



Turn delivery into marketing



Romain Ogiela, CEO

Les e-commerçants vivent une injustice

On a du mal à y croire en 2018, mais la première raison pour laquelle les e-commerçants perdent des clients est hors de leur contrôle : c'est la livraison*. On a tous sa petite histoire de problème de colis qui nous a un jour rendu nerveux. Lors d'un achat en ligne, la livraison est le moment le plus anxiogène pour l'acheteur qui est le plus souvent abandonné par son vendeur une fois que le colis quitte l'entrepôt. Or pour un site de vente en ligne, un client mécontent sur une seule commande est presque toujours un client perdu.

Une nouvelle course vers plus de qualité de service

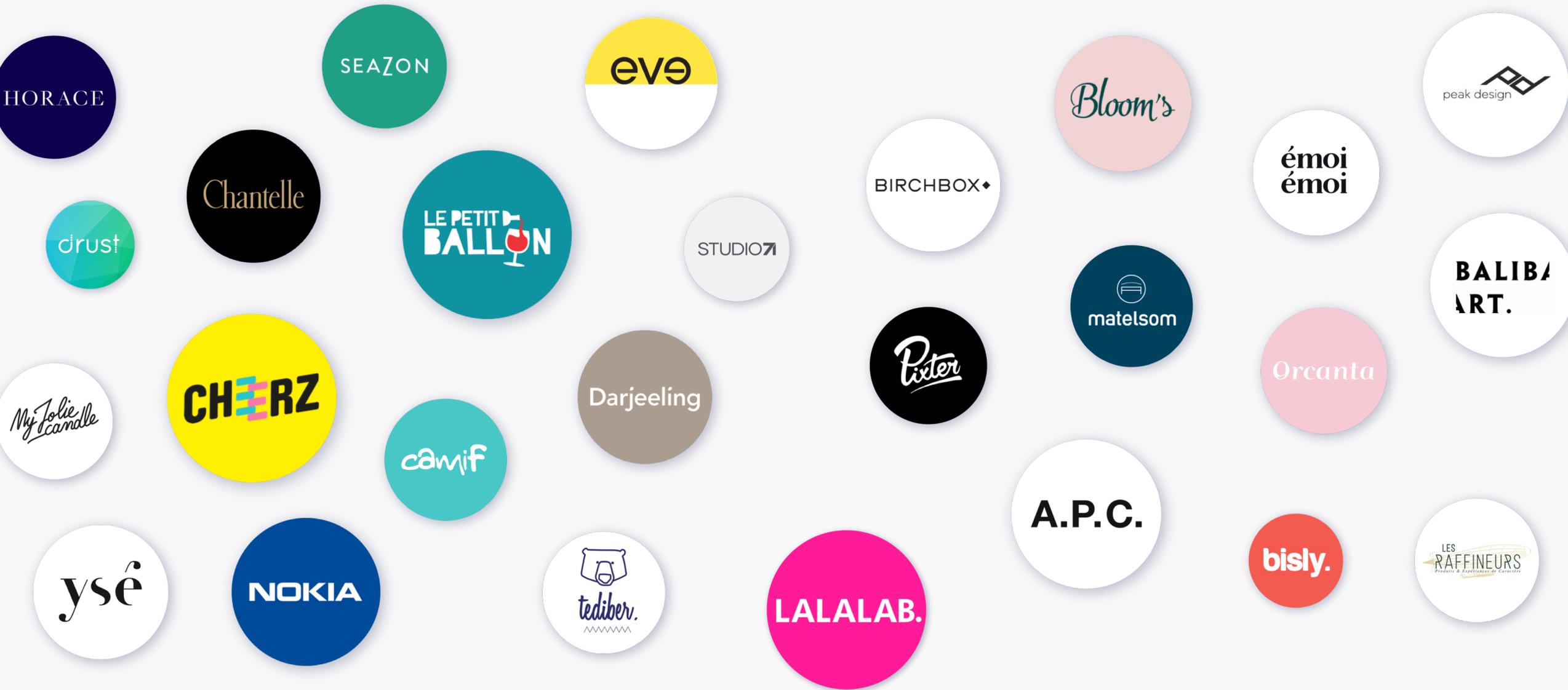
Alors que l'e-commerce continue de croître de 15% par an en Europe et en Amérique du Nord, la concurrence entre les e-commerçants, notamment avec l'écrasant Amazon, est de plus en plus féroce. Chaque nouveau client conquis coûte de plus en plus cher et il devient donc crucial de ne plus perdre un seul acheteur fidèle. Pour se démarquer, les sites de vente en ligne s'affrontent sur un nouveau champ de bataille : la qualité de service. Il ne suffit plus d'amener l'internaute à cliquer sur le bouton « Acheter », il faut désormais le suivre et le chérir avec une expérience rassurante, aux couleurs de la marque, inoubliable.

