

Chapitre 5 - Le suivi des ventes et des livraisons

Sommaire :

1. Le Contrôle de la commande et son suivi	2
1.1. La réception de la commande.....	2
1.2. Le contrôle de la commande.....	2
1.3. La génération du bon de commande et de livraison	3
1.4. Le suivi de la commande (interne).....	4
2. Le Suivi de la Livraison	4
2.1. Organiser la livraison.....	4
2.2. Suivre la livraison	5

1. Le Contrôle de la commande et son suivi

Le contrôle et le suivi de la commande constituent la première ligne de défense contre les erreurs et garantissent la satisfaction initiale du client. C'est l'ensemble des opérations qui se déroulent entre la réception de la demande du client et le moment où la commande est prête à être expédiée.

1.1. La réception de la commande

Moyens pour passer une commande : Les entreprises modernes offrent une multitude de canaux pour faciliter l'acte d'achat. Cela peut inclure les **plateformes e-commerce** (sites web, applications mobiles), les **points de vente physiques** (magasins, boutiques), les commandes passées par **téléphone**, par **e-mail**, via des **formulaire papier** (bons de commande) ou même par l'intermédiaire de **réseaux sociaux** et de **chatbots**. Le choix du canal dépend souvent du secteur d'activité et de la clientèle cible.

Accusé de réception : Il s'agit d'une confirmation formelle envoyée au client, souvent par e-mail ou SMS, attestant que sa commande a bien été enregistrée. Cet accusé contient généralement un récapitulatif des articles commandés, le prix total, un numéro de commande unique et une estimation du délai de livraison. Il rassure le client et sert de preuve en cas de litige.

Délai de rétractation : Dans le cadre de la vente à distance (e-commerce, vente par téléphone), la loi (notamment le droit de la consommation) accorde au client un droit de rétractation. En France, il est de 14 jours minimum, à compter de la réception du bien, pendant lesquels le client peut annuler sa commande sans justification ni pénalité, moyennant le renvoi du produit. L'entreprise doit informer clairement le client de ce droit.

1.2. Le contrôle de la commande

Le contrôle de la commande passe par :

- **Vérification des stocks :** C'est une étape critique pour éviter les ruptures de stock ou les commandes impossibles à honorer. Le système doit confirmer la disponibilité immédiate ou prochaine des articles. Si un article est manquant, il faut informer le client, proposer un remplacement ou un remboursement, ou ajuster le délai de livraison. Une mauvaise gestion des stocks peut entraîner des annulations et une insatisfaction client.
- **Contrôle des conditions de vente :** Il s'agit de s'assurer que les prix appliqués sont corrects, que les remises ou promotions ont été correctement intégrées, que les conditions de paiement sont claires et que les informations de facturation (adresse, TVA applicable) sont exactes. Toute erreur à ce stade pourrait entraîner des problèmes de facturation et des litiges financiers.
- **Vérifier la solvabilité du client :** il faut rechercher des informations sur la capacité du client à payer en consultant les sites infogreffe.fr ou societe.com. De plus pour les anciens clients, vérifier que les créances du client dans l'échéancier et s'assurer auprès du service comptable qu'il est à jour de ses règlements des précédentes factures (une raison de stopper la commande).

1.4. Le suivi de la commande (interne)

Réalisation d'un planning : Pour garantir l'efficacité et le respect des délais, un planning de préparation est mis en place. Il peut inclure des étapes comme :

- la date à laquelle le client a passé commande ;
- la date d'envoi de l'accusé de réception ;
- la date de traitement de la commande ;
- la date de préparation de la commande ;
- la date de livraison souhaitée par le client ;
- la date d'enlèvement des colis ;
- la date de livraison effectuée par le transporteur.

	Janvier						Février		
N°	1	2	3	4	5	6	1	2	3
XXX									

Légende :

	Commande
	Traitement de la commande
	Préparation de la commande
	Récupération du colis par le transporteur
	Livraison prévue
	Reliquat suite à colis manquants

2. Le Suivi de la Livraison

Le suivi de la livraison est la dernière phase visible pour le client et un facteur déterminant de sa satisfaction. Il s'agit de s'assurer que le produit commandé parvient au bon destinataire, en bon état et dans les délais convenus.

2.1. Organiser la livraison

Respecter les CGV (Conditions Générales de Vente) : Les CGV sont le contrat entre le vendeur et l'acheteur. Elles doivent clairement énoncer toutes les modalités de livraison pour éviter toute ambiguïté.

- **Délai de livraison :** C'est la durée promise pour la livraison. Il est crucial de communiquer un délai réaliste et de le respecter. Les retards peuvent générer de la frustration et nuire à l'image de marque. En cas de retard imprévu, la communication proactive avec le client est essentielle.
- **Frais de livraison :** Les CGV doivent spécifier qui paie quoi et quand.
 - **Port payé :** Le vendeur assume les coûts du transporteur puis les facture au client.
 - **Port dû :** Le client est responsable du paiement des frais de transport directement au transporteur lors de la réception de la marchandise. Cela est moins courant pour le grand public, plus fréquent en B2B ou pour des marchandises spécifiques.

- **Franco de port** : Les frais de livraison sont offerts par le vendeur, souvent à partir d'un certain montant d'achat ou pour des promotions spéciales. C'est un levier marketing puissant.
- **Modalités de livraison** : Elles précisent où (adresse de livraison, point relais, click & collect), quand (plages horaires, sur rendez-vous) et comment (livraison standard, express, avec installation) la livraison aura lieu. Le choix du transporteur, les options d'assurance, et les procédures en cas d'absence du destinataire doivent également être détaillés.

2.2. Suivre la livraison

Suivi transporteur : Une fois la commande remise au transporteur, l'entreprise doit maintenir un contact régulier avec ce dernier. Cela implique le suivi des statuts d'expédition (prise en charge, en transit, en attente de livraison, livré) et la gestion proactive des éventuels incidents (colis perdu, endommagé, retardé). Un bon partenariat avec les transporteurs est clé.

À réception de la marchandise, le client signe le bon de livraison. S'il constate des dommages, ou manquements, il doit émettre des réserves par écrit sur le document, puis dater et confirmer ces réserves par courrier.

Traçabilité (Tracking) : C'est la capacité pour l'entreprise (et surtout pour le client) de suivre en temps réel le parcours de son colis. Grâce à un numéro de suivi unique fourni par le transporteur, le client peut consulter l'emplacement et l'état de sa commande sur une plateforme dédiée. La traçabilité réduit l'anxiété du client, diminue les appels au service client et renforce la confiance. Elle est devenue une attente standard pour la plupart des livraisons.