

# ALBERTA centreducyberfutur



## Les questions d'expédition dans le commerce

Les questions d'expédition dans le  
commerce électronique

Comment faut-il expédier?

1

Où faut-il s'adresser pour les questions  
d'expédition?

3

2

Comment traiter efficacement les retours

4

Une initiative de :

  
**LIAISON ENTREPRISE**  
Le service d'information sur l'entrepreneuriat en Alberta

Financée par :



Diversification de l'économie  
de l'Ouest Canada

Western Economic  
Diversification Canada

**Canada**



## Les questions d'expédition dans le commerce électronique

Lorsqu'on conçoit un site de commerce électronique, on ne ménage pas les efforts pour le rendre aussi convivial et présentable que possible. Il s'agit là d'éléments très importants, mais un des aspects du commerce électronique qui reçoit rarement l'attention qu'il mérite est l'*expédition*.

L'expédition semble être la dernière question que les entrepreneurs envisagent lorsqu'ils mettent sur pied un site de commerce électronique. Examinons, à titre d'exemple, le cas d'E-toys : après avoir magnifiquement réussi le lancement de leur site, ils ont reçu d'innombrables commandes et ont failli s'effondrer parce qu'ils n'avaient pas prévu de système adéquat pour l'expédition. Leur système de logistique et leurs procédures d'expédition n'étaient pas conçus pour traiter une telle quantité de commandes. Bon nombre des commandes sont arrivées en retard et certaines ne sont jamais parvenues à destination.

On a constaté que l'expédition et la manutention gratuites constituent un des principaux facteurs qui motivent les clients à acheter en direct.

Ce genre de situation est absolument inacceptable pour un site de commerce électronique. Vous ne pouvez pas vous permettre d'avoir des clients insatisfaits. Si les clients prennent la peine de commander et qu'ils ne reçoivent jamais leur commande ou reçoivent le produit en retard, il y a tout à parier que vous ne les reverrez jamais sur votre site. L'expédition est un des facteurs importants pour les clients lorsqu'ils magasinent en direct :

- On a constaté que l'expédition et la manutention gratuites constituent un des principaux facteurs qui motivent les clients à acheter en direct.
- Quatre-vingt-quatorze pour cent des acheteurs en ligne se préoccupent aussi des frais d'expédition trop élevés et 44 p. 100 ont déjà abandonné un panier de commande en raison des coûts d'expédition.

Les frais d'expédition continuent d'être le principal élément qui décourage les consommateurs d'acheter en direct. Trente-quatre pour cent de tous les internautes désignent la « baisse ou l'abolition des frais d'expédition » comme étant la caractéristique qui les inciterait à préférer le magasinage en direct aux modes

d'achats plus traditionnels. Même parmi ceux qui achètent déjà sur Internet, les frais d'expédition se retrouvent au haut de la liste des caractéristiques les moins satisfaisantes de ce mode d'achat.

## Comment faut-il expédier?

En se basant sur l'envergure et la nature de votre commerce électronique, vous pouvez vous charger de l'exécution à l'interne ou l'impartir à l'externe. Les entreprises électroniques qui ne tiennent pas de grands inventaires physiques ont tendance à exécuter les commandes à l'interne. Les détaillants électroniques qui disposent de vastes sélections de produits préfèrent souvent, quant à eux, confier le processus d'exécution à des sous-traitants.

Pour rester efficaces, les méthodes d'exécution et de distribution des commandes devraient évoluer de manière à convenir à toutes les entreprises de commerce électronique, quelle que soit leur envergure :

- Les petites entreprises électroniques à domicile devraient chercher à exécuter les commandes sur réception. Selon les produits et l'espace dont elles disposent, ces entreprises peuvent adopter un système de traitement des commandes de type chaîne de montage qu'elles pourront modifier au fur et à mesure que leur volume de commande grossit.
- À mesure que l'entreprise à domicile grossit ou que son besoin pour un inventaire plus vaste se fait pressant, il lui faudra sans doute louer des locaux pour les bureaux et l'entreposage. Le cas échéant, il faudra concevoir de nouveaux systèmes pour optimiser le traitement des commandes. Si le secteur de l'exécution ne se trouve pas au même endroit que le secteur des transactions (centre d'appel dans un immeuble, entrepôt dans un autre) il conviendra de mettre également au point de nouvelles procédures plus perfectionnées.
- Les plus grandes entreprises ou commerces électroniques qui disposent d'un vaste inventaire physique devraient envisager d'impartir ces tâches à un service d'exécution. Bon nombre de sociétés de distribution offrent toute une variété de systèmes pour toutes les étapes du processus, de la technologie des paniers de commandes aux services de fret.

L'expédition ne doit pas être prise à la légère lorsqu'on met en place un site de commerce électronique.

## Où faut-il s'adresser pour les questions d'expédition?

Ce ne sont pas les options qui manquent lorsque les propriétaires de sites de commerce électronique doivent sélectionner des services d'expédition. UPS et Federal Express, pour ne nommer que ceux-là, sont d'excellents fournisseurs. UPS possède un logiciel appelé OnLine® WorldShip® tandis que FedEx utilise Ship Manager. Allez visiter les sites suivants : [www.ups.com](http://www.ups.com) ou [www.fedex.com](http://www.fedex.com) et cliquez sur leurs sections consacrées au commerce électronique. Postes Canada met également une excellente variété d'outils à la disposition des entreprises électroniques. Pour plus d'information, visitez le site [www.epost.ca](http://www.epost.ca). Les trois organisations mentionnées ci-dessus offrent des services similaires.

Voici certaines options qu'il serait avisé d'envisager lorsque vous mettrez votre processus d'expédition sur pied.

Serez-vous :

- en mesure de traiter les envois au Canada et à l'étranger?
- en mesure d'imprimer des étiquettes et des connaissements?
- en mesure d'envoyer les détails du colis par voie électronique?
- capable d'accéder directement au site Web de l'organisation pour assurer le suivi des envois et des fournitures?
- en mesure de visualiser les options de temps en déplacement?
- en mesure de trouver les lieux de livraison?

Ce sont quelques-uns des points à considérer lorsque vous choisissez l'entreprise avec laquelle vous ferez affaire pour les questions d'expédition de votre commerce électronique. Il faut choisir soigneusement. Vous ne devriez prendre de décision qu'après avoir évalué correctement vos besoins en matière d'expédition. Prévoyez-vous expédier à l'extérieur du pays? Vos clients voudront-ils être en mesure de retracer leur commande? Combien coûte ce service? Vous devez répondre à ces questions et à bien d'autres avant de pouvoir instaurer des procédures d'expédition. L'expédition ne doit pas être prise à la légère lorsqu'on met en place un site de commerce électronique. Il faut lui accorder autant d'attention qu'à la conception du site, car sans un bon système d'expédition, il vous sera impossible de fidéliser votre clientèle.

## Comment traiter efficacement les retours

Pour les sites de commerce électronique, le retour de marchandise est un phénomène inéluctable. Il ne dépend que des entrepreneurs de faciliter ce processus pour leur clientèle. L'excellence du service à la clientèle est un avantage à long terme qui permet de satisfaire et de conserver la clientèle nécessaire à la viabilité de l'entreprise.

Pour augmenter la satisfaction des clients à cet égard, les marchands en direct doivent viser à rendre ce processus moins onéreux, plus rapide et plus facile.

### **Voici quelques façons de faciliter le processus du retour de marchandise pour la clientèle.**

Lorsque les clients sauront qu'ils peuvent retourner sans frais et sans problèmes les articles qui ne les satisfont pas, ils seront plus enclins à acheter de vous.

- Une politique de retour idéale pour le commerce électronique est une politique qui offre un remboursement comptant de 100 p. 100 du prix (bien que cela ne soit pas toujours possible).
- Un délai raisonnable pour le retour du produit sans pénalité (c.-à-d. trois semaines après la réception du produit).
- Aucun frais de retard pour permettre au marchand de remettre le produit en inventaire.
- Les frais de poste assumés par le marchand lorsque le produit doit être retourné par ce moyen.
- Une adresse de courriel d'une personne-ressource afin que le client puisse faire un suivi auprès du marchand lorsqu'il doit retourner un article.
- Un numéro de téléphone sans frais pour offrir de l'aide à la clientèle.
- Offrir la possibilité de retourner les produits dans une succursale locale.

Faire en sorte que les clients puissent facilement retourner les produits est un atout pour votre entreprise. Lorsque les clients sauront qu'ils peuvent retourner sans frais et sans problèmes les articles qui ne les satisfont pas, ils seront plus enclins à acheter de vous. Offrir un excellent service à la clientèle et une politique de retour sans problèmes est un atout puissant pour votre site Web. Dans les prochaines années, ces caractéristiques seront monnaie courante dans le commerce électronique. Néanmoins, c'est maintenant qu'il est temps de les utiliser pour fidéliser la clientèle.

## 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      Téléc. : 780 422-0055

---

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

Tél. : 403 221-7800      Téléc. : 403 221-7817

---

**Courriel** : [info@cyberfutur.ca](mailto:info@cyberfutur.ca)      **Site Web** : [www.cyberfutur.ca/alberta](http://www.cyberfutur.ca/alberta)

### **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. **Liaison Entreprise**, ses employés, ses directeurs et membres, ses agents et ses fournisseurs ne peuvent être tenus responsables des dommages directs ou indirects et de la perte de gains découlant de l'utilisation de l'information contenue dans ce document ou de l'information disponible sur les sites Web de **Liaison Entreprise**.

Ce document peut être utilisé, reproduit, conservé ou diffusé à des fins non commerciales, à condition que les droits d'auteur de **Liaison Entreprise** 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 **Liaison Entreprise**.