

Une nouvelle étude met en lumière l'importance de la livraison dans les décisions d'achat des consommateurs

L'étude, menée par Ifop pour le groupe Star's Service, analyse les attentes des consommateurs e-commerce et montre à quel point la livraison joue un rôle primordial dans le parcours d'achat.

La livraison à domicile est le mode de livraison préféré des français, et c'est plus précisément la livraison sur rendez-vous qui est plébiscitée.

Clichy – 9 juin 2016 – Le groupe Star's Service, le leader français de la livraison à domicile en milieu urbain, présente les principaux résultats d'une nouvelle étude de l'institut Ifop sur les « Attentes des consommateurs en matière de livraison ». L'étude a été menée en avril 2016 auprès de 1 000 consommateurs français.

Un constat clair : la livraison est le critère le plus important lors de l'achat sur internet

Selon la Fevad, les ventes e-commerce en France ont progressé de 14% en 2015 (c'est-à-dire plus qu'en 2014 où la progression avait été de 11%) pour un montant total de dépenses de près de 65 milliards d'euros. Au premier trimestre 2016, la progression est encore plus soutenue avec une croissance de 16%. Un dynamisme qui est également porté par la croissance très forte du commerce mobile (+39% en 2015), les smartphone devenant un canal d'achat de plus en plus privilégié.

Comme le montre l'étude Ifop, 95% des français réalisent des achats sur internet, à raison d'au moins une fois par mois pour 64% d'entre eux. Lorsqu'on leur demande quel sont **les critères le plus importants lors de l'achat sur internet** (question ouverte, sans proposition de choix), c'est la livraison qui ressort, de loin, comme le premier facteur :

- **La livraison est citée par 62% des répondants**
- Vient ensuite le prix : 37%
- Le produit : 19%
- La sécurité : 14%
- Le site internet : 10%

La livraison joue un rôle primordial pour le consommateur, avant le prix des produits. Il s'agit d'un aspect différenciateur pour les marques et les enseignes.

La livraison à domicile : le mode de livraison préféré des français

L'étude Ifop s'est penchée sur les modes de livraison préférés des français. A la question « Si vous aviez le choix entre les différents modes de livraison suivants, lequel préféreriez-vous ? Et en deuxième ? », les consommateurs plébiscitent nettement la livraison à domicile :

- **62% citent la livraison à domicile ou au travail comme premier choix.**
- 25% citent la livraison avec retrait en point de vente comme premier choix.
- 6% citent la livraison en bureau de poste.
- 5% citent la livraison avec retrait dans un point de vente de l'enseigne.
- 2% citent la livraison dans un casier automatique.

Des consommateurs en attente d'options et de services de livraison

De manière générale, les options de livraison actuellement proposées lors des achats sur internet ne satisfont pas 1/4 des répondants. Ils sont d'ailleurs 59% à déjà avoir abandonné une commande car les options de livraison ne leur convenaient pas.

Etre force de proposition en matière d'options et de services de livraison est un atout considérable puisque 29% sont prêts à payer plus cher si les options de livraison sont plus adaptées à leurs besoins.

La livraison sur rendez-vous avec un choix de la date et du créneau horaire séduit une grande majorité de consommateurs :

- 80% plébiscitent la livraison sur rendez-vous.
- 70% plébiscitent la livraison le jour même sur créneau horaire restreint.
- 57% aimeraient être livrés le dimanche ou le soir.
- 60% aimeraient être livrés dans l'heure qui suit la commande.

Ce fort intérêt est appuyé par le fait que 69% des répondants sont prêts à payer 10€ pour bénéficier d'une livraison sur rendez-vous (choix de la date et de l'horaire sur créneau d'1 ou 2 heures y compris dimanche et soir) ou d'une livraison le jour même. Autre enseignement précieux pour les enseignes : le fait d'avoir le choix du jour et du créneau inciterait 85% des consommateurs à effectuer davantage d'achats en ligne.

Les consommateurs sont aujourd'hui majoritairement insatisfaits des services de livraison

Si les consommateurs plébiscitent la livraison à domicile, l'étude Ifop montre que, dans les faits, les services proposés par les enseignes sont loin de les satisfaire. Aujourd'hui, près des deux tiers (64%) rencontrent encore des problèmes lors d'un achat en ligne. Les problèmes rencontrés sont nombreux :

- 87% ont trouvé un avis de passage alors qu'ils étaient chez eux
- 91% ne sont pas livrés dans les conditions annoncées (retard de livraison)
- 94% trouvent les créneaux horaires de livraison proposés trop larges (attente du livreur chez eux)
- 95% n'ont pas pu choisir le jour de livraison (date imposée)
- 94% n'ont pas pu choisir le créneau horaire de livraison
- 93% ne connaissent pas le jour de livraison au moment de la commande

Clairement aujourd'hui, ce qui est proposé ne correspond pas aux attentes des consommateurs.

