

E-COMMERCE

1/12

# 6 leviers

permettant de  
booster votre  
stratégie omnicanale



DN'D

# Contexte

2/12

Dans un monde où les attentes des clients évoluent, offrir une **expérience fluide** entre tous vos canaux de vente est devenu indispensable. Découvrez les leviers essentiels pour optimiser votre stratégie omnicanale et répondre aux attentes de vos clients.



En se concentrant sur l'omnicanal, Nike a vu les ventes E-Commerce bondir à plus de 30 % de son activité globale.

*(Nike via McKinsey, 2021)*

# #1

3/12

## Assurez une expérience homogène

De l'E-Commerce à la boutique physique, proposez un **parcours cohérent**.



Pour garantir cette continuité,  
soignez **chaque détail** de votre  
parcours client :

- 👉 **Alignez vos messages** pour qu'ils soient clairs et cohérents
- 👉 **Uniformisez** vos éléments graphiques et le ton de vos communications
- 👉 **Synchronisez vos offres** sur vos canaux
- 👉 Mettez en place un **programme de fidélité omnicanal**
- 👉 Mettez à disposition la **promesse de livraison omnicanale**, à domicile ou en mise à disposition en boutique (*express ou non*)

# #2

5/12

## Optimisez la gestion de votre stock

Une gestion de stock centralisée permet :

👉 d'avoir une **vue unifiée** et en **temps réel** de vos stocks, palliant les ruptures inattendues

👉 de proposer des **options flexibles**, comme le "Click & Collect" ou la livraison en magasin

👉 de **réduire vos coûts** en optimisant les ressources et limitant les frais liés au stockage excédentaire ou aux transferts inutiles



# #3

6/12

## Exploitez vos données client

Regroupez les données issues de chaque point de contact, via la mise en place d'une **CDP** (*Customer Data Platform*). En centralisant et unifiant ces datas vous optimisez la **personnalisation** des offres sur tous les canaux et **anticipez les besoins** client, augmentant ainsi leur **fidélité**.



# #4

7/12

## Multipliez les points de contact

Offrez à vos clients la possibilité de choisir le **canal** qui leur convient (*email, réseaux sociaux, SMS, canal WhatsApp, etc.*).



Assurez-vous d'une **réactivité optimale** sur tous les canaux pour une satisfaction client accrue.

# #5

8/12

## Simplifiez le paiement

Certaines solutions de paiement flexibles vont simplifier le parcours d'achat et améliorer l'expérience omnicanale.





Proposez par exemple :

9/12

👉 **des cartes-cadeaux** valables en ligne et en boutique

👉 **des options de paiement cohérentes** entre les canaux (*“one-click payment”, reconnaissance automatique des comptes clients*) pour faciliter la transaction

👉 **des terminaux de paiement mobiles en boutique**, pour finaliser les achats directement en rayon (*réduire les files d’attente et la frustration en période de forte affluence*)

👉 **des options de paiement différé ou fractionné**, en ligne ou en boutique

# #6

10/12

## Proposez divers scénarios omnicanaux

Ils vont permettre de répondre aux besoins diversifiés de vos clients :

- 👉 le Click&Collect
- 👉 l'Order-in-Store
- 👉 le Ship-from-Store
- 👉 l'e-réservation
- 👉 la prise de rendez-vous en boutique
- 👉 la livraison en boutique
- 👉 le retour en boutique

# En résumé

11/12

Ces leviers omnicanaux sont clés pour améliorer votre **relation client** et **dynamiser vos ventes**. En les intégrant, vous renforcez l'engagement et la fidélité de vos clients.

Nos experts vous aident à tirer le meilleur de l'omnicanalité pour booster votre business.

Contactez-nous !



# En savoir plus

Les experts de Dn'D  
vous conseillent et vous  
accompagnent !

[www.dnd.fr](http://www.dnd.fr)



Dn'D