



Le nouveau paquet de prestations pour le commerce en ligne

Dieter Bambauer, responsable PostLogistics
Conférence de presse
Berne, 10 juin 2013

LA POSTE 

Marché et évolution du marché

Vente à distance / E-commerce

Vente à distance

Vente par correspondance



Publipostages

Catalogues

E-Commerce



Vente en ligne

Commerce mobile

Commerce social

Téléachat



TV

Vente directe



Porte à porte

Salons

Comportement des consommateurs

Déplacement vers la vente à distance / l'e-commerce

Volume du marché de vente à distance et de vente en ligne en 2012: CHF 5,7 milliards (6% du volume du commerce de détail)

Croissance du commerce de détail 2008-2012: en moyenne 1,4% par an

Croissance de la vente à distance 2008-2012: en moyenne 5,1% par an (croissance en 2012 = 7,5%)

60% des commandes arrivent chez les sociétés de vente à distance via Internet ou des appareils mobiles.

Source: Association Suisse de Vente à Distance (ASVAD) 2012



Evolution du marché

Structure du marché et concurrence

- Prévisions: en 2020, **40% des produits non alimentaires** seront commercialisés via la vente à distance.
- Les **besoins des clients changent** de plus en plus.
- Le commerce international gagne en importance.
- Dans le secteur de la logistique, la vente à distance est considérée comme le **marché de croissance numéro un**.
- Les grosses sociétés de vente à distance investissent dans **leur propre logistique**.

Evolution du marché

Questions fondamentales et enjeux pour la Poste

- Comment inciter l'**expéditeur** à nous choisir? Quelles conditions doivent être remplies pour qu'il nous choisisse aussi à l'avenir?
- Comment enthousiasmer le **destinataire** pour qu'il souhaite à son tour faire de la Poste son partenaire et qu'il choisisse sa société de vente à distance en conséquence?
- Comment créer un **avantage** durable pour nos **partenaires de marché?**



Nouveaux besoins des expéditeurs et des destinataires: flexibilité accrue, solutions logistiques intégrées, maîtrise des coûts.

Avec le portefeuille de prestations YellowCube, la Poste peut s'occuper de toute la logistique des sociétés de vente à distance.



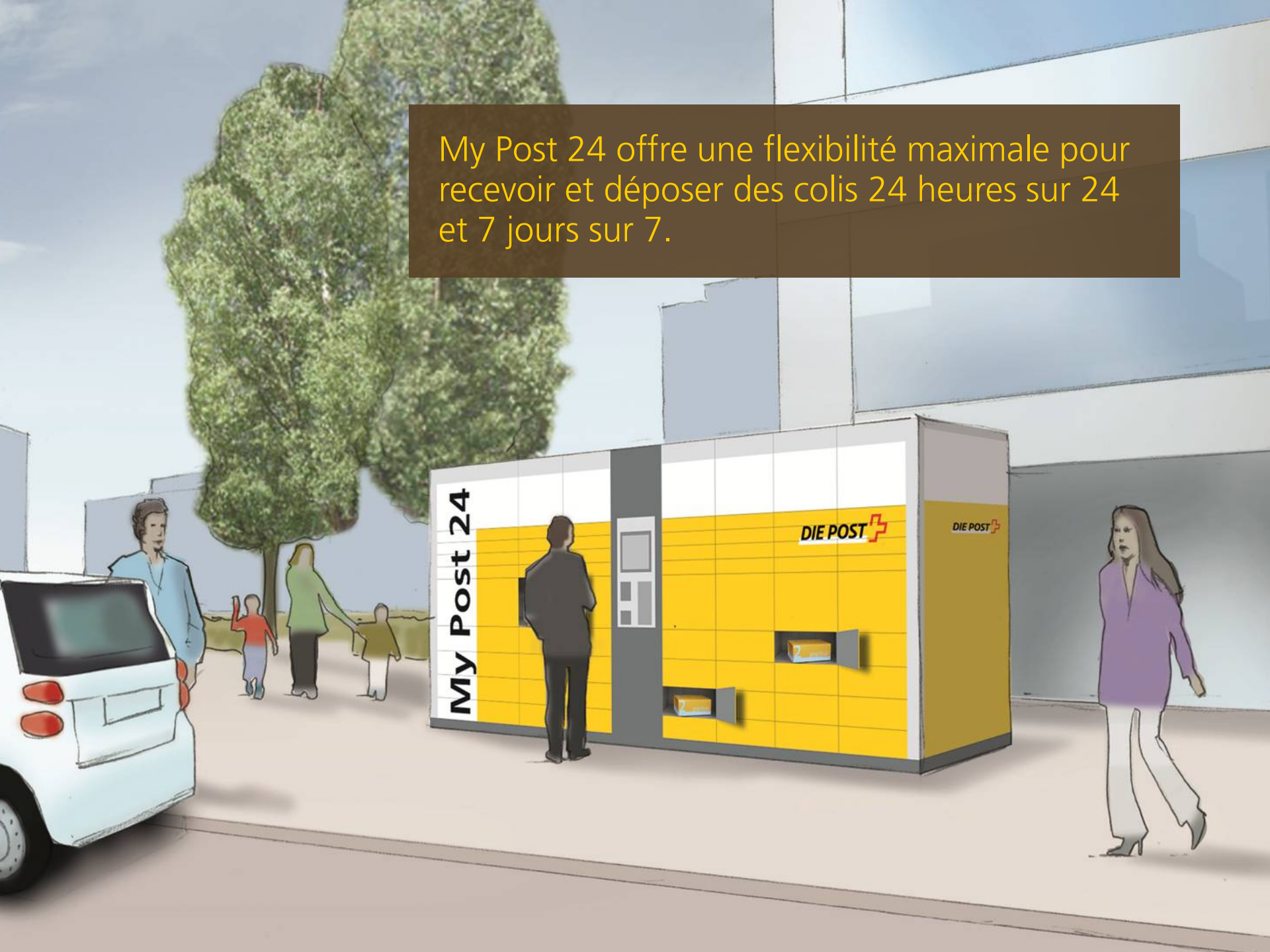


La distribution le soir et le samedi permettent aux clients e-commerce de recevoir leurs colis quand ils sont chez eux.



pick@home permet de faire prendre en charge facilement à son domicile, sur son lieu de travail, etc. les retours du commerce en ligne.

My Post 24 offre une flexibilité maximale pour recevoir et déposer des colis 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7.





Flexibilité accrue, convivialité et solutions logistiques intégrées pour l'e-commerce.

Orientation clientèle

Merci de votre attention!