

E-commerce: comment communiquer en ligne avec ses clients?

Rencontre avec les membres de la CEP

27 avril 2023, business Center Camille Bloch, Courtelary



Ordre du jour de la rencontre

- Valeur économique de la Poste et Portrait du canton de Berne
Alexandre Lambelet, Responsable des ventes PME en Suisse romande, la Poste suisse
- 5 conseils pour réussir son e-commerce en 2023
Alexis Chappatte, Conseiller en commerce digital, la Poste suisse
- Comment la Poste soutient et conseille les PME?
Alexandre Lambelet, Responsable des ventes PME en Suisse romande
- Questions-Réponses
- Apéritif réseautage

Valeur économique pour la Suisse

La Poste est d'importance systémique et créatrice de valeur

La clientèle en Suisse achète pour **6 milliards de francs** de produits et services de la Poste.

La Poste a acquis pour **quelque 2,7 milliards de francs** de marchandises et de prestations auprès de ses fournisseurs suisses.

La Poste verse chaque année **environ 3,5 milliards de francs** en salaires et en prestations sociales à son personnel en Suisse.

La Poste paie **quelque 230 millions de francs** en impôts et en taxes.



Plus de 2 milliards de francs, soit la majorité des achats, sont des prestations préalables (marchandises et services) utilisées pour la fourniture de prestations de la Poste. Le reste relève de biens d'investissement.

La Poste génère en moyenne un **chiffre d'affaires de 128 000 francs par entreprise** pour ses achats.

Pour ses achats, la Poste traite avec **plus de 20 000 entreprises établies dans quelque 1700 communes suisses**.

Portrait du canton Berne



10 100

personnes
employées auprès de
la Poste

1 040 000

habitantes
et habitants

1 personne active sur

65

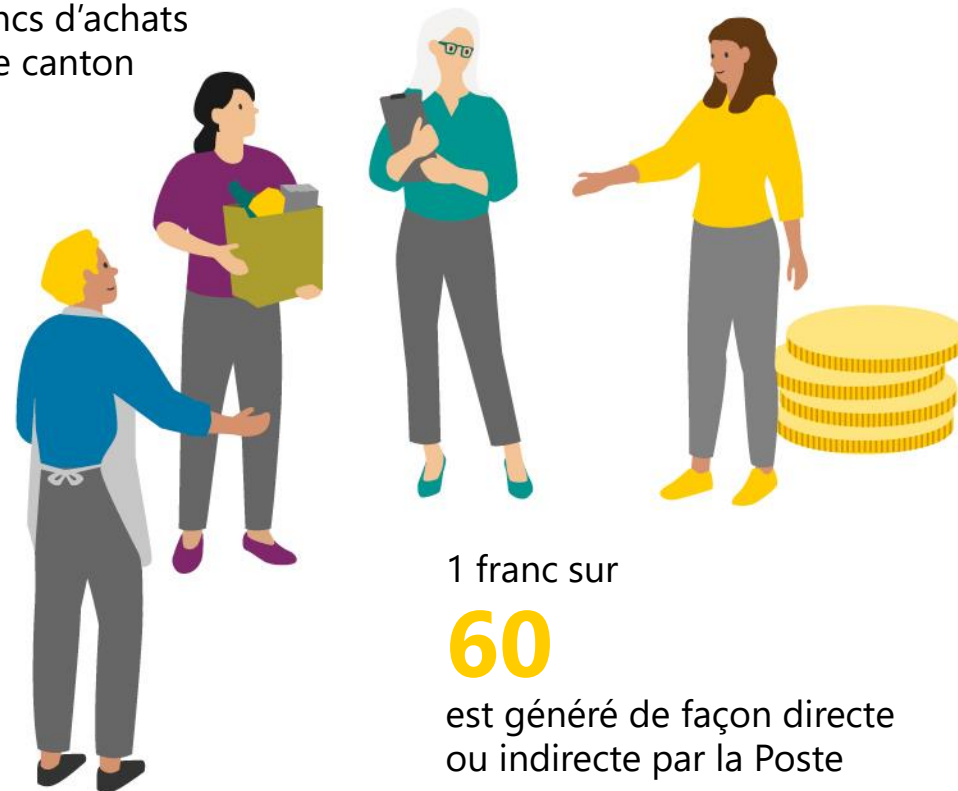
travaille à la Poste



près de

500 millions

de francs d'achats
dans le canton



Masse salariale d'environ

720 millions

de francs

1 franc sur

60

est généré de façon directe
ou indirecte par la Poste

La Poste contribue à la qualité de vie des personnes, à l'attractivité des communes et des régions ainsi que des entreprises locales.

5 conseils pour réussir son e-commerce

5 conseils pour son e-commerce en 2023



Optimisation pour smartphone: Le shop en ligne doit être en premier lieu conçu pour l'affichage sur petit écran.



Facilité d'utilisation: Toute complication dans l'utilisation du shop ligne pousse les clients à quitter la commande.



Transparence logistique: Les clients finaux souhaitent savoir sur le shop en ligne, quand leur commande va être livrée.



Durabilité: Les clients sont de plus en plus sensibles aux aspects de durabilité quand ils commandent en ligne.



Places de marché en ligne: Elles sont de plus en plus incontournables. Ouvrez-y un canal de vente complémentaire.

