

Cours : faciliter et sécuriser la relation commerciale

Un panier abandonné, un paiement refusé, une clause illégale ou un colis en retard coûtent des ventes. Ce cours apprend à mesurer les abandons de panier, à choisir et sécuriser les paiements, à rédiger des CGV conformes, à organiser la livraison et à traiter une réclamation. Il prépare à l'[étude de cas 9](#).

L'entreprise des exemples : ConseilOr

Comme dans les études de cas, les exemples se passent chez ConseilOr (entreprise fictive), qui accompagne les entreprises dans leur stratégie de digitalisation et de vente omnicanale. Ce cours suit sa boutique en ligne d'équipements pour le télétravail et la relation client à distance (casques-micros, webcams, éclairages, cabines acoustiques), vendus aux entreprises et aux particuliers, et son centre de relation client (CRC). Tous les chiffres sont fictifs.

Point d'actualité 2026 : paiement, rétractation et litiges

- **Rétractation en ligne** : depuis le 19 juin 2026, un site qui vend à des consommateurs propose, pendant tout le délai, une fonction gratuite « renoncer au contrat ici », puis « confirmer la rétractation ». Elle vaut pour tout contrat conclu en ligne qui ouvre droit à rétractation, vente de biens comprise, et pas seulement pour les services financiers.
- **Paiement fractionné** : à partir du 20 novembre 2026, les crédits remboursés en trois mois au plus, comme le paiement en plusieurs fois, entrent dans les règles protectrices du crédit à la consommation.
- **Virement** : depuis le 9 octobre 2025, la vérification du bénéficiaire contrôle que son nom correspond à l'IBAN, contre la fraude au faux RIB.
- **Litiges** : la plateforme européenne de règlement en ligne des litiges a fermé le 20 juillet 2025 ; les CGV n'ont plus à la citer.

Sources : [Bpifrance Création – droit de rétractation en ligne \(2026\)](#) ; [EUR-Lex – directive \(UE\) 2023/2673, article 11 bis et considérant 37 \(2023\)](#) ; [INC – mini-crédits et paiements fractionnés \(2025\)](#) ; [Banque de France – le virement SEPA instantané \(consultée en 2026\)](#) ; [economie.gouv.fr – achats en ligne et litiges \(2025\)](#) ; [EUR-Lex – règlement \(UE\) 2024/3228 supprimant la plateforme \(2024\)](#)

Le tunnel de commande et les abandons de panier

Le tunnel de commande va du panier à la confirmation : panier, identification, livraison, paiement. On mesure les abandons étape par étape pour savoir où agir.

- **Taux d'abandon global** = $(\text{paniers créés} - \text{commandes}) \div \text{paniers créés} \times 100$.
- **Taux d'abandon d'une étape** = $(\text{arrivés à l'étape} - \text{arrivés à l'étape suivante}) \div \text{arrivés à l'étape} \times 100$; 100 - ce taux donne le taux de passage.
- **Clients perdus à une étape** = $\text{arrivés à l'étape} - \text{arrivés à l'étape suivante}$.

Les taux des étapes ne s'additionnent pas : chacun porte sur un effectif différent. L'exploration de l'entonnoir de Google Analytics 4 donne ces chiffres (fiche [mesure du trafic](#)).

Source : [Google for Developers – rapports d'entonnoir de Google Analytics \(2026\)](#)

1. Relever les clients arrivés à chaque étape, jusqu'aux commandes.
2. Calculer le taux d'abandon global, puis le taux d'abandon et les clients perdus par étape.
3. Repérer le taux le plus fort et la plus grosse perte, pas toujours à la même étape.
4. Chercher la cause : parcourir le tunnel comme un client, lire les messages du service client.
5. Proposer une action par étape critique, avec son indicateur, et chiffrer le gain : $\text{commandes supplémentaires} \times \text{panier moyen}$.

Exemple : le tunnel de commande de ConseilOr en mars 2026

Paniers : 1 280 ; identification (compte obligatoire) : 960 ; livraison : 768 ; paiement (carte seulement) : 624 ; commandes : 312.

Taux d'abandon global = $(1\,280 - 312) \div 1\,280 \times 100 = 75,6\%$. Par étape : panier $320 \div 1\,280 \times 100 = 25,0\%$ (320 clients perdus) ; identification $192 \div 960 \times 100 = 20,0\%$ (192) ; livraison $144 \div 768 \times 100 = 18,8\%$ (144) ; paiement $312 \div 624 \times 100 = 50,0\%$ (312).

Le paiement a le taux le plus fort, le panier la plus grosse perte. Selon le CRC, les entreprises veulent payer sur facture. Avec 35 % d'abandon au paiement : $624 \times 65\% = 406$ commandes, soit 94 de plus et $94 \times 380\text{ € HT}$ (panier moyen) = 35 720 € HT par mois.

