

ALBERTA centreducyberfutur



Stratégies de distribution et livraison

Choix du modèle de distribution en fonction du volume d'achats	2	Expédition à l'étranger	6
Choix du meilleur modèle d'expédition	3	Que faire en cas de problème ?	7
Système de contrôle d'inventaire	4	Qualité assurée et protection du consommateur	8
Emballage et mise en circuit des produits	5	Ressources	10

Une initiative de :



Financée par :



Diversification de l'économie
de l'Ouest Canada

Western Economic
Diversification Canada

Canada

Choix du modèle de distribution d'après le nombre d'exportations

Préparez un plan de livraison avant réception de votre première commande internationale.

Avant la mise en place d'un site des affaires électroniques, il faut choisir la meilleure manière d'expédier le produit au client, en tenant compte de plusieurs facteurs et en veillant à ce que la marchandise arrive en bon état et dans les délais établis. C'est le nombre anticipé de commandes qui détermine, en grande partie, la meilleure façon de les traiter.

Nombre limité d'expéditions

Si vous anticipez un nombre initial réduit de ventes (une à deux commandes par jour), le processus de livraison sera relativement facile :

- étiquettes d'adresse manuscrite
 - envoi quotidien par à la poste
- (N.B. : les commandes internationales exigent une diligence accrue)

Nombre moyen d'expéditions

Si le nombre d'expéditions dépassent 5 par jour, vous devez sans doute :

- acheter une imprimante à étiquettes
- acheter un appareil automatique pour peser et affranchir les envois
- faire appel à un expéditeur pour la collecte quotidienne des commandes
- prévoir les services d'un courtier en douane

Nombre élevé d'expéditions

Si l'envoi dépasse 25 commandes par jour, il est bon de penser à un type d'expédition plus performant : intégration d'un système d'expédition directe, ou appel à un sous-traitant chargé de tous les aspects de l'expédition. Si le nombre de commandes est encore plus élevé (des centaines de commandes par jour), vous aurez sans doute besoin d'un centre d'entreposage pour stocker et expédier les marchandises.

Choix du transporteur

Ne négligez pas de proposer au client une gamme de modes d'expédition.

Bon nombre de transporteurs vous propose des services d'expédition par voie terrestre ou aérienne. Il faut choisir un transporteur proposant un service fiable à un prix compétitif. Et soyez sûr de proposer à vos clients une gamme de choix incluant

expédition par voie terrestre (moins chère) ou envoi plus rapide (livraison le lendemain ou sous trois jours).

Choix du meilleur modèle d'expédition

Il est critique de choisir le meilleur modèle d'expédition pour votre petite entreprise. Les trois modèles les plus utilisés – sur inventaire, expédition directe, ou appel aux services d'un sous-traitant. Comme chaque modèle a des avantages et désavantages, il reste à choisir le plus adapté à votre stratégie de vente et de marketing.

Modèle d'expédition directe

Dans le modèle d'expédition directe, manipulation et envoi de marchandises se font par le fabricant qui les fait parvenir au client. Ce procédé vous épargne les tracasseries associées au traitement et à l'envoi des commandes.

Avantages et inconvénients clefs de ce modèle populaire :

- coûts d'inventaire bas ou nuls
- très rapide et efficace
- le fabricant se charge des multiples règlements et documents requis pour exporter à l'étranger
- marges bénéficiaires plus réduites (généralement moins de 10 %)
- délai possible d'envoi de marchandises en cas de rupture de stock chez le fabricant

Expédition sur inventaire

Dans ce modèle, vous stockez les produits dans votre propre entrepôt et les expédiez à mesure que vous acceptez les commandes. Un logiciel d'échange de données informatisé (ÉDI) aide à faciliter la logistique. Avantages et désavantages de ce modèle :

- expédition rapide des commandes
- service à la clientèle amélioré en cas de problème lors de l'expédition
- bénéfices supérieures pour chaque article
- risque de perte plus élevé pour les invendus

Dans le modèle d'expédition directe, manipulation et envoi de marchandises se font par le fabricant.

Services d'un sous-traitant pour livrer les commandes

Le sous-traitant spécialisé se charge, en grande partie, du travail d'expédition. Elle supervise la manutention et l'envoi de produits, accepte les commandes, fournit un service à la clientèle et, dans certains cas, surveille même votre site Web. Avantages et désavantages de ce modèle :

- très efficace pour les produits à marge bénéficiaire élevée
- inefficace pour les produits à risque élevé et marge bénéficiaire réduite
- tributaire de la réussite et de la qualité du sous-traitant engagé

Systèmes de contrôle d'inventaire

En cas de site à volume élevé, le cyberdétaillant a intérêt à se payer un système de gestion d'inventaire. Il existe, en effet, bon nombre de logiciels sur le marché pour vous aider à traiter les commandes et contrôler votre inventaire de façon efficace. Les systèmes les plus évolués analysent l'inventaire : augmentations ou diminutions de la demande, tendances et besoin éventuel de renouveler les stocks.