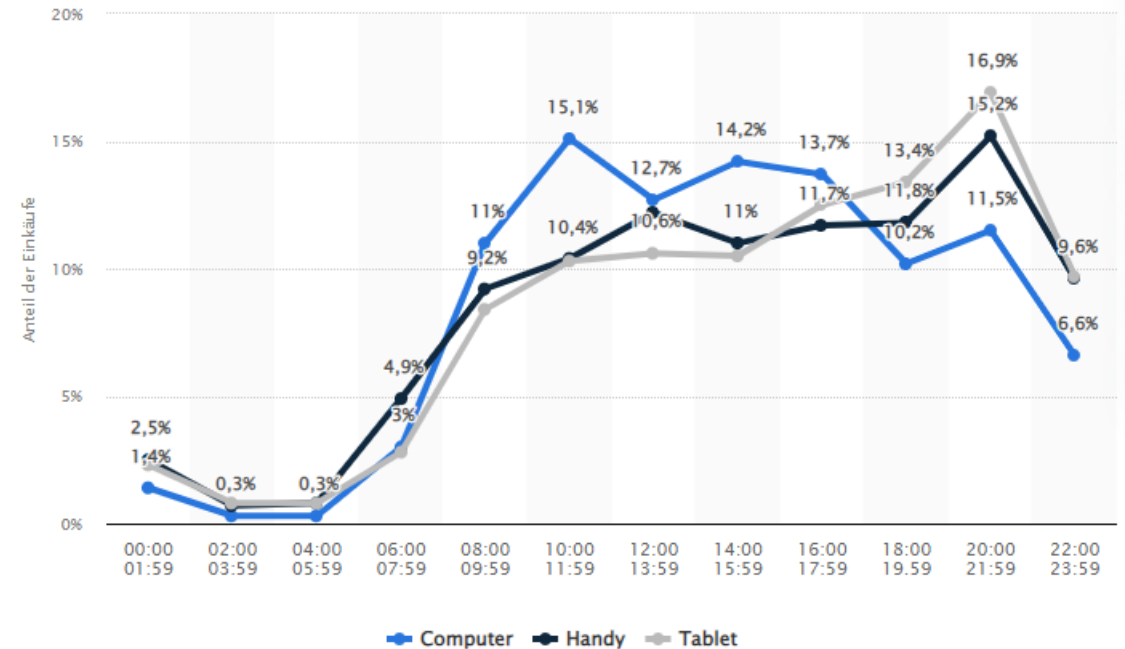
Conseil n#1: optimisez vos contenus pour les smartphones

Les smartphones sont de plus en plus utilisés

Points importants

- La 1^{ère} impression se fait presque toujours sur smartphone
- 60% des clients privés utilisent le smartphone pour leurs achats en ligne
- 33% des clients privés font principalement leurs achats avec un smartphone (source Statista)
- Les achats sur smartphones et tablettes se font plutôt le soir
- Chez Digitec Galaxus > 50% des achats en 2022

→ Ce trend va se renforcer au fil du temps



Details: Schweiz; März und April 2022

Conseil n#1: optimisez vos contenus pour les smartphones

Mauvais exemples

Mauvais exemples

- Textes et images sont trop petits
- Les pages sont surchargées de contenus
- Les éléments sont mal dimensionnés, mal positionnés
- Certains contenus n'apparaissent pas en vue smartphone (contrairement à la vue desktop)
- Les temps de chargements sont longs
- Les textes et contenus des emails sont trop petits

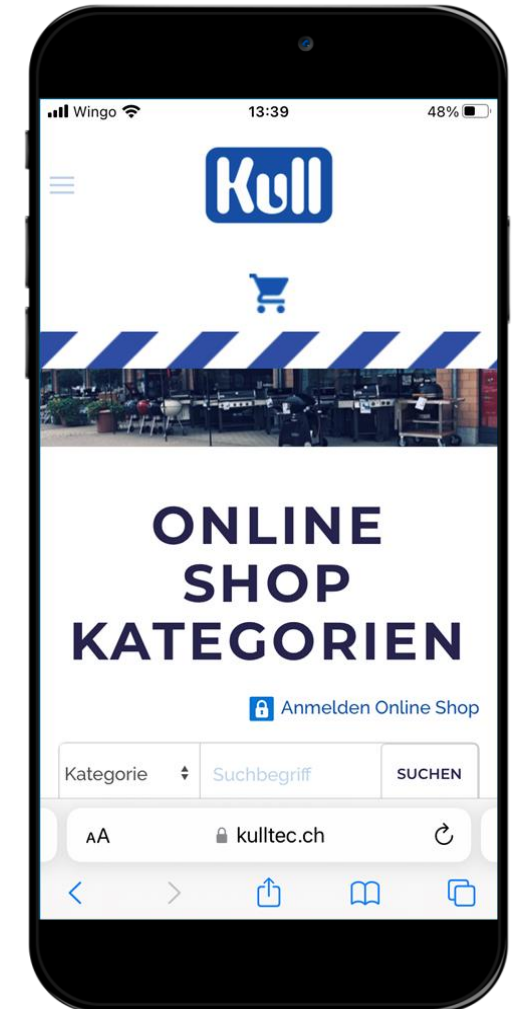
→ Les clients finaux ne restent pas longtemps dans la boutique en ligne et s'en vont. Taux de rebond élevé