La révolution de l'expérience post-achat

Et c'est là que Shipup intervient. Toute l'expérience client qui suit l'achat en est encore à ses balbutiements dans l'e-commerce. Du suivi de colis en passant par la demande d'avis client jusqu'à l'éventuel retour du produit, il y a beaucoup à inventer et à perfectionner.

*40% des avis négatifs dans l'e-commerce sont dus à la livraison, chiffre mesuré sur un panel de 76 e-commerçants
20% des colis rencontrent un incident dans leur parcours, chiffre mesuré sur un échantillon de 1 300 000 colis en 2017

Ils nous font confiance





Turn delivery into marketing

Notre histoire

Une idée née chez Casper, à New York en 2015

Début 2015, Romain rejoint Casper à New York en tant que Data Analyst. Imité par de nombreux acteurs depuis, Casper est la première startup à vendre des matelas haut de gamme en ligne, pliés dans des boîtes en carton et expédiés par les transporteurs classiques.

L'immense succès de la société n'empêche pas le mécontentement voire la colère de nombreux clients rencontrant un problème de colis avec le transporteur. L'expérience client qui est parfaite jusqu'à la commande subit une rupture avec la livraison, décevant ainsi de nombreux acheteurs et laissant l'e-commerçant démuni malgré tous ses efforts. C'est cette difficulté universelle dans l'e-commerce qui inspire l'idée de Shipup.



Romain, en beige, dans les bureaux de Casper à New York en 2015

Découvrez les visages derrière Shipup



Quentin Maurice
CTO



former Country Manager @



Romain Ogiela
CEO



former Data Analyst @



TERENCE Delahaye
COO



former Data Analyst @



Trois co-fondateurs qui sortent d'école

Térence et Romain se sont rencontrés en 2012 sur les bancs de HEC Paris. En 2015, les deux deviennent Data Analyst à New York, le premier chez Dashlane et le second chez Casper.

A la fin de leurs études en mai 2016, ils rencontrent Quentin, jeune diplômé de Centrale Paris et le trio se lance alors dans l'aventure Shipup.

Chiffres-clés en juin 2018

18 mois

depuis le lancement

Paris

localisation

600 000

colis gérés / mois

34%

revenus internationaux

1,2m€

levés en juin 2018

31%

croissance mensuelle
moyenne

10 pays

implantation clients

8 langues

solution Shipup



Turn delivery into marketing

La solution en bref



Sommaire

- 1. Notifications**
2. Page de suivi



Les e-commerçants vivent une injustice

Les sites e-commerce font tout leur possible pour expédier des produits de bonne qualité, à temps. Et pourtant, la première raison pour laquelle ils perdent des clients est hors de leur contrôle : c'est la livraison.



Vos colis analysés en temps réel

Shipup est connecté aux systèmes de suivi des transporteurs et analyse en temps réel les données de suivi de vos colis.



16 juin 2018, 10:05 - Lille

Votre colis a subi une erreur de tri



émoi émoi



Bonne nouvelle Sophie !
Votre colis est au point
de retrait.



