



(/membre/namizatamassonaud)

# L'innovation logistique au service des magasins



()

Les ventes sur internet ont progressé de 14 % en 2017. Cette progression menace-t-elle la survie des magasins de nos franchisés. Pourtant, le commerce électronique ne représente que 10 % des ventes. Les magasins isolés ou franchisés doivent également proposer les services mis en avant par le commerce électronique. L'ennemi des magasins est le même que celui des franchiseurs, c'est le manque d'innovation,



# L'impact du e-commerce sur notre manière de faire du shopping

Les ventes sur internet ont progressé de 14 % en 2017 avec plus de 37 millions de Français qui ont effectué un achat en ligne.

L'e-commerce fait désormais partie intégrante de notre mode de consommation et sa progression soutenue démontre son attrait, sa capacité à renforcer ses atouts et à innover avec des services toujours plus personnalisés.

Cependant, on peut se demander si cette progression ne se fait pas au détriment des magasins ou encore si le confort de l'achat en ligne ne nous éloigne pas un peu plus, chaque jour, du plaisir de toucher avant d'acheter mais aussi de créer des liens humains sans oublier de bénéficier de conseils personnalisés.

## La livraison et le retour à la carte comme levier de fidélisation

Les e-marchands l'ont compris ; ce que veut le consommateur, c'est avoir le choix et de la flexibilité.

Produits différents, tailles différentes, mais aussi et surtout services de livraison et de retour différents.

Certains e-marchands proposent même plus de 8 services différents (livraison express, sur RDV, livraison le jour même, livraison le dimanche, livraison à domicile, point relais, Click and Collect, casier de retrait, collecte à domicile, retour en relais, retour standard...) pour être assurés de répondre à l'ensemble des exigences des acheteurs. Ils font preuve d'une incroyable capacité d'adaptation et ces offres prolifiques payent, car libéré des contraintes, le e-shopper passe en caisse plus facilement et revient plus spontanément renouveler son expérience en ligne.

## Promotions et bons plans : une communication permanente sur les Réseaux Sociaux

Quoi de mieux pour fidéliser que d'être présent sur les différents canaux de communication (réseaux sociaux, SMS, mails...) mais aussi de maintenir le lien avec les acheteurs et de recueillir leurs avis ?



Cela aussi, les e-commerçants l'ont compris et s'adaptent ici encore aux envies des consommateurs : photos tendances sur Pinterest, avis clients vérifiés, SMS promotionnels, communication sur Facebook, vidéos tendances sur YouTube, pubs décalées...

L'objectif est clair : créer du lien à tout prix et rester au plus près des acheteurs afin de détecter rapidement les attentes et les envies.

## **L'accompagnement et la proximité : les atouts des magasins**

Pourtant, le commerce électronique, en réalité, ne représente que 10 % des ventes et ne risque pas de faire disparaître les magasins, pas de sitôt en tout cas.

Cette évolution est un indicateur des tendances et des attentes des consommateurs. Elle doit inciter les magasins à faire preuve de recherches et d'innovation pour faciliter l'expérience des consommateurs et mieux les fidéliser.

En effet, l'essence de l'expérience en magasin repose sur le plaisir de toucher et d'acheter, la proximité, le conseil, le contact humain, l'acquisition immédiate... Cette force indéniable pousse même les acteurs du commerce électronique à s'adapter et à ouvrir des magasins.

Cependant, pour perdurer les magasins doivent non seulement veiller à exceller dans ces points forts de différenciation, mais ils doivent également proposer les services mis en avant par les acteurs du commerce électronique, afin de renforcer leur avance.

L'ennemi des magasins, c'est le manque d'innovation, c'est le désir de faire vivre l'ancien monde, celui d'un shopping qui ne prend pas en compte le besoin de mobilité des consommateurs, leurs exigences, les attentes concernant les services personnalisés.

En somme, le commerce électronique n'est une menace que pour ceux qui refusent de s'adapter. Pour les autres, au contraire, c'est une opportunité !

[# prêt à porter \(/recherche?terms=%20pr%C3%AAt%20%C3%A0%20porter\)](#)

[# beauté \(/recherche?terms=beaut%C3%A9\)](#)

[# franchise \(/recherche?terms=franchise\)](#) [# ville \(/recherche?terms=ville\)](#)

[# commerce de centre-ville \(/recherche?terms=commerce%20de%20centre-ville\)](#)

[# centres-villes \(/recherche?terms=centres-villes\)](#)



Vous devez être connecté pour pouvoir commenter

Connexion



Commenter



## Recommandations d'article

[\(/article/italie-du-19-au-21-octobre-2023-le-salon-de-la-franchise-renaît-a-milan\)](/article/italie-du-19-au-21-octobre-2023-le-salon-de-la-franchise-renaît-a-milan)

(membre/jeansamper)

Article

**Italie : Du 19 au 21 octobre 2023, le salon de la franchise renaît à Milan**

[\(/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise\)](/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise)

(membre/businessclub)

06 avril 2023

Article

**La transmission du savoir-faire en franchise**

[\(/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise\)](/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise)

5

[\(/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise\)](/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise)

[\(/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris\)](/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris)

(membre/jeansamper)

28 mars 2023

Document

**30454 visiteurs en mars 2023 à Franchise Expo Paris**

[\(/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris\)](/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris)

[\(/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris\)](/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris)





[\(/article/italie-du-19-au-21-octobre-2023-le-salon-de-la-franchise-renait-a-milan\)](#)



[Mentions légales](#) • [Conditions générales d'utilisation](#) • [Politique de confidentialité \(/confidentialite\)](#)