→ Tous les autres efforts du commerçant ne seront pas examinés et pris en compte

Taux de rebond 100%



Taux de rebond 88%



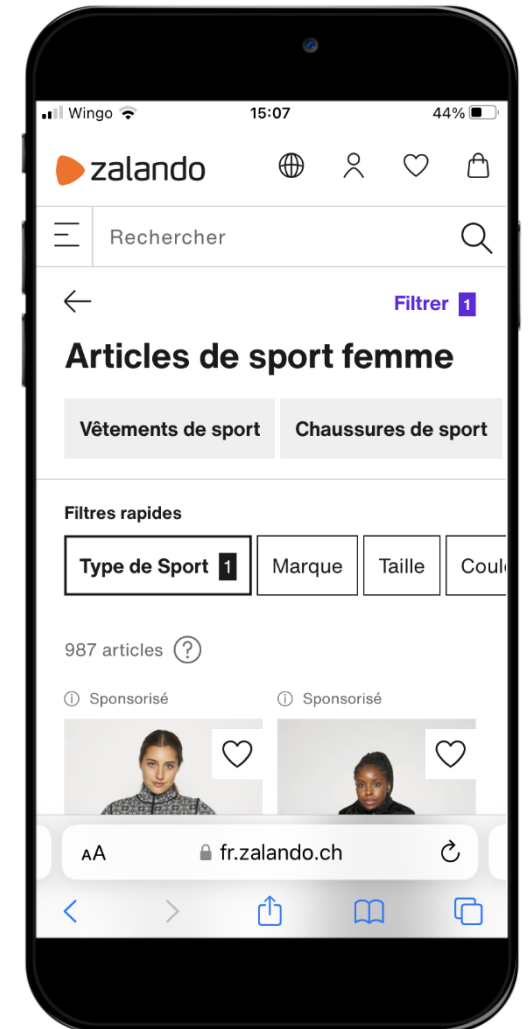
Conseil n#1: optimisez vos contenus pour les smartphones

Bons exemples

Meilleures pratiques

- Moins de contenus sont affichés en vue smartphone
- Textes et images ont une taille adaptée
- Gros boutons
- Contenus / navigation spécifiquement conçus pour les smartphones (filtres horizontaux, interactivité avec le toucher, le swipe, le pincement, etc.)
- Temps de chargement rapides
- Cela vaut pour le B2C comme le B2B

→ Le shop fait bonne impression, son utilisation est facile:
Les clients restent et commandent

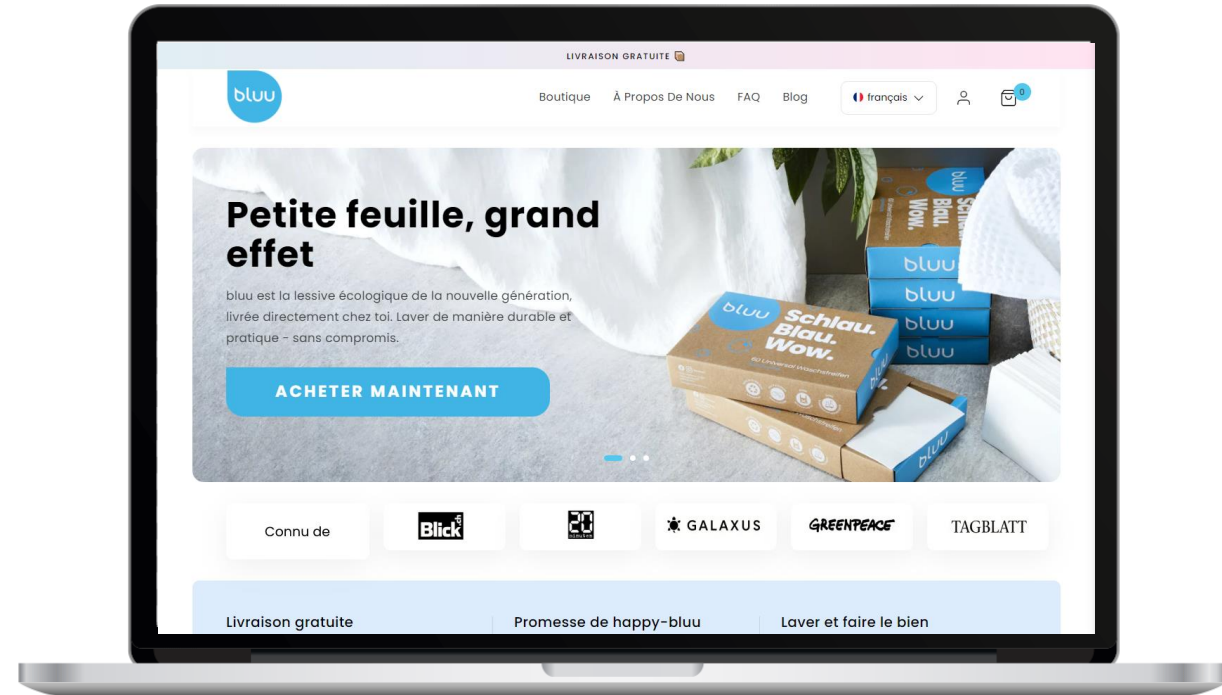


Conseil n#2: améliorez l'expérience client

Expérience client sur la page d'accueil

Page d'accueil: attirer les clients (émotions)

- Mettre en scène les produits: vidéos, des images de bonne qualité (et grandes), personnes
- Navigation et recherche de produit claire
- Arguments de vente: pourquoi acheter chez vous?
 - Livraison rapide
 - Paiement sécurisé
 - Durabilité, valeurs
- Éléments de confiance
 - Pages CGV, impressum, protection de données
 - Contact, vos médias sociaux (flux)
 - Certifications
- Langues: FR, DE (evtl. IT, EN)