Suivre mon colis →

Prolongez l'expérience de marque

Vous personnalisez vos notifications avec votre identité de marque, vos propres mots, pour parler directement à votre client. Rassurez-le. Montrez que vous suivez son colis de près.



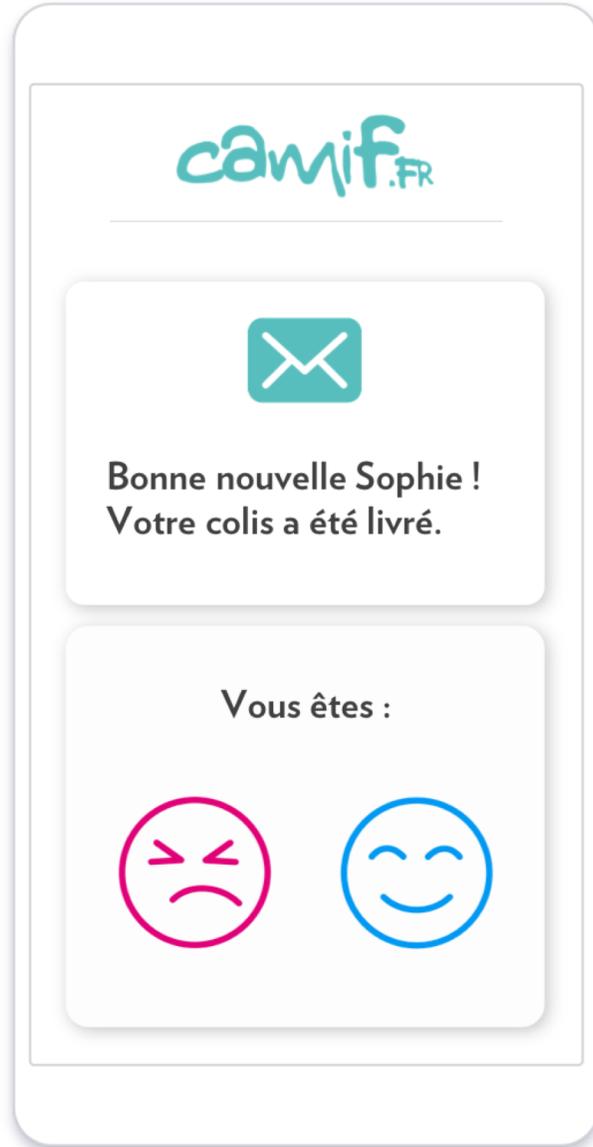
A.P.C.

Bonjour Marc,
Votre colis A.P.C. a été livré.
A bientôt sur apc.fr



Des clients complètement engagés

Nos e-mails ont un taux d'ouverture impressionnant de **65%**. Utilisez cette opportunité pour promouvoir un best-seller, la promotion du moment ou n'importe quel autre message.



Détectez les clients mécontents

La plupart des clients mécontents ne font pas l'effort de contacter votre SAV : ils passent sous le radar. Donnez-leur la possibilité de s'exprimer simplement et recevez une alerte pour chaque avis négatif.



Boosez votre satisfaction client

Shipup augmente votre satisfaction client, mesurée par le NPS. Nous avons prouvé cet impact dans de très grands AB tests sur plus de **300 000** acheteurs en ligne.





Divisez votre support client

Vos clients vous demandent sans cesse : « Où est mon colis ? ». Avec Shipup, ils sont rassurés automatiquement avant même de s'inquiéter. Le volume de tickets liés à la livraison chute de 40%.



Boostez votre taux de réachat

Avec shipup : 1) les acheteurs sont plus satisfaits
2) vous les exposez à des messages marketing
durant la livraison. Ces deux effets augmentent
votre taux de réachat. Résultats prouvés.