La livraison : un facteur de différenciation

De plus en plus, la livraison ressort comme le facteur qui permet de fidéliser la clientèle ou à l'inverse d'être un élément déclencheur du changement d'e-commerçant. 98% des consommateurs font de nouvelles commandes sur le même site si la livraison s'est bien passée. Suite à une expérience négative, 84% sont prêts à changer de site internet pour une livraison satisfaisante et sans mauvaise surprise. **Et 60% sont prêts à changer d'e-commerçant pour être livré le jour de leur choix sur un créneau de 2 heures.**

*« La livraison joue un rôle de plus en plus crucial dans le parcours d'achat des consommateurs, qui vont désormais jusqu'à choisir l'enseigne en fonction des options de livraison proposées », commente **Hervé Street, Président du groupe Star's Service.** « L'étude menée par l'Ifop montre à quel point les options de livraison proposées aux clients sont décisives, et pourtant insuffisantes. Offrir une large palette de choix et assurer une qualité de service irréprochable sont aujourd'hui des aspects qui influencent très fortement aussi bien les achats que la fidélité des consommateurs sur internet. La livraison est clairement devenue un facteur clé de performance, et l'étude apporte deux grands enseignements : l'importance de proposer la livraison sur rendez-vous pour satisfaire les attentes des consommateurs ; et l'importance du choix du prestataire de livraison ».*

Infographie ci-jointe. L'intégralité de l'étude Ifop est disponible sur demande.

A propos du groupe Star's Service

Le groupe Star's Service est le leader français de la logistique du dernier kilomètre, avec près de 30 ans d'expérience dans la logistique urbaine, 144 M€ de chiffre d'affaires, 3 000 employés, 2 800 véhicules, 11 plateformes logistiques.

Contacts presse

Quatrième Jour

Antoine Billon, Marie Fradelizi

01 42 23 44 51 / 01 42 23 44 72

abillon@quatriemejour.fr ; mfradelizi@quatriemejour.fr

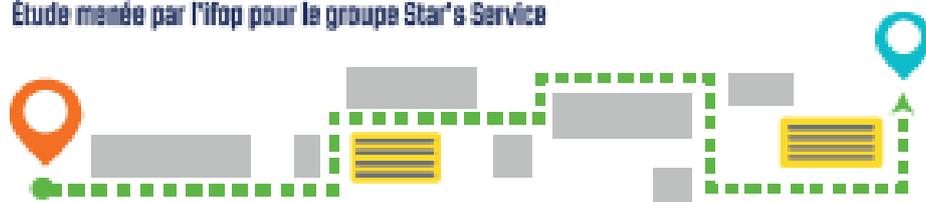
A propos du groupe Ifop

Précurseur sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing depuis plus de 75 ans, l'Ifop est aujourd'hui l'un des leaders de son secteur. Structuré autour de 7 expertises (Opinion & Stratégies d'entreprise, Consumer & Retail, Beauty & Wellbeing, Services, Médias & Numérique, Santé et Luxe), l'Ifop crée de la valeur pour ses clients en sécurisant la qualité de l'information recueillie et en lui donnant du sens et de la perspective. Il les accompagne dans la définition et le pilotage de leur stratégie d'entreprise en leur fournissant une vision opérationnelle et prospective qui leur permet d'anticiper les mutations sociétales et les tendances des marchés. C'est aussi dans cet esprit pionnier que l'Ifop développe des expertises transversales avec son entité InCapsule by Ifop ou encore le département Relation Client, Grandes Enquêtes et Panels. Entreprise proche de ses clients, l'Ifop intervient dans une cinquantaine de pays à travers le monde, à partir de ses implantations à Paris et Shanghai. Il réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires de 35 millions d'euros et emploie plus de 200 collaborateurs.

Pour plus d'informations : <http://www.ifop.com> - <https://twitter.com/IfopOpinion>

ATTENTES DES CONSOMMATEURS LIVRAISON E-COMMERCE

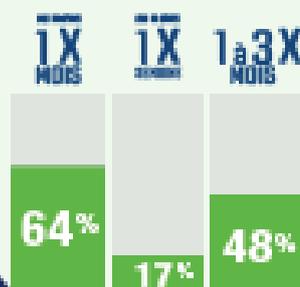
Présentation de l'étude 2016 : « les attentes des consommateurs en matière de livraison »
Étude menée par l'ifop pour le groupe Star's Service



FRÉQUENCE D'ACHAT SUR INTERNET

95%

réalisent
des achats
sur internet



LA LIVRAISON À DOMICILE LE CRITÈRE CLÉ LORS D'UN CYBERACHAT

①

CRITÈRE LE PLUS IMPORTANT

LORS DE L'ACHAT SUR INTERNET



MODE DE LIVRAISON PRÉFÉRÉ DES INTERNAUTES



LA LIVRAISON, MOYEN DE SE DÉMARQUER DE LA CONCURRENCE



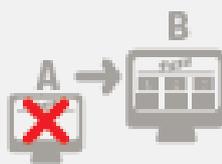
Suite à
une expérience
positive...