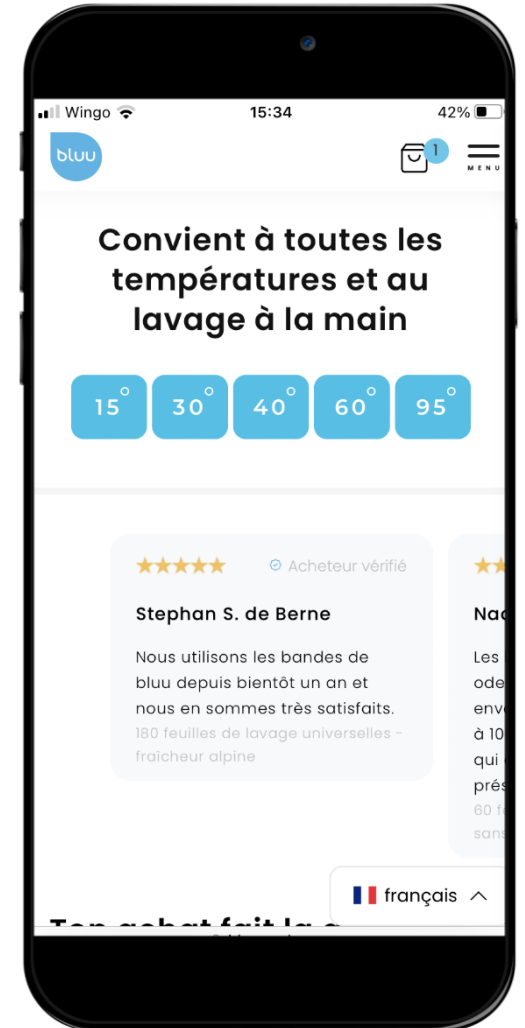
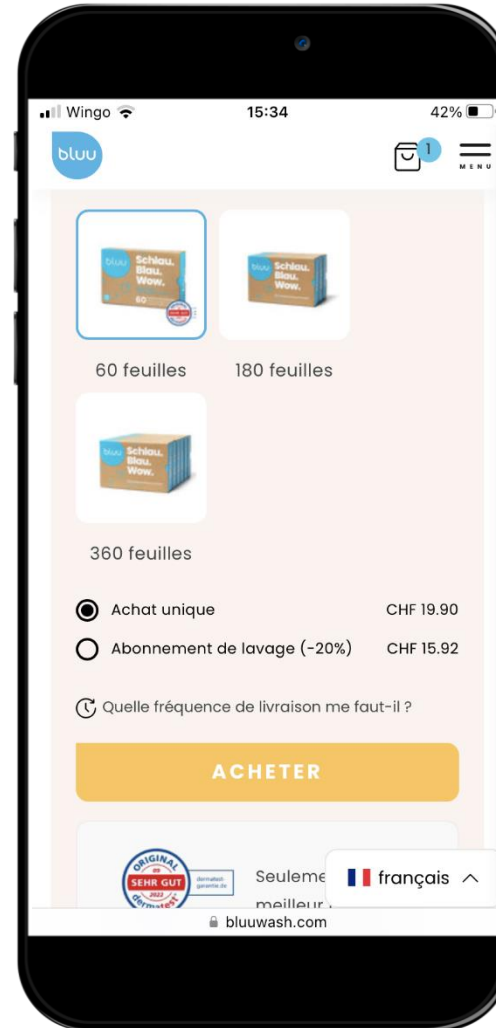


Conseil n#2: améliorez l'expérience client

Expérience client sur les pages produit

Page produit: convaincre les clients (transparence)

- Suffisamment d'informations sur les produits
- Plusieurs images
- Des images réalistes
- Brève description en-haut
- Plus de détails plus bas (informations techniques, ingrédients, informations nutritionnelles, etc.)
- Prix et frais de livraison (pas d'infos cachées)
- Avis des clients
- Des «Call to Actions» (boutons) clairs

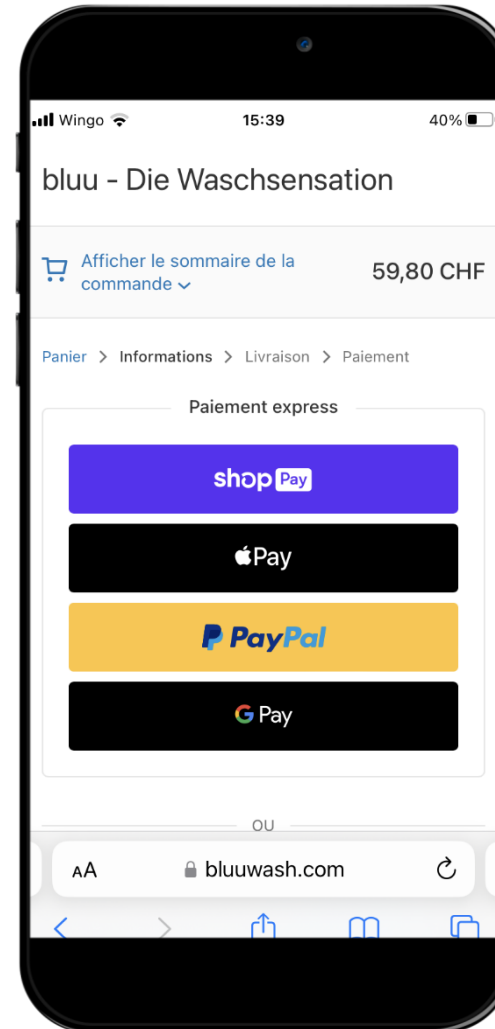


Conseil n#2: améliorez l'expérience client

Expérience client dans le checkout

Checkout: conclure la vente (pas de complications)

- Le moins d'étapes possible (gros boutons, fil d'Ariane)
- Pas d'obligation de créer un compte
- Le checkout sur une page en option
- Fonction autocomplète pour la saisie d'adresse
- Tunnel d'achat → pas de distraction
- Offrir les méthodes de paiement attendues:
 - Master card, Visa,
 - Facture (ou virement)
 - Twint
 - Postcard et e-finance
 - Paypal