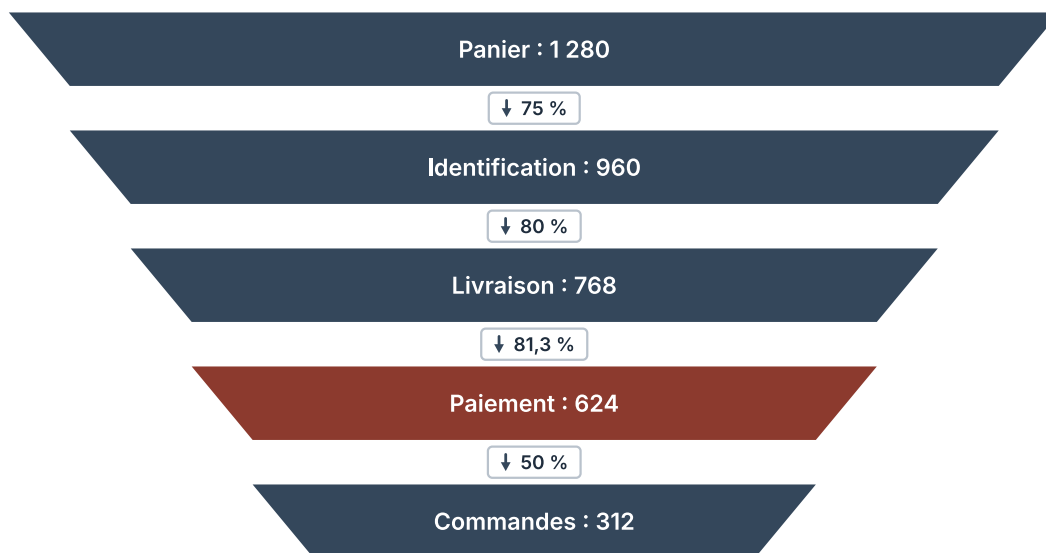


Schéma 1. Le tunnel de commande de la boutique ConseilOr en mars 2026 (exemple chiffré) : clients à chaque étape et taux de passage.

Étape	Cause relevée chez ConseilOr	Action	Indicateur
Panier	Frais de livraison des cabines connus trop tard	Frais et délais affichés dès la fiche produit	Abandon au panier
Identification	Compte obligatoire	Commande sans compte	Abandon à l'identification
Livraison	Pas de rendez-vous pour les cabines	Livraison sur rendez-vous, point relais pour les accessoires	Abandon à la livraison
Paiement	Carte seulement	Virement sur facture pour les entreprises, 3 fois dès 300 € TTC	Abandon au paiement

Relancer les paniers abandonnés

- **E-mail de relance** : pour la CNIL, c'est un message promotionnel ; il faut l'accord préalable du destinataire (case non cochée d'avance). Créer un compte ne vaut pas accord ; même règle pour un SMS (fiche [collecte et protection des données](#)).
- **Appel du CRC** : possible vers l'acheteur d'une entreprise s'il concerne son activité et que l'acheteur peut refuser simplement les appels suivants.
- **Panier conservé** et **chat** sur la page de paiement.

Sources : [CNIL – questions-réponses sur les pixels, relance de panier \(2026\)](#) ; [CNIL – prospection par e-mail et SMS \(2026\)](#) ; [CNIL – prospection par téléphone \(2026\)](#)

À l'épreuve E5

Posez chaque calcul (formule, chiffres, résultat), lisez les étapes en taux et en clients perdus, puis proposez une action par étape critique avec son indicateur.

Choisir les moyens de paiement

Sans le moyen de paiement attendu, la vente s'arrête : on en combine plusieurs selon les clients, les montants et les coûts.

Moyen	Pour le client	Pour le vendeur	Point de vigilance
Carte bancaire	Rapide et connue	Commission par paiement	Authentification forte (3-D Secure)
Portefeuille électronique	Pas de carte à saisir	Commission selon l'offre	Redirection possible hors du site
Paiement fractionné (3 ou 4 fois)	Étale une grosse dépense	Commission élevée, souvent à sa charge	Règles du crédit dès le 20 novembre 2026
Virement, dont instantané	Habituel pour les entreprises	Peu ou pas de frais	Paiement différé sur facture

Calculer le coût d'un moyen de paiement

Le prestataire facture une commission proportionnelle au montant payé (TTC), souvent une commission fixe par paiement, parfois un abonnement.

- **Coût d'un paiement** = montant payé TTC × commission proportionnelle + commission fixe.
- **Coût annuel** = montant encaissé TTC × commission proportionnelle + nombre de paiements × commission fixe + abonnement mensuel × 12.

- **Coût en %** = coût ÷ montant encaissé × 100.

Si le dossier ne donne qu'un chiffre d'affaires et un nombre de commandes, on les utilise à la place du montant encaissé et du nombre de paiements, en écrivant si ce chiffre d'affaires est HT ou TTC. On compare aussi l'économie de commission à la marge (chiffre d'affaires HT × taux de marque) des ventes gagnées ou perdues.