98%

recommandent
sur le même site



Suite à
une expérience
négative...



35%

Je change de
e-commerçant



52%

Je fais une
réclamation



28%

J'en parle
autour de moi



19%

Je privilégierais
un achat
en boutique
la prochaine fois

84%

des cyberacheteurs
sont prêt à changer
de site Internet
...



... afin de bénéficier
d'une livraison
plus adaptée
à leurs besoins

MULTIPLICATION & VISIBILITÉ DES OPTIONS DE LIVRAISON

2

LES OPTIONS DE LIVRAISON

SONT JUGÉES INSUFFISANTES

1 Internaute sur 4



Jugent que les «options de livraison» sont insuffisantes

59%

abandonnent leur commande en raison d'options de livraison insatisfaisantes



29%

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

POSITIONNEMENT

DES OPTIONS DE LIVRAISON

95%

souhaitent que les options de livraison apparaissent plus tôt dans le processus de commande



(regrettent de ne pas avoir accès aux options et modalités de livraison en page d'accueil par exemple)

LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS EN MATIÈRE DE LIVRAISON

3

80%

plébiscitent la livraison sur rendez-vous



70%

plébiscitent la livraison le jour même sur créneau horaire restreint



57%

souhaiteraient être livré le dimanche ou le soir



60%

souhaiteraient être livré dans l'heure qui suit la commande



60%

des cyberconsommateurs
seraient prêts à changer
d'e-commerçant pour pouvoir
être livré le jour de son choix
sur un créneau de 2h



69% **10€**

seraient prêt
à payer

pour un service de livraison
sur rendez-vous
(choix date et horaire
sur créneau de 1 à 2h
y compris dimanche et soir)
ou une livraison le jour même

INFORMER LE CLIENT SUR LE STATUT

DE LA LIVRAISON EST FONDAMENTAL

91%



souhaitent recevoir
des informations sur
leur commande/livraison
via sms ou mail

SERVICES INCITANT

À ACHETER D'AVANTAGE SUR INTERNET

88%



Suivi
en temps réel
de la livraison
et en être prévenu

85%



Choix
du jour
et du créneau horaire
de livraison

83%



Connaissance
de l'heure
estimée
de la livraison

**INSATISFACTION DES INTERNAUTES
LORS DE LA COMMANDE OU DE LA LIVRAISON**

4

64%



rencontrent souvent
des problèmes
lors d'un cyberachat

LES PROBLÈMES RENCONTRÉS

87%



ont trouvé
un avis de passage
alors qu'ils étaient
chez eux

91%



ne sont pas livrés
dans les conditions
annoncées
par l'e-commerçant
(retard de livraison)

94%



trouvent les
créneaux horaires
de livraison
proposés trop long
(attente du livreur chez eux)

95%



n'ont pas pu
choisir leur
jour de livraison
(jour imposé)

94%



n'ont pas pu
choisir le
créneau horaire
de livraison

93%



ne connaissaient pas
le jour de livraison
au moment
de la commande

LA GESTION DES RETOURS

5

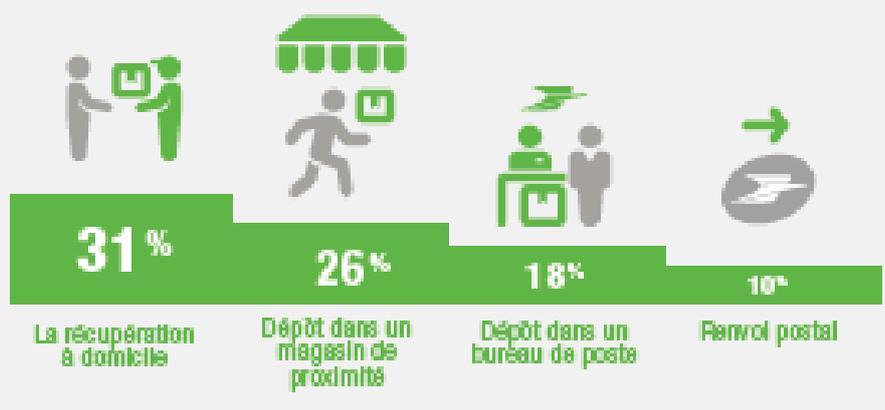
63%



estiment que
les retours sont
trop compliqués

MODE DE RETOUR

PRIVILÉGIÉ DES CONSOMMATEURS



Source : ifop / www.ifop.com

Méthodologie

Sondage réalisé par l'Institut ifop pour l'entreprise ifop. Sur une période de 1000 personnes constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de plus de 18 ans réalisé et dans les agglomérations de 500 000 habitants et plus, selon la méthode des quotas. Créé et réalisé en décembre 2015.

Contacts

André Benoit
jacob.benoit@ifop.com
01 73 74 95 02



www.ifop.com

Groupement
stratégique