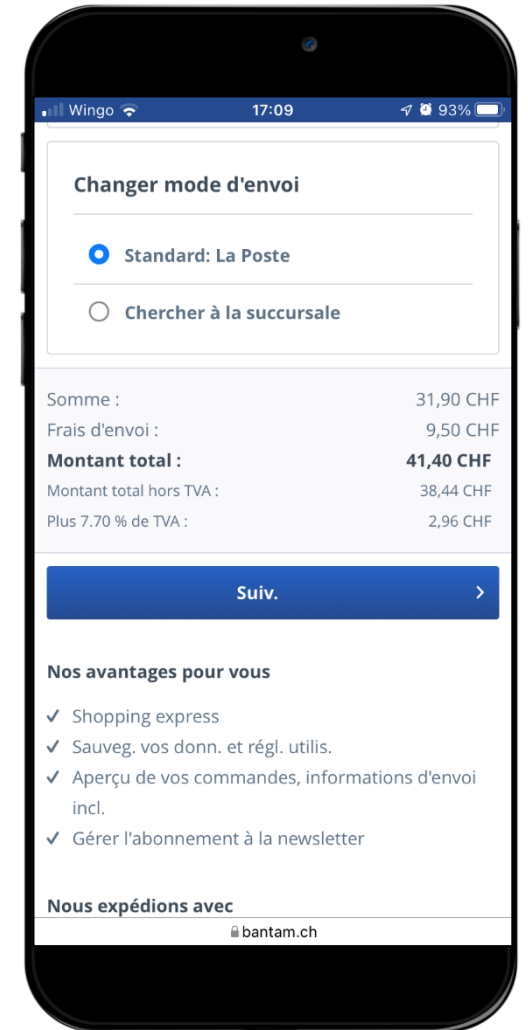
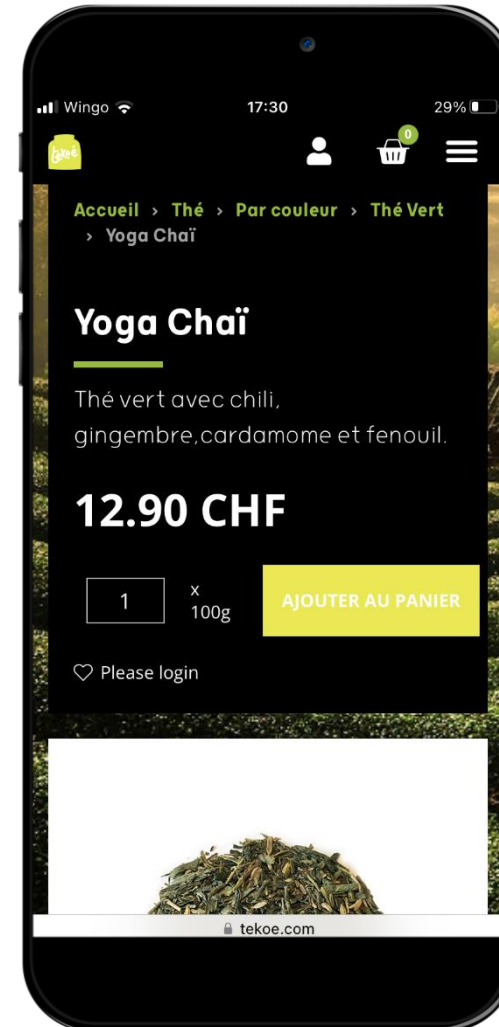


Conseil n#3: améliorez la transparence logistique

Mauvais exemples

Mauvais exemples

- Logistique non transparente
 - Est-ce que le produit est disponible? Aucune information du niveau du stock
 - Quand est-ce que je reçois mon colis? Aucune information sur les délais de livraison! Ou l'information est cachée dans les CGV
 - Quel est le dernier délai de commande journalier? Aucune indication du cut-off (surtout important si le shop en ligne offre la livraison le lendemain)
 - Aucune information pour le suivi des colis ou aucune transmission des données d'envoi à la Poste
- Pas de livraison gratuite à partir d'un certain montant d'achat (argument de vente)



Conseil n#3: améliorez la transparence logistique

Bons exemples

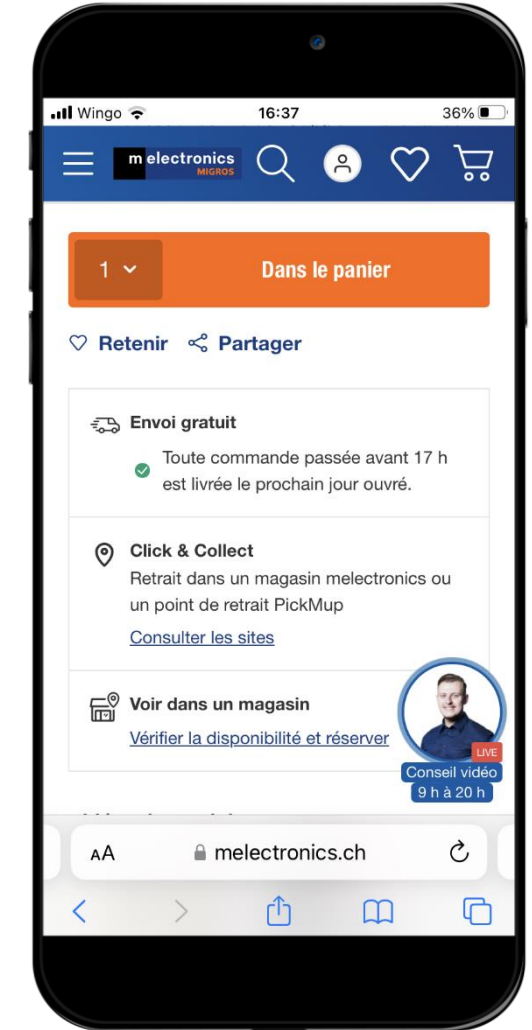
Meilleures pratiques

- La logistique commence dans la boutique en ligne. Une livraison transparente et rapide ainsi que des options flexibles sont clairement des arguments de vente
- Toujours indiquer **le niveau de stock**. «En stock», texte en vert, avec un ✓ = rassure le client
- Indiquer **le dernier délai de commande journalier** en cas de livraison rapide (PostPac Prio ou Lune).
- Indiquer **les délais de livraison** sur 1) les pages produit et 2) dans le checkout (le client ne devrait pas chercher cette information)
- Offrir des **options de livraison**
- Offrir la livraison gratuite à partir d'un certain montant et l'indiquer en page d'accueil (et répéter l'information dans le panier et le checkout)