La plupart de ces logiciels de gestion d'inventaire permettent de :

- voir en un clin d'oeil le décompte intégral de l'inventaire
- créer les Bons de commande
- établir les Bordereaux d'emballage
- réviser toute transaction journalière, hebdomadaire ou mensuelle
- signaler automatiquement tout risque de rupture de stock
- utiliser efax.com, service permettant de recevoir et d'envoyer des télécopies via courriel

Le système de contrôle d'inventaire est à même aussi de :

- répertorier ventes et marges bénéficiaires
- créer des graphiques en secteurs circulaires ou en bandes pour représenter ventes et marges bénéficiaires.

Systèmes de contrôle d'inventaire en réseau vs. ceux axés sur le client

Les systèmes de contrôle d'inventaire en réseau sont nettement plus puissants que ceux basés sur le client : accès simple dans le système basé sur le client vs. accès multiples dans l'autre cas. Ce dernier permet aussi d'intégrer les contrôles entre le bureau central et les entrepôts. Certains systèmes de contrôle peuvent, par exemple, faire l'entrée et la lecture de codes à barres, fonction très utile dans un entrepôt. Vous pouvez profiter de cette méthode pour déléguer aux autres le contrôle des stocks. De nouveau, le modèle de gestion dépend du type d'affaires, des caractéristiques et du volume de marchandises.

Emballage et mise en circuit du produit

Avant d'envoyer votre produit il faut vous informer sur l'emballage, l'étiquetage et les documents appropriés.

Qualité de l'emballage

Étant donné que votre envoi risque de parcourir des centaines, voire des milliers de kilomètres, vous devez respecter certaines règles d'emballage pour éviter tout dommage. Il faut :

- choisir des contenants résistants ou même renforcés
- éviter les contenants surdimensionnés, d'un envoi plus coûteux
- mettre les objets les plus lourds au fond
- caler bien les articles et bien répartir la charge
- y ajouter matériau de bourrage hydrofuge, tel que les boulettes de polystyrène
- indiquer clairement le haut du carton
- placer l'envoi sur des palets – pour une efficacité améliorée – et utiliser bandeaux ou emballage moulant pour une protection accrue
- veiller à la sécurité en évitant de placer sur l'extérieur du paquet des renseignements rendant le contenu intéressant aux voleurs
- veiller à y apposer les étiquettes appropriées et, pour des produits réglementés, les plaques étiquettes de danger

Il est essentiel de bien comprendre les principes d'emballage, d'étiquetage et de documentation.

Bien emballer vos marchandises ne vous avance à rien si vous n’y mettez pas les étiquettes appropriées. Pour vous assurer que votre envoi ne se perde pas, il faut:

- utiliser, si possible, une imprimante à étiquettes
- former de grandes lettres moulées, si vous écrivez à la main, de préférence avec une encre indélébile
- placer l’étiquette sur la partie ouvrante du paquet, d’habitude sur le haut, et le coller adéquatement

Documents

Il est fréquent d’appliquer l’étiquette sur l’enveloppe contenant la facture et les reçus plutôt que de la coller sur l’intérieur de la boîte. On peut aussi y placer de la publicité ou encore une lettre de remerciement au client.

Expédition à l’étranger

Expédier à l’étranger peut être compliqué ; on doit tenir compte de nombreuses règles et règlements.

Expédier à l’étranger peut être complexe car on doit tenir compte de multiples statuts : il faut souvent documents spéciaux, droits de chancellerie, taxes de port et de manutention. Si vous décidez, malgré cela, d’exporter vous-même à l’étranger, voici certains règlements à respecter concernant l’emballage et les documents à fournir :

Étiquetage

À défaut d’étiquetage adéquat, vos marchandises risquent fort d’être retardées ou, pire, confisquées. Avec une encre indélébile, n’oubliez pas d’apposer sur les paquets :

- la marque de l’expéditeur
- déclarations adéquates - pays d’origine et port d’entrée, poids et taille du contenant...
- avertissements très visibles (fragile, haut, etc.)
- indication clairement affichée en cas d’envoi de matières dangereuses
- Toute marchandise à destination des États-Unis doit être estampillée « Made in Canada »*.

(*N’oubliez pas que chaque pays a ses exigences en étiquetage)

Si les documents sont inadéquats, les marchandises peuvent être saisies par la douane.

Documents

Si les documents sont inadéquats, les marchandises peuvent être saisies par la douane et assujetties à des pénalités monétaires. En fonction de la destination, on doit présenter divers documents :

- Facture consulaire – document décrivant la marchandise ainsi que sa valeur
- Certificat d'origine précisant le pays de fabrication du produit
- Licence d'exportation, ou Permis général d'exportation autorisant l'exportation de biens et produits « contrôlés » spécifiques vers certains pays
- Bordereau d'expédition pour l'exportation (certains pays exigent une description détaillée de l'envoi)
- Certificat d'assurance – protégeant l'acheteur si les marchandises sont perdues ou endommagées
- Déclaration d'exportation (B13A)
- le pays d'arrivée peut avoir d'autres exigences

Transitaires

Vous pouvez faire appel à un transitaire, une entreprise rompue à la pratique de l'exportation : coûts d'expédition, règles et règlements. Il faut vous informer sur les coûts de ces services – qui peuvent être très élevés –, avant d'accepter toute commande internationale : il se peut que vous décidiez alors de ne pas vendre à l'étranger surtout si vos marges de bénéfices pour chaque vente sont maigres.

Que faire en cas de problème ?

Examiner les droits de base du vendeur et de l'acheteur dans le cas de marchandise endommagée ou perdue.

Expédier des commandes implique obligations, protections et droits du vendeur et de l'acheteur. Vous devez les connaître en cas de perte ou dommages des produits expédiés. Vous devez aussi vous informer à ce sujet auprès de votre transitaire.

Droits de l'expéditeur

Quand l'envoi est mis en circuit, vous dépendez d'un transporteur pour le livrer au client. Il est essentiel de connaître la politique des principaux transitaires (les subtilités telles que les termes et conditions du Connaissance de l'expéditeur, par exemple), pour connaître la compensation prévue en cas de dommages subis à la marchandise ou perte de celle-ci. La plupart des transitaires fiables proposent les

conditions suivantes :

- remboursement à 100% à l'expéditeur en cas de non livraison
- remboursement partiel ou intégral en cas de non respect des délais de livraison

Droits des clients

Quand un carton expédié se perd, c'est regrettable, mais la meilleure politique est de remplacer le produit perdu ou abîmé ou de rembourser le client. Il est possible d'en faire porter la responsabilité au transporteur en incluant une clause de « dommage » ou de « perte » dans les termes de vente de votre entreprise. Ce sera alors au client de se faire rembourser par le transporteur. Une telle politique est perçue, cependant, comme inamicale. Il est préférable de considérer pertes ou dommages comme un coût parfois inévitable en affaires.

Retour de marchandises et garantie

Vous devez proposer aux clients une politique de retour des marchandises et une garantie réelle contre toute perte et tous dommages de celles-ci. Précisez pour vos clients, généralement dans un document de « politique d'expédition » ou « politique de retour », tous les détails dans ce domaine. Il est bon aussi de placer cette politique dans des pages distinctes, faciles à trouver, de votre site Web :

- produits endommagés : proposez aux clients de les remplacer dans un délai de 14 jours après les avoir reçus
- produits défectueux : pour les produits inutilisables à l'arrivée, proposez de les remplacer (délai de 14 jours prévue, sinon plus, pour réception de la plainte)
- tout produit fourni par un autre fabricant doit être sous garantie

Qualité assurée et protection du consommateur

Sans doute, votre site Web réussira (ou échouera) en fonction de votre capacité à servir votre clientèle. Voici donc des stratégies recommandées en lançant votre cybercommerce :

Modification d'une commande

Dans certains cas, le client voudrait modifier la commande avant expédition. Assurez-vous que chaque client a un identificateur unique, un numéro de commande, par exemple, qu'il peut utiliser via le site Web pour faire de telles requêtes (modification du produit ou changement de la date de livraison, etc.).

Commandes en souffrance

En cas de rupture de stock, il faut proposer au client la possibilité de placer sa commande en attendant que le produit soit disponible à l'avenir. Il est préférable de ne demander paiement que lorsque le produit est prêt à être expédié.

