

Étude livraison e-commerce : les attentes des consommateurs et critères de décision d'achat



Délais d'acheminement trop long, frais trop élevés, **la livraison en e-commerce** peut être l'une des raisons principales de **l'abandon du panier**, ou dans le meilleur des cas, d'une commande en attente reportée à plus tard. *Avec un secteur du e-commerce en forte croissance, la livraison est en pleine évolution.* Les consommateurs français sont de plus en plus exigeants, C'est le constat que dresse cette fois encore l'institut Ifop dans son étude menée pour Star Service, le N°1 français de la logistique du dernier kilomètre. Découvrons-la sans plus attendre.

La livraison en e-commerce : l'attente majeur des acheteurs en ligne



Pour 72% des consommateurs, la livraison est un facteur décisif dans le processus d'achat.

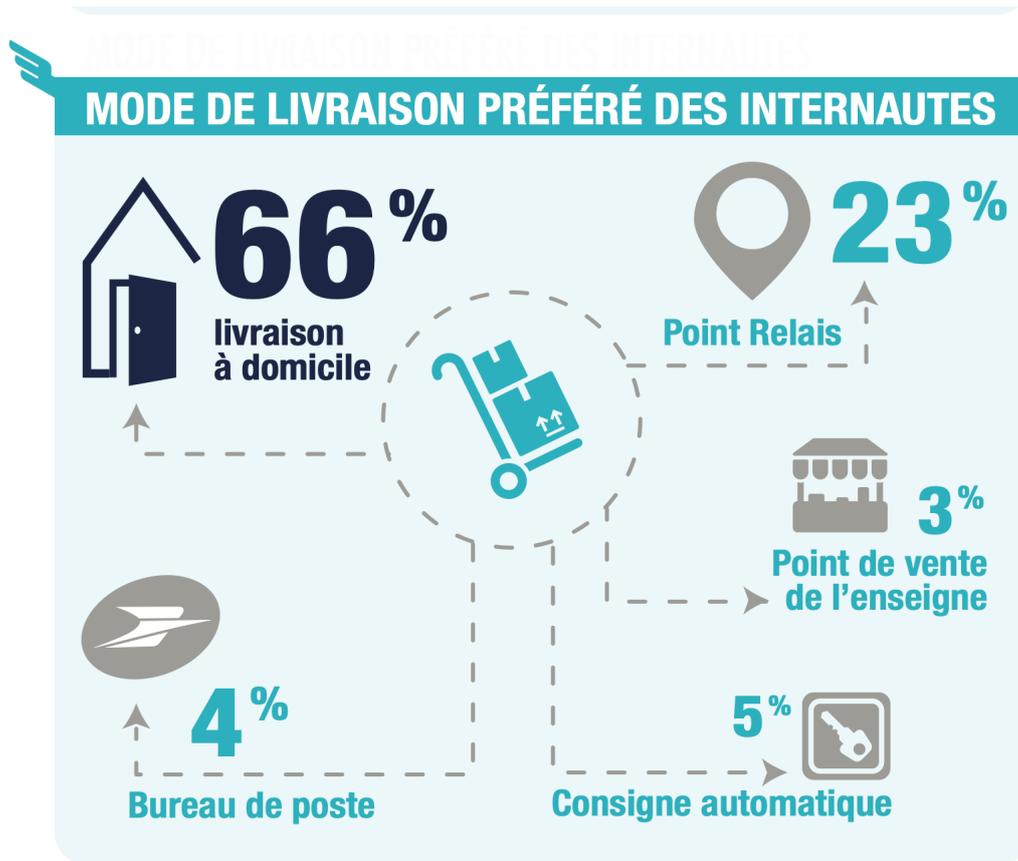
72% des consommateurs en ligne identifie la livraison comme étant l'étape la plus cruciale dans une **transaction e-commerce**. Après le critère de la livraison, les cyber acheteurs citent : le prix (37%), le produit (23%), la sécurité (13%) puis le site internet (10%). Les consommateurs sont devenus de plus en plus exigeants et les e-commerçants doivent être attentifs à leurs recommandations. Les résultats du sondage confirme cette tendance. Elle nous révèle que 85% des consommateurs déclarent être prêts à changer de site marchand juste pour bénéficier de **conditions de livraison plus adaptées à leurs attentes**. Et 60% avouent abandonner leur commandes lorsqu'ils estiment que les **options de livraison** ne sont pas assez satisfaisantes.

Réception de colis à domicile : le mode de livraison le plus sollicité par **les** internautes



[Visualiser l'article](#)

La livraison à domicile reste incontestablement le mode de livraison préféré pour 66 % des consommateurs. Cette solution arrive en première position bien loin devant le retrait de colis en points relais (23 %), les consignes automatiques (5%), les bureaux de poste (4%) et enfin le point de vente de l'enseigne (3%).



Un consommateur satisfait de son expérience d'achat est un consommateur qui re-commandera

Après une **expérience de livraison positive**, 98% des cyberacheteurs déclarent repasser commande sur le même site. A contrario, si l'expérience a été négative, 60% d'entre eux vont faire part de leur mécontentement auprès du site marchand, 58% iront faire une réclamation et enfin 32% déconseilleront l'enseigne auprès de leur entourage. Ces données prouvent que la livraison ne doit pas être considérée comme étant une simple phase de transition entre la commande et la réception d'un colis, mais bel et bien comme un élément déterminant dans la **fidélisation du client**. L'étape de la livraison, qui est malheureusement encore sous-estimée par les e-commerçants doit être perçue comme un réel moyen de **se démarquer de ses concurrents**.

Options de livraison à domicile : pas assez satisfaisantes pour le client



MULTIPLICATION & VISIBILITÉ DES OPTIONS DE LIVRAISON

2

LES OPTIONS DE LIVRAISON SONT JUGÉES INSUFFISANTES

+ d'**1** internaute
sur **4**



jugent que
les «options de livraison»
sont insuffisantes

60%
abandonnent
leur commande
en raison d'options
de livraison
insatisfaisantes



27%
sont prêt à payer plus
pour bénéficier
d'options de livraison
adaptées à leurs besoins

Nous vivons dans un monde qui va de plus en plus vite et les internautes exigent des sites e-commerçants qu'ils expédient leurs colis avec cette même réactivité. Pour satisfaire les attentes des acheteurs en ligne et ainsi éviter de perdre des clients, les e-commerçants devront innover en proposant une **offre assez large d'options de livraison**. Plus d'1 internaute sur 4 estime que les **formules de livraisons** proposées sont insuffisantes et 27 % d'entre eux se disent prêts à changer d'e-boutique afin de bénéficier d'une livraison plus adaptée à leurs besoins.

Concernant l'étape du **choix des options de livraison**, 94% des internautes aimeraient qu'elle intervienne plus tôt dans le processus de commande. Ainsi, si ces dernières ne leurs conviennent pas, ils gagneront du temps en mettant fin à la commande en cours au profit d'un site beaucoup plus avantageux.

Mais qu'attendent concrètement les consommateurs français ?

Questionnés sur leurs attentes en matière de livraison, 85% des consommateurs ont exprimé le souhait d'une **livraison personnalisable** qui s'adapterait à leur emploi du temps. Être livré quand on veut ou on veut, voici ce qui résumerait parfaitement le comportement des acheteurs qui souhaitent une **livraison sur-mesure** avec des créneaux horaires flexibles et ajustables.



[Visualiser l'article](#)

67% aimeraient être livrés le jour même de leur achat avec le créneau le plus restreint possible, 57% sollicitent une livraison les dimanches ou en soirée, et les plus exigeants d'entre eux plébiscitent la réception de leur colis dans l'heure qui suit la **validation de l'achat**. Et pour pouvoir être livré le jour de son choix sur un créneau restreint de 2h, 66% de cyber acheteurs sont prêts à changer de site e-commerce. De plus en plus d'e-commerçants proposent la **livraison express**, elle est devenue un incontournable, notamment pour les destinataires professionnels.

Plus de notifications pour connaître le statut de la livraison en temps réel

Les internautes veulent savoir ou en est la livraison de leur colis. 95 % considèrent qu'il est important d'être informé en temps réel du statut de la livraison en recevant par SMS ou emails, les informations liées à leur commande. L'enquête pointe l'importance du tracking de colis, devenu de plus en plus indispensable aujourd'hui.

Les facteurs susceptibles de générer le plus d'insatisfaction chez le client

La rapidité de la livraison, la fiabilité d'une e-boutique, la qualité de l'emballage sont autant de critères qui vont influencer la **satisfaction du client** et par conséquent sa fidélisation. Bien souvent, des imprévus peuvent survenir et compromettre la livraison. 61% affirment avoir rencontré des difficultés lors de leur commande ces 12 derniers mois. Pour 80%, le colis a été livré plus tard que la date prévu. 68% des internautes déclarent que les délais (date, créneau et horaire) n'ont pas été respectés, et pour 65%, le colis n'a pas été livré à domicile pour motif d'absence alors que le client était bel et bien présent.

Le **non respect des conditions de livraison** n'est pas le seul motif responsable de l'insatisfaction des clients. Les internautes ont mentionnés d'autres contraintes comme le vol ou la **perte d'un colis** (43%), une commande endommagée (38%), un colis qui ne correspond pas du tout à ce qui a été commandé (35%) ou encore un mauvais contact avec le livreur chargé de remettre le colis (28%). Tous ces facteurs, bien qu'ils soit très souvent hors de la portée du e-commerçant, peuvent engendrer du mécontentement et entacher la relation client.



INSATISFACTION DES INTERNAUTES LORS DE LA COMMANDE OU DE LA LIVRAISON

4

61%



ont rencontré des problèmes
de livraison au cours
des 12 derniers mois

LES PROBLÈMES RENCONTRÉS

80%



le colis
a été livré
en retard

68%



l'engagement sur la
date et le créneau
horaire de livraison
n'a pas été respecté

65%



le colis n'a pas été
livré pour motif
d'absence alors que
vous étiez chez vous

Pour

une politique de retour de marchandise plus simplifiée

En cas d'insatisfaction, ou de changement d'avis, le client peut renvoyer son colis. A cet effet, les internautes vérifient toujours en amont les possibilités de **retours d'une marchandise** avant même de finaliser leur commande pour s'assurer que cette étape soit rapide et simple. Concernant la **politique de retour d'un colis**, 60% des internautes français la jugent beaucoup trop compliquée. S'ils étaient amenés à retourner un colis, 34% privilégieraient la récupération du colis directement à leur domicile, 31% opteraient pour un dépôt dans un magasin de proximité, 17% dans un bureau de poste et 8% dans un des points de vente de l'enseigne.

La livraison e-commerce, un levier stratégique à exploiter



[Visualiser l'article](#)

Les chiffres de cette étude mettent en perspective **l'importance de la livraison** dans sa globalité au yeux du consommateur et de son impact aussi bien positif que négatif sur la pérennité d'un site marchand. En effet, lorsqu'elle est minutieusement bien orchestrée, la livraison e-commerce peut devenir un véritable **levier de croissance** et ainsi, contribuer à conquérir et fidéliser la clientèle.