Bien



Encore mieux

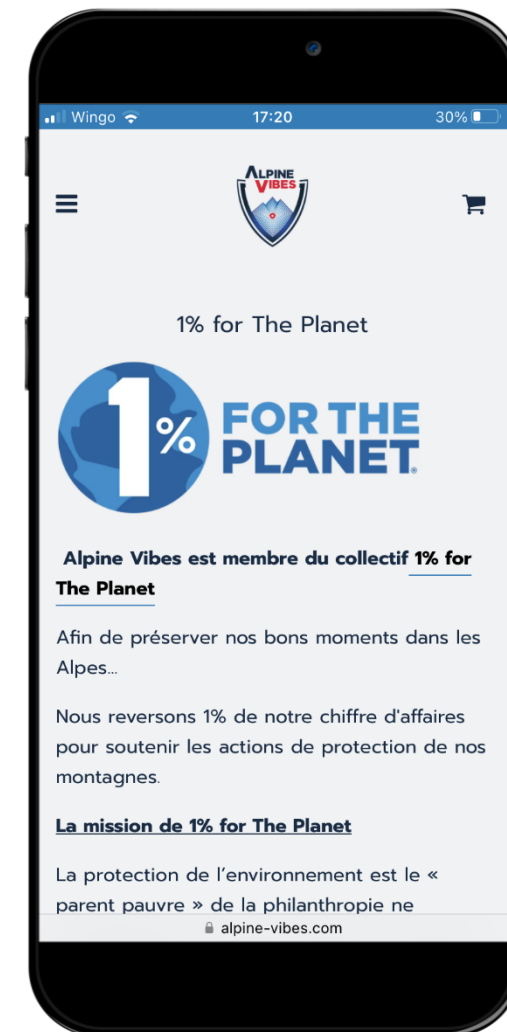


Conseil n#4: affichez vos efforts en matière de durabilité

La durabilité en tant que valeur

Meilleures pratiques – la durabilité comme valeur

- Selon le baromètre suisse de l'e-commerce, les aspects de durabilité sont importants pour 72% des clients finaux
- Trend pour le re-commerce (reconditionnement)
- En tant que commerçant, il vaut la peine d'intégrer les approches de durabilité et de les placer en bonne place sur la page d'accueil:
 - Production durable, produits locaux
 - Courant vert dans le mix énergétique
 - % investi pour le climat, projets sociaux
 - Durabilité dans la logistique
 - Certifications (B Corp)



Conseil n#4: affichez vos efforts en matière de durabilité

Durabilité dans l'emballage et le rembourrage

Meilleures pratiques – emballage et rembourrage

- Aussi peu d'emballage que possible
 - L'emballage n'est pas toujours indispensable (62%)
 - Adapté à la taille des produits (Cheezy)
- Utiliser des matériaux d'emballage durables
 - Carton > plastique
 - Emballages réutilisables (Kickbag)
- Matériau de rembourrage durable
 - Si possible pas de rembourrage
 - Éviter les matériaux synthétiques
 - Rembourrage biodégradable (composte)



Conseil n#4: affichez vos efforts en matière de durabilité

Durabilité dans les envois et retours

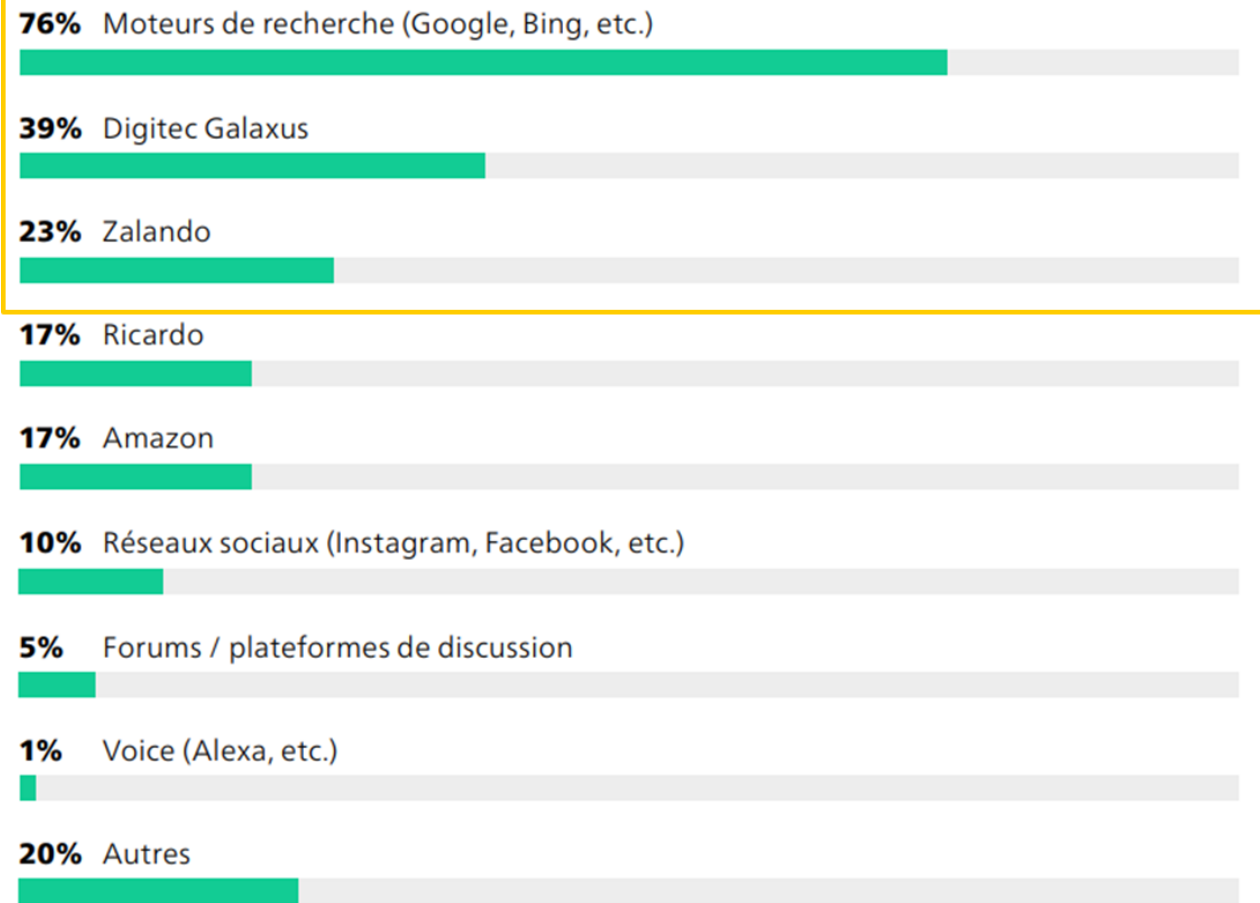
Meilleures pratiques – envois et retours

- Les envois sont de plus en plus «verts»
 - Mettre en avant la compensation de CO2 avec la Poste (indiquer le label Pro Clima sur le shop)
 - A Zurich et Berne, la Poste vient d'introduire une flotte de véhicules de distribution 100% électrique
 - La Poste a comme objectif d'avoir une flotte 100% électrique d'ici à 2030 (10'500 véhicules)
- Les retours devraient être évités
 - Offrir plutôt que retourner (Baabuk)
 - Échanger plutôt que retourner (Feey)
 - Conseils pratiques dans notre étude: [Etude sur les retours 2022](#)



Conseil n#5: vendez aussi sur des places de marché digitales

Elles sont de plus en plus plébiscitées



Baromètre de l'e-commerce 2022:
Où commencez-vous votre
recherche de produits en ligne?

Lien vers le sondage: <https://digital-commerce.post.ch/fr/etudes/le-commerce-en-ligne-en-suisse>

Conseil n#5: vendez aussi sur des places de marché digitales

Boom des places de marché, tendance forte

Rang	Boutique en ligne	CA 2020 (Mio. CHF)	CA 2021 (Mio. CHF)
1	zalando.ch	1044,0	1430,0
2	digitec.ch	1125,0	1187,0
3	amazon.de (incl. part place de marché)	725,0	840,0
4	galaxus.ch	561,0	735,0
5	brack.ch	460,0	520,0
6	nespresso.com/ch/	400,0	435,0
7	aliexpress.com	450,0	375,0
8	microspot.ch	334,0	358,0
9	shop.migros.ch	266,0	330,0
10	ikea.com/ch/ (au 30.9.)	168,0	295,0
11	coop.ch	231,8	266,0
12	interdiscount.ch	195,0	195,0
13	qoqa.ch	137,0	173,0
14	hm.com/ch	150,0	160,0
15	zurrose.ch	146,0	150,0

**Digitec Galaxus
2022 +8,7%**

Moyenne
e-commerce
suisses 2022 -2,8%

Conseil n#5: vendez aussi sur des places de marché digitales

La place de marché est un complément idéal à un shop en ligne

Avantage à vendre sur les places de marché

- Canal de vente complémentaire à la boutique en ligne et au magasin
- Améliore la notoriété de votre site e-commerce
- Permet de passer le röstigraben!
- Vous gérez la logistique et les retours
- Disponibilité des produits aussi importante que le prix
- Intégration facile et rapide

→ La Poste vous met en contact avec les bonnes personnes et vous accompagne pour l'intégration

→ N'hésitez pas à nous contacter



Team conseil digital de la Poste: contact

Vous souhaitez développer votre e-commerce?

Améliorer vos processus logistiques?

Vendre sur une place de marché digitale?

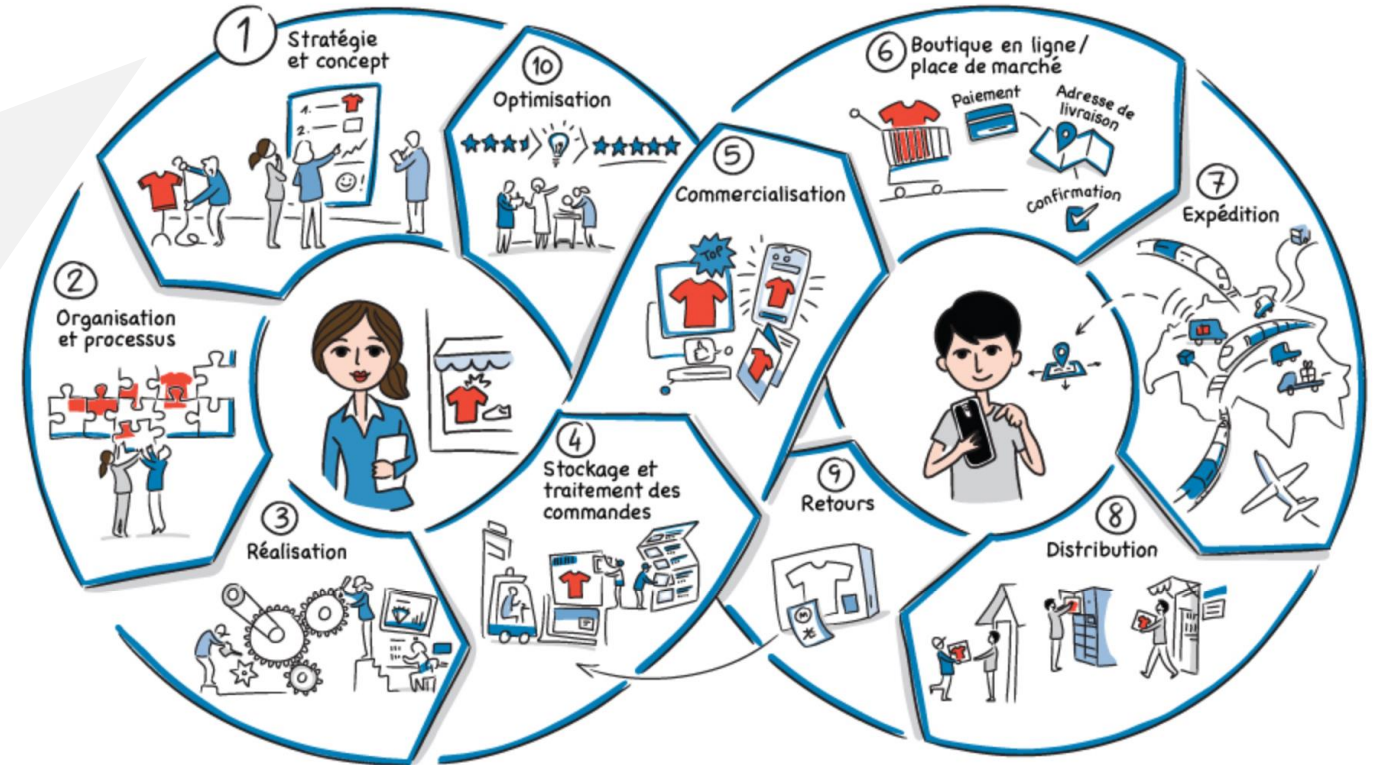
Alexis Chappatte

Conseiller en

commerce digital

alexis.chappatte@poste.ch

<https://digital-commerce.post.ch/>





Weekly Food – Vos repas de la semaine, cuisinés par nos Chef-fes.

Joris Humair, CEO-Fondateur

Menu composé de **8 à 10 recettes** / Renouvelé **chaque semaine**

Conservation de **7 jours** / À réchauffer en **4 minutes**

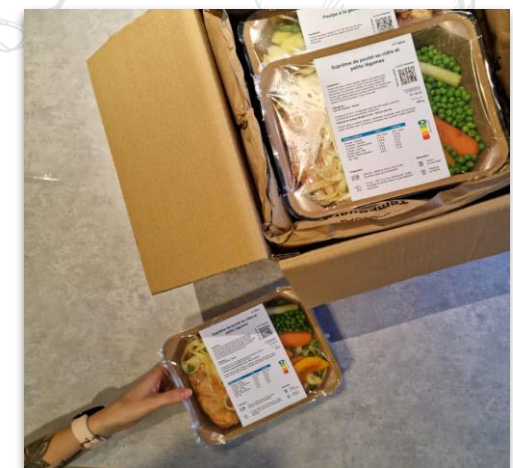
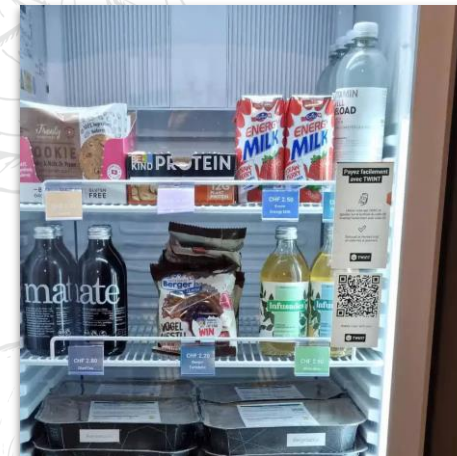
Livraison **1x par semaine** par **La Poste** / Dans **toute la Suisse**

2 ans d'existence / 6 collaborateurs·trices

+ **800 clients** privés / ~ **20'000 repas** préparés

Également en **entreprise** via

nos réfrigérateurs en **libre-service**.



La Poste soutient les PME et les membres de la



«Nous vous apportons un soutien personnalisé pour votre logistique»



Nos quelque 800 filiales postales en Suisse vous guident pour une logistique efficace pour vous et vos clients

Si nécessaire elles vous dirigent vers les spécialistes PME qui vous contacteront dans les 24h.

www.poste.ch/sites



Notre Contact Center PME

✉ **pme@poste.ch**
☎ **058 667 85 91**

Lu – Ve: 7h30 - 18h00
Samedi: 8h00 - 12h00

Compte Login Poste Digital

Questions «opérationnelles»



Nos conseillers-ères clients PME

✉ **pme.ouest@post.ch**
☎ **058 386 89 49**

Lu – Ve: 8h00 - 17h00

API Interface E-Commerce
Logistique internationale
Stockage

Marketing Direct /Flyers



Online www.poste.ch/pme



» Solutions commerciales » PME

Bienvenue sur le portail d'accès en ligne pour les PME



Prise en charge de vos colis & lettres

Gratuite :

Lors de la tournée du facteur, à commander un jour avant depuis le login Poste, maximum 5 colis

Occasionnelle :

Sur appel (0800 825 800) ou depuis le login Poste et par code QR personnalisé

Contractuelle :

Les jours et les heures de passage sont définis individuellement

2 points clientèle commerciale couvrant le Jura bernois

Fonctionnement: 1 : arriver 2 : déposer 3 : repartir

- À l'office de distribution Delémont
- À l'office de distribution Bienne colis
Voir les adresses [dans ce lien](#)



**Merci
beaucoup**

