grâce à une plateforme d'envoi de colis

Grâce à une plateforme complète d'expédition telle que Sendcloud, vous regroupez automatiquement les informations relatives à vos commandes provenant de vos boutiques en ligne, de vos marketplaces, et des transporteurs avec lesquels vous travaillez.

Vos étiquettes sont automatiquement remplies. Un bon outil d'expédition se connecte directement à votre site e-commerce, récupère les informations de vos commandes et vous aide à créer automatiquement l'étiquette dans le modèle approprié.



Votre étiquette est prête

Imprimer

Options d'impression

#3 - Le suivi de vos colis

Suivre vos colis après leur envoi est **indispensable au bon fonctionnement** de votre chaîne logistique. Rappelez-vous, 20 % des consommateurs ne recommanderont pas sur le même site de vente en ligne si le suivi de leur colis n'était pas possible.

Ainsi, en accompagnant vos clients à **chaque étape du processus**, vous augmentez la fidélité et les **échanges après-vente**. Néanmoins, sans aide logicielle, le suivi des colis devient vite lassant et fatiguant. Imaginez écrire chaque mail pour chaque envoi de colis, modifier les informations manuellement, programmer l'envoi (et ne pas oublier !)...

👉 Une plateforme d'expédition telle que Sendcloud automatise pour vous un grand nombre de **tâches de suivi** qui vous font **gagner un temps précieux** :

- **Messages de suivi envoyés automatiquement à l'image de votre marque**

Vous communiquez à vos clients le statut de la livraison en temps réel, optimisez le parcours du client et favorisez les ventes croisées pour votre boutique en ligne. Le tout directement traduit dans leur langue.

- **Page de suivi personnalisée**

Vous tenez vos clients informés du statut de leur livraison, directement depuis votre site.

De plus, les emails de suivi renvoient à une page de suivi personnalisée dans laquelle vous pouvez proposer des remises, des promotions, des nouvelles offres exclusives à vos clients.





#4 - La gestion des retours e-commerce

En France, **24% des produits vendus en e-commerce sont retournés** (MyBiz 2020) ! Les retours e-commerce présentent donc un impact important sur la chaîne logistique des e-commerçants. Mais ils constituent surtout un casse-tête interminable et un véritable défi logistique !

Et oui, partout vous lisez que les retours peuvent augmenter la conversion sur votre boutique en ligne. Pourtant, pour la plupart des e-commerçants cela reste un **processus particulièrement fastidieux** et coûteux. **En moyenne, un retour colis coûte 12,50 €.**

💡 Si **68 % des acheteurs en Europe vérifient la politique de retour avant de passer commande**, cela représente un travail supplémentaire pour vos équipes. Vous devez donc optimiser votre processus de retour pour gagner du temps et satisfaire vos clients.

👉 Avec une **politique de retour flexible**, vous simplifiez les choses et vous incitez vos clients à commander davantage sur votre boutique en ligne. Les retours influencent positivement son comportement d'achat, car votre acheteur acquiert confiance en votre marque et est donc **plus susceptible de revenir**.

🔧 Grâce à une plateforme d'expédition telle que Sendcloud, vous gagnez un temps considérable en **automatisant plusieurs tâches de votre gestion de retours** e-commerce :

- L'automatisation des règles de retour vous permet de proposer à vos clients des méthodes d'expédition particulières pour chaque pays et ainsi de vous assurer que vos retours se déroulent selon vos préférences, de manière automatique.
- Vous pouvez proposer des retours gratuits, des retours payants, ou une combinaison des deux.
- Vous renforcez votre image de marque en affichant votre logo et votre charte graphique.
- Vous désactivez automatiquement les retours pour certains articles comme les fleurs ou la nourriture.
- Vous analysez les tendances des retours pour optimiser les ventes futures grâce à des outils statistiques intégrés dans l'outil.
- Vous communiquez à vos clients l'état de leurs retours en les tenant informés grâce à des e-mails de suivi automatisés.