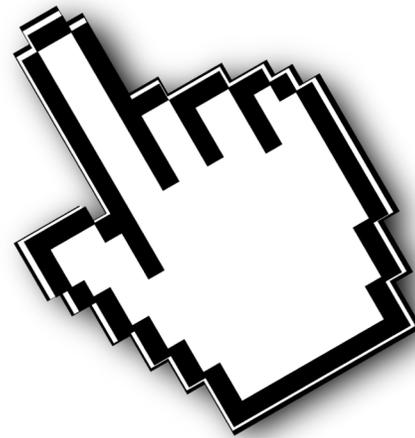
Sommaire

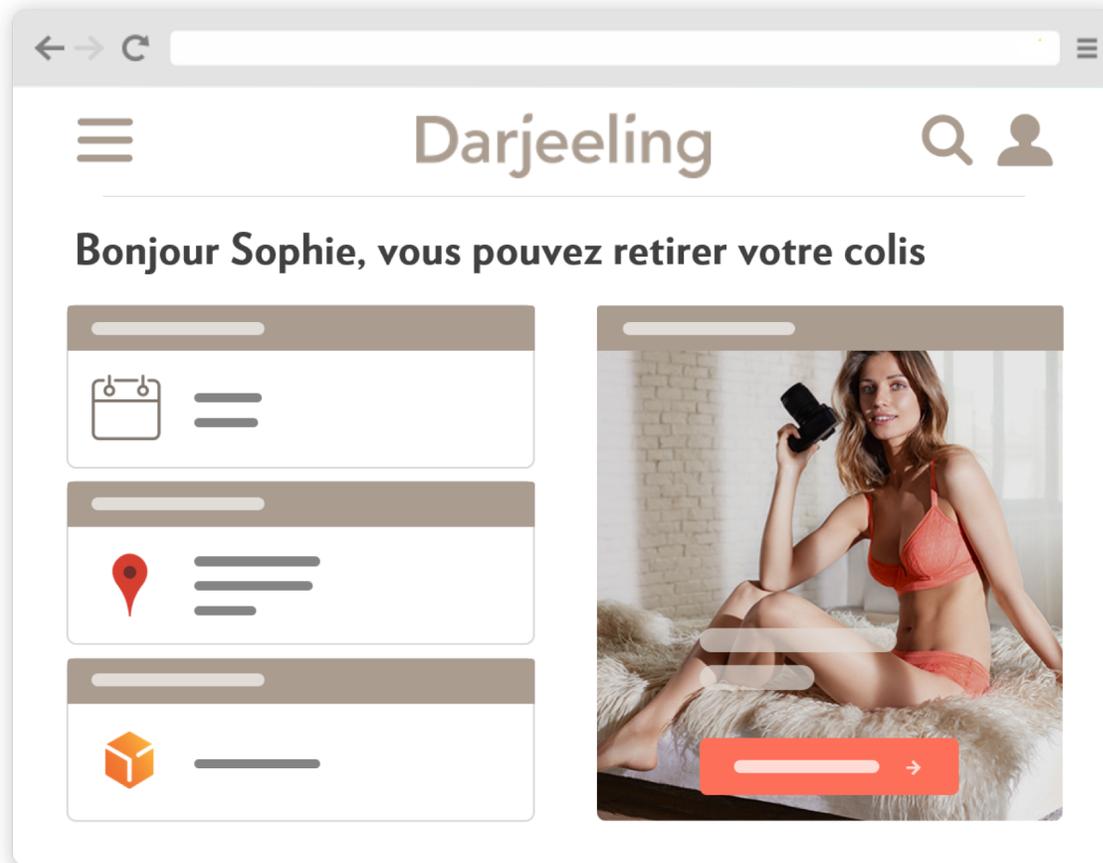
1. Notifications
2. **Page de suivi**



Du trafic et des clics sur votre site

Chaque page de suivi est consultée en moyenne 2,5 fois. C'est autant de visiteurs qualifiés (vos propres clients attendant leur colis) qui échappent à votre site internet.





Une page de suivi à vos couleurs

Avec Shipup, vous redirigez ce trafic vers votre propre site internet pour générer du réachat et garder vos clients dans l'univers de votre marque.

Shipup vous intéresse ?

N'hésitez pas à contacter Romain Ogiela, notre CEO : romain@shipup.co



@goshipup



@goshipup