

LE SHIP FROM STORE

PILIER D'UNE STRATÉGIE OMNISCANALE

LES E-CONSOMMATEURS SONT DE PLUS EN PLUS EXIGEANTS

VIS À VIS DE LA LIVRAISON DE LEURS ACHATS...



81% des français estiment que la livraison est source d'agacement

Un besoin de réduire le délai « click to possession »

88% souhaitent connaître la disponibilité immédiate d'un produit

42% sont prêts à payer jusqu'à 5€ pour être livrés le jour même et le soir



Une volonté de livraison plus flexible

2/3 placent le domicile en tête de leur souhait de livraison, idéalement entre 18H et 20H

70% de ne pas être présent lors du passage du livreur

...ET POUSSENT LES DISTRIBUTEURS À PROPOSER DES SERVICES DE LIVRAISON INNOVANTS, COMME LE SHIP-FROM-STORE. LES AVANTAGES DE CE SERVICE SONT NOMBREUX, À LA FOIS POUR LES DISTRIBUTEURS ET LES CLIENTS.



Un meilleur niveau de service client

Amélioration de la disponibilité produit en ligne en tirant profit du magasin

Amélioration de la disponibilité de références "exotiques" (ex : grandes et petites tailles) en magasin

Possibilité de proposer au client la livraison le jour J autour des magasins



Une optimisation des ressources

Utilisation des stocks magasins pour répondre aux commandes en ligne

Moins de rupture et de stocks immobilisés

Meilleure rotation des stocks

LE SHIP FROM STORE EST PLÉBISCITÉ PAR DE NOMBREUX DISTRIBUTEURS

Pour 93% des distributeurs ayant mis en place le Ship-from-Store, ce service a eu un impact positif sur leurs revenus en ligne

Le Ship-from-Store pourrait représenter entre 10 et 20% du e-commerce français d'ici 2020

Pour 88% des distributeurs ayant mis en place le Ship-from-Store, ce service a permis une amélioration du niveau de leur satisfaction client

POUR DÉPLOYER LE SHIP-FROM-STORE, IL Y A 4 PRÉ-REQUIS...

...QUI PEUVENT ÊTRE ADRESSÉS VIA LES TECHNOLOGIES DISPONIBLES ET UN PROJET DE TRANSFORMATION DES POINTS DE VENTE



Vision en temps réel sur des stocks disponibles en magasins et entrepôts

Orchestration et optimisation des commandes quel que soit le canal d'entrée et de livraison

Gestion des commandes en ligne au sein du magasin

S'assurer que les vendeurs en magasin sauront gérer les commandes e-commerce (préparation de commande, colisage, expédition...)

1 Déployer un Order Management System (OMS) orienté omnicanal

2 Mettre en place un outil de gestion des préparations et expéditions en point de vente

3 Former les conseillers de vente

Sources :

- Customer Desires Vs. Retailer Capabilities: Minding
- The Omni-Channel Commerce Gap, Forrester Research
- Etude Roland Berger
- Etude Ifop/La Poste 2015
- Etude Opinion Way/La poste 2015
- Etude Athur D Little/La Poste 2015

Pour plus d'informations, veuillez contacter

Vincent Perreau, Partner
vincent.perreau@sia-partners.com

Arnaud Aymé
arnaud.ayme@sia-partners.com