The screenshot displays the Sendcloud return management interface. At the top, there are buttons for 'Renvoyer l'étiquette de retour' and 'Annuler le retour'. The interface is divided into five numbered sections:

- Détails de la commande (1):** Includes order number (LB25168), shipping label (XT3786), customer name (Lacoste), and customer address (John Doe, Mainstreet 123, Navarrenx, 64190, France).
- Infos retour (2):** Includes tracking number (SR42688), date (12/01/2021 09:45), return method (Colissimo Home 0.25-0.5kg), and return address (John Doe, Mainstreet 123, 64000, PAU, France). It also shows the brand 'MyBrand'.
- Statut (3):** Shows the status 'Marqué comme remboursé' with a 'Prêt à l'envoi' date of 12/01/2021 09:45. Other options include 'Déclaré : non ramassé', 'Livré', and 'Remboursé'.
- Articles retournés (4):** A table with columns for Article, Quantité, Coût, and Raison. The entry is 'Pantalon Brian - CAMEL / S' with a quantity of 1, a cost of 32,73 €, and the reason 'La taille ne convient pas'.
- Méthode de remboursement (5):** Shows the reimbursement method as 'Remboursement' with a 'Remboursement' toggle switch. It lists 'Coûts d'envoi' as 0,00 € and 'Frais de retour' as 0,00 €. The 'Crédit total estimé' is 32,73 €.

2 success story d'entreprises qui ont automatiser leur logistique

1 - Cafés Belleville et l'automatisation de son processus d'expédition

Présentation : Créée en 2013, l'entreprise est spécialisée dans la torréfaction et le commerce de café dit « de spécialité » pour professionnels et particuliers. Ils ont pour principe de torréfier à la demande, et cette vision est applicable sur leur site comme pour toutes leurs commandes.

Problème rencontré : “Avant c'était long et éreintant ! Nous passions nos commandes 1 à 1 à la moulinette pour générer nos bordereaux au travers d'outils préhistoriques et devions valider manuellement toutes nos commandes par la suite pour faire un double check concernant l'expédition de chaque commande”.

Comment Sendcloud a aidé Cafés Belleville : “Sendcloud nous permet de voir en un coup d'œil (via le back-office) si nos commandes ont été expédiées et livrées. On peut alors agir rapidement en cas de souci. Sendcloud valide automatiquement les expéditions sous Shopify dès lors que le bordereau est

scanné par le transporteur. Nous avons donc une liste de commandes entrantes toujours à jour ce qui nous permet d'être plus efficace.”

Résultats : Les équipes ont divisé par 3 le temps passé pour la création de bordereaux, et produit plus de 500 commandes/mois en moyenne.

“Finalement, une solution qui a su répondre à nos besoins en termes d'automatisation et donc de gain de temps et d'argent. Grâce à l'automatisation et l'optimisation de nos expéditions avec Sendcloud les clients sont très contents et se sentent en confiance.”



2 - Shanty Biscuits et l'optimisation de son système d'envoi

Présentation : Shanty Biscuits est né en 2013 à Aix-en-Provence. Cette entreprise de création et de commercialisation de biscuits personnalisables, a grandi petit à petit et a désormais son propre atelier de production, toujours en Provence, où l'équipe fabrique des milliers de biscuits par jour.

Problème rencontré : “Avant d'utiliser Sendcloud, nous devions faire les étiquettes d'envoi de chaque commande manuellement, en les saisissant une par une. C'était long et compliqué, et également une source potentielle d'erreurs.”

Comment Sendcloud a aidé Cafés Belleville : “Sendcloud nous permet de regrouper nos différents transporteurs sur une même plateforme et de créer automatiquement les étiquettes d'envois associées à nos commandes sur Shopify. Nous gagnons beaucoup de temps grâce à la création automatique des étiquettes. L'interface Sendcloud est simple à utiliser et nous permet de gagner beaucoup de temps au quotidien.” De plus, Sendcloud est directement intégré à leur boutique Shopify, toutes les commandes sont donc importées automatiquement. Une fois les colis envoyés, l'équipe peut facilement retrouver l'historique, accéder au suivi des colis ou encore analyser ses envois.

Résultats : Les équipes ont divisé par les impressions des formulaires douaniers et produit plus de 500 commandes/mois en moyenne.

“Une automatisation des processus logistiques qui d'habitude nous prennent un temps fou. De l'impression des étiquettes au suivi de nos envois de colis. Aussi la possibilité de changer en un clic le mode d'expédition.”



Shanty
BISCUITS

appvizer

Appvizer est le premier média en Europe dédié aux logiciels professionnels.

Sa mission est de permettre aux professionnels de trouver facilement les bons logiciels pour être plus compétitifs et travailler plus agréablement au quotidien.



Sendcloud est un puissant outil d'expédition tout-en-un permettant aux e-commerçants de centraliser leurs commandes, d'optimiser leur processus d'expédition et de retour afin de booster leur croissance en ligne..

Créée en 2012, l'entreprise accompagne aujourd'hui plus de 23 000 e-commerçants.