

#055 QUELS SONT LES IMPACTS DES GESTES BARRIÈRES SUR L'EXPÉRIENCE CLIENT LORS DE LA LIVRAISON À DOMICILE ?

E-commerce

Transport

Livraison urbaine



L'expérience client lors de la livraison est une notion toute fraîche dans le champ lexical de l'Urban Delivery. Nous constatons que les Français attachent de plus en plus d'importance à l'acte de livraison.



En 2019, 86% des Français ont préféré la livraison à domicile à la suite d'un parcours digital. Qu'est-ce que l'expérience client lors de la livraison ?

Elle a pour objectif de fidéliser, conquérir ou rassurer un client. **Toute la subtilité de l'exercice est de refléter l'image de marque du donneur d'ordre sur 30 secondes d'échange avec le client.**

Cet espace-temps, très court, du coup de téléphone à la formule de salutation fait aujourd'hui entièrement partie de la chaîne de valeur du parcours utilisateur qui débute de la navigation sur le site internet au service client en ligne (en cas de litige post livraison).

DANS CE CONTEXTE, POUR LES LIVREURS À DOMICILE, COMMENT PRÉSERVER UNE EXPÉRIENCE CLIENT DE QUALITÉ TOUT EN RESPECTANT LES GESTES BARRIÈRES ET QUELS SONT-ILS ?



Déposer le colis en boîte aux lettres



Poser le colis devant la porte



Prendre 1 mètre de distance en face du client.

Il apparaît donc clairement à travers ces mesures que la communication est quasiment rompue entre le livreur et le consommateur, car la priorité du moment est de finaliser l'acte de livraison et non de fidéliser ou conquérir un client.

Depuis le début du confinement, la satisfaction ressentie par un client lors de la réception d'un colis reflète assez bien l'impact négatif du Covid19 sur les offres actuelles de livraison à domicile.



Augustin Doumbé

CEO chez Delivery Academy

Corporate Development Strategy
Business development and financial
Development of customer relationships / partners / suppliers
External Communication and company representation

| À propos de l'ASLOG

L'ASLOG fédère plus de 400 entreprises issues de tous secteurs, forte de 2000 professionnels qui collaborent pour promouvoir et construire la Supply Chain de demain. L'ASLOG association neutre et indépendante, porte les enjeux de la Supply Chain.

Dès 1972, des hommes visionnaires ont pressenti que cette fonction serait déterminante pour toutes les entreprises. Depuis près de cinquante ans, les professionnels du secteur font de l'ASLOG le partenaire de référence.

L'ASLOG est l'interlocuteur privilégié des institutionnels et des pouvoirs publics sur toutes les questions relatives au secteur.

| #supplychain4good

La communauté **#SupplyChain4Good** a été créée à l'initiative de Michelin et de l'Aslog, dans le cadre de l'écosystème de Movin'On, en faveur d'une mobilité plus durable des marchandises.

#SupplyChain4Good se donne pour ambition de fédérer les acteurs qui œuvrent pour des Supply Chain qui sont simultanément bonnes pour la planète, les personnes et la performance des entreprises. Les membres de cette communauté sont des « chargeurs » (entreprises industrielles et commerciales), des « opérateurs » (transporteurs, logisticiens, compagnies maritimes, ports...), des « fonctions support » (académiciens, consultants, systèmes d'informations, régulateurs, ONG...). Ils couvrent tous les secteurs économiques et toutes les régions du monde. Leurs travaux se déroulent tout le long de l'année et trouvent un point d'orgue lors du Movin'On Summit annuel, sommet mondial des mobilités durables.