

Étude : Uber Direct x Ipsos
88% des e-consommateurs considèrent
la livraison comme un critère d'achat important



Paris, le 19 septembre - Pour mieux comprendre les enjeux et attentes clients en matière de livraison et pour continuer à garantir la meilleure expérience de livraison client possible, Uber Direct a mené, en partenariat avec Ipsos, l'un des leader des études de marché, [une étude](#)¹ sur l'enjeu de la livraison dans la stratégie omnicommerce et l'expérience client.

Le service de livraison constitue le principal point de contact entre le site e-commerce et le client. Il y a donc une réelle corrélation entre stratégie logistique et taux de conversion. Si les e-consommateurs sont de plus en plus nombreux, ils sont également plus exigeants : rapidité, fiabilité, transparence et gestion des retours sont des paramètres fondamentaux à intégrer au parcours client afin que les sites e-commerce puissent continuer à augmenter leurs ventes et gagner des parts de marché.

L'objectif de cette étude est de mettre en exergue l'impact de la livraison sur la fidélisation des clients et les facteurs qui influencent les choix des e-consommateurs :

- **9 Français sur 10** se font livrer des achats en ligne, et près de 70% des Français se considèrent comme des e-consommateurs réguliers (effectuant au moins un achat en ligne par mois). Parmi les e-consommateurs les plus fréquents on retrouve les **35-54 ans** (40%), suivi des **18-34 ans** (37%) ;
- **La livraison est un critère d'achat essentiel pour 88% des e-consommateurs** et même pour 94% des e-consommateurs fréquents ;
- **9 e-consommateurs sur 10** ont déjà abandonné leur panier en ligne à cause d'options de livraison non satisfaisantes ;
- **Plus d'un tiers des e-consommateurs français** sont prêts à **payer plus cher** pour une livraison de qualité

L'expérience actuelle est loin d'être parfaite

De nombreux Français ne vont pas au bout de leur processus d'achat en ligne, faute d'options de livraison suffisantes :

- Temps d'attente trop long (44%), absence de livraison à domicile (20%), impossibilité de choisir un créneau de livraison précis (12%) ;
- 68% des consommateurs ont déjà changé de site pour de meilleures options de livraison

¹ Étude réalisée au cours du mois de juillet 2023 auprès de 1 100 consommateurs français

Ces frustrations sont pour certaines plus prononcées chez les jeunes consommateurs. Cependant, si 85% des e-consommateurs affirment avoir déjà rencontré un problème à la livraison, ce chiffre tend à baisser : multiplication des offres et des options de livraison, amélioration de la logistique ou meilleure gestion du dernier kilomètre et amélioration des technologies de suivi et fiabilisation de la livraison. L'ensemble de ces paramètres contribue à l'amélioration constante des taux de conversion et de rétention des clients.

L'offre d'Uber Direct aide les e-commerçants à répondre à l'ensemble des attentes des e-consommateurs : livraison éco-responsable avec des vélos classiques et électriques, possibilité pour le client de choisir un créneau de 30 minutes pour sa livraison, suivi en temps réel du livreur, fiabilisation de la livraison (par ex avec un code PIN ou une signature). En parallèle Uber Direct s'intègre facilement à l'écosystème e-commerce de tous les commerçants grâce au développement d'un réseau de partenaires pré-intégrés (POS, OMS, DMS).

Une opportunité pour les e-commerçants de se différencier en écoutant les envies des consommateurs en matière de livraison

Secteur très concurrentiel, les e-commerçants se doivent d'être à l'écoute des besoins, de manière à rester compétitifs et fidéliser leur clientèle.

Un service de livraison optimisé sur lequel le client se sent accompagné et en sécurité va déclencher davantage de processus d'achat et attirera de nouveaux consommateurs : 94% des e-consommateurs se déclarent plus enclins à commander de nouveau sur un site marchand en cas d'expérience de livraison positive et 92% annoncent être plus à même de le recommander.

- Pour les e-consommateurs fréquents :
 - 63% accordent de l'importance à se faire livrer en express
 - 49% souhaitent pouvoir être livrés le jour-même
- Concernant les autres e-consommateurs :
 - 48% souhaitent pouvoir se faire livrer en express
 - 38% aspirent à une livraison le jour-même

Quelles sont les attentes des e-consommateurs en matière de livraison ?

A l'issue de cette étude, force est de constater que les Français ont des préférences bien définies :

- 84% estiment que la fiabilité et le suivi en temps réel sont des éléments déterminants.
- 70% des e-consommateurs accordent une importance à la précision du créneau de livraison
- 57% des e-consommateurs préfèrent la livraison à domicile
- Après la livraison à domicile, la livraison en point relais (23%) et celle en casier (9%) sont les deux autres options également plébiscitées par les Français.

"L'expérience client - que ce soit le premier contact, l'achat, la livraison ou encore le SAV - est aujourd'hui au cœur de la stratégie commerciale, de par son impact sur la satisfaction et la fidélisation client. L'ambition d'Uber Direct est d'être la solution de livraison adaptée aux besoins de chaque commerçant. Nous voulons ainsi continuer à accompagner les commerçants - peu importe leur secteur et leur taille - dans leur transition vers l'omncommerce et la fidélisation de nouveaux clients. Nous avons à cœur de contribuer au développement du commerce local et faire croître la part du e-commerce en France en rendant la mise en place de nouveaux canaux de vente et de nouvelles options de livraison aussi facile et fiable que possible pour tous les commerçants" déclare **Marion Hatt, General Manager Uber Direct France.**

Voici les liens pour [le livre blanc](#) et [l'infographie](#).

À propos d'Uber Direct en France

Uber Direct est la solution de livraison à la demande et en marque blanche d'Uber qui permet de faciliter la digitalisation des commerçants de toute taille et de tout secteur d'activité dans plus de 360 agglomérations en France en proposant une livraison express en moins de 30 minutes ainsi que la livraison planifiée sur créneau.