Moyen	Commission	Paiements et montant TTC	Coût annuel
Carte (paiement intégré au site)	1,2 % + 0,20 €	1 800 paiements, 756 000 €	9 432 €
Portefeuille électronique	2,4 % + 0,30 €	500 paiements, 150 000 €	3 750 €
Paiement en 3 fois (dès 300 € TTC)	3,2 %	200 paiements, 234 000 €	7 488 €
Total		2 500 paiements, 1 140 000 €	20 670 €

Exemple : le coût des paiements en ligne de ConseilOr (prévision 2026)

Carte : $756\,000 \times 1,2\% + 1\,800 \times 0,20 = 9\,072 + 360 = 9\,432$ € ; portefeuille : $150\,000 \times 2,4\% + 500 \times 0,30 = 3\,750$ € ; paiement en 3 fois : $234\,000 \times 3,2\% = 7\,488$ €. Total : 20 670 €, soit 1,8 % des 1 140 000 € TTC encaissés, virements sur facture non compris.

Par carte, un paiement de 456 € TTC coûte $456 \times 1,2\% + 0,20 = 5,67$ € (1,2 %), un paiement de 30 € TTC 0,56 € (1,9 %) : la commission fixe pèse sur les petits paniers.

Une page de paiement externe à 1,0 % économiserait $756\,000 \times 0,2\% = 1\,512$ € ; si elle faisait perdre 18 commandes (1 %) de 350 € HT à 35 % de taux de marque, la marge perdue serait de $18 \times 350 \times 35\% = 2\,205$ €, plus que l'économie.

Sécuriser le paiement

- **Authentification forte** (directive européenne DSP2) : le client valide avec deux éléments de catégories différentes, ce qu'il sait (code), possède (téléphone) ou est (empreinte) ; pour la carte, par 3-D Secure, par exemple dans l'application de sa banque.
- **Exemptions**, accordées par la banque du client : petits montants (moins de 30 €), paiements récurrents, bénéficiaires de confiance, opérations peu risquées.
- **Données de carte** : saisies chez le prestataire, soumis à la norme PCI DSS ; le cryptogramme ne se conserve jamais ; garder la carte pour les achats suivants exige l'accord du client (case non cochée d'avance).
- **Fraude** : le titulaire peut contester pendant 13 mois un paiement non autorisé ; sa banque le rembourse aussitôt et le vendeur risque une rétrofacturation. Avant d'expédier, on vérifie toute commande inhabituelle (gros montant, autre adresse de livraison, plusieurs cartes essayées).

Sources : [INC – tout savoir sur l'authentification forte \(2024\)](#) ; [CNIL – le paiement à distance par carte bancaire \(2018\)](#) ; [PCI Security Standards Council – PCI DSS \(2026\)](#) ; [INC – contester un paiement par carte \(2024\)](#)

En 2024, la fraude a atteint 155 € pour 100 000 € de paiements par carte sur internet, contre 53 € pour l'ensemble des paiements par carte ; sur internet, les paiements sans 3-D Secure sont les plus exposés.

Sources : [Banque de France – rapport 2024 de l'Observatoire de la sécurité des moyens de paiement \(2025\)](#) ; [Banque de France – même rapport, version anglaise \(2025\)](#)

Sur la page de paiement, le client cherche trois repères : la sécurité (https, cadenas, logos, paiement sécurisé), la clarté du prix (récapitulatif TTC et frais) et l'après-vente (délai, retours, contact) ; voir la fiche [web marketing et e-commerce](#).

Des conditions générales de vente conformes

Les conditions générales de vente (CGV) fixent les règles de la vente ; leur contenu dépend du client, particulier (B to C) ou entreprise (B to B). Une clause qui retire au client un droit prévu par la loi n'est pas conforme (fiche [droit de la consommation et du web](#)).

Vendre à un particulier

Avant la commande, le site indique : identité et coordonnées du vendeur, caractéristiques des produits, prix TTC et frais de livraison (des frais non annoncés ne peuvent pas être réclamés), délai de livraison, modalités de paiement, droit de rétractation et formulaire type, garanties légales, coordonnées du médiateur. Le client valide par un bouton explicite (« commande avec obligation de paiement »), puis le vendeur confirme par e-mail.

Sources : [Service-public.fr – informations avant la commande \(2025\)](#) ; [economie.gouv.fr – livraison : vos droits \(2025\)](#)

Rétractation, garanties et médiation

- **Délai** : 14 jours au moins, à partir du lendemain de la réception, reporté au premier jour ouvrable s'il finit un samedi, un dimanche ou un jour férié ; prolongé de 12 mois si le client n'a pas été informé.
- **Exercice** : formulaire type, déclaration écrite claire ou fonction « renoncer au contrat ici » (le client désigne la commande, confirme, puis reçoit un accusé de réception daté). Le vendeur ne peut pas imposer de lettre recommandée ; renvoyer le colis sans rien dire ne suffit pas.
- **Remboