

[Infographie] La livraison dans l'e-commerce, un pilier incontournable de la satisfaction client

La startup [deliver.ee](#), le premier service de coursiers urbains à votre service, vient de dévoiler une première infographie qui illustre une enquête menée auprès d'un panel de 400 personnes représentatif de la population française. Envie de tout savoir sur les français et la livraison e-commerce? C'est dans la suite.[\[hr\]](#)

Premier constat extrait de l'étude : le prix est un critère déterminant dans le choix du mode de livraison (pour près de 6 personnes sur 10), suivi de loin par la rapidité et la précision. La rapidité semble également jouer un rôle de plus en plus déterminant puisque les 3/4 d'entre eux souhaiteraient se faire livrer 3 à 4h après leur commande (pour une commande le jour même), un constat qui semble valider le concept de startups comme [deliver.ee](#) ou [toktoktok](#).

Le facteur coût « rapidité » semble être assimilé par tous puisque c'est plus de 50% des répondants qui déclarent être payés entre 5 et 10€ pour une livraison le jour même et qui serait même prêt à payer plus cher pour une livraison en soirée ou le weekend. Une option qui n'est toutefois pas une priorité, le coût restant le premier facteur de décision dans le choix de la livraison (près de 60% des consommateurs choisissent par exemple le point relais pour l'économie que cela dégage).

Si la livraison peut être un facteur de stress (notamment sur les horaires non respectés ou sur le passage en lui même), 72% des répondants considèrent que le commerçant est responsable en cas de problème. La livraison aurait donc un impact certain sur la qualité de la relation marque/clients puisque c'est aussi près de 55% d'entre eux qui ne recommanderont jamais sur un site

marchand après avoir eu un problème lors de la livraison.