Etat des commandes

Le suivi des expéditions se fait de plusieurs façons. Vous pouvez intégrer certaines méthodes dans vos expéditions pour améliorer le service à la clientèle en :

- envoyant automatiquement au client un numéro de suivi dès l'achat du produit
- fournissant des liens au site du transitaire où ce numéro peut être utilisé
- proposant au client un soutien informatique pour le suivi des commandes
- lui donnant un numéro d'appel sans frais pour vérifier l'état de la commande

Assurance d'expédition

Pour votre propre protection et celle des clients, il est bon d'assurer les marchandises expédiées contre perte, dommages ou délais de livraison, par exemple. Il faut connaître les termes exacts de l'assurance choisie car les polices d'assurance, ainsi que les risques et coûts varient selon le mode de transport. L'assurance internationale est, naturellement, plus chère. Le plus souvent, il est possible d'acheter chez le transitaire une assurance couvrant les frais d'envoi et 110 % de la valeur déclarée de la marchandise.

Ressources

Nombreux sont les sites disponibles à quiconque désire d'en savoir plus : intermédiaires stratégiques, incoterms, droits de douane, entreposage international et autres conseils sur l'exportation de marchandises.

- Liaison export
www.rcsec.org/alberta/exportlink
- Exportsource
www.exportsource.ca
- Export de biens commerciaux vers les États-Unis
http://www.cbsc.org/alberta/content/export_comm_shipments_us.pdf
- Règlements américains pour les exportateurs canadiens
http://www.rcsec.org/alberta/content/canadian_exporters.pdf
- Info-Guide sur l'exportation vers les États-Unis
http://www.rcsec.org/alberta/search/display.cfm?code=8032&Coll=AB_PROV_BIS_F
- Documentation et procédures d'exportation
http://www.rcsec.org/alberta/content/7_easy_steps.pdf
- L'Organisation Mondiale des douanes
www.wcoomd.org
- Le Service de délégués commerciaux du Canada
www.infoexport.gc.ca
- Canada Society of Custom Brokers
www.cscb.ca
- Canadian International Freight Forwarders Association
www.ciffa.com
- Canadian Institute of Traffic and Transportation
www.citt.ca
- International Chamber of Commerce
www.iccwbo.org

Contactez-nous

Le Centre du cyberfutur de l'Alberta, une initiative de *Liaison Entreprise*, est votre premier point de contact en Alberta pour tout renseignement concernant le cybercommerce. Nous offrons des conseils et des renseignements gratuits, impartiaux et faciles à comprendre sur le cybercommerce pour les petites et moyennes entreprises. Notre but est d'aider les entrepreneurs à prendre des décisions éclairées en vue de leur adaptation aux changements technologiques. Si vous avez des questions, une simple visite, un appel téléphonique ou un simple clic de la souris vous permettront d'y trouver réponse.

Le Centre du cyberfutur de Liaison Entreprise

Ligne d'information sur les affaires : 1 800 272-9675

Edmonton : 10237, 104e Rue N.-O., bureau 100, Edmonton (Alberta) T5J 1B1

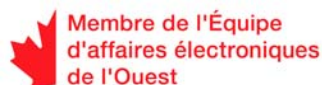
Tél. : 780 422-7722 **Télééc.** : 780 422-0055

Calgary : 639, 5e Avenue S.-O., bureau 250, Calgary (Alberta) T2P 0M9

Tél. : 403 221-7800 **Télééc.** : 403 221-7817

Courriel : info@cyberfutur.ca **Site Web** : www.e-future.ca/alberta

Ce guide a été préparé par *Le Centre du cyberfutur de la Saskatchewan*



Clause d'exonération de responsabilité :

L'information présentée dans ce document est mise à votre disposition à titre informatif uniquement. Bien que nous la considérons comme exacte, nous la proposons « telle quelle », sans offrir aucune garantie d'aucune sorte. Les membres de l'Équipe d'affaires électroniques de l'Ouest, ses employés, ses directeurs, ses agents, et ses fournisseurs ne peuvent être tenus responsables des dommages directs ou indirects et de la perte de revenus découlant de l'utilisation de l'information contenue dans ce document ou de l'information disponible sur les sites Web des membres ou de l'Équipe d'affaires électroniques de l'Ouest.

Ce document peut être utilisé, reproduit, conservé ou diffusé à des fins non commerciales, à condition que le nom de domaine et les droits d'auteur de l'Équipe d'affaires électroniques de l'Ouest (www.e-ouest.ca) soient explicitement mentionnés. L'utilisation, la reproduction, la conservation ou la diffusion de ce document à des fins commerciales est interdite sans l'autorisation écrite de l'Équipe d'affaires électroniques de l'Ouest.

© 2005 Équipe d'affaires électroniques de l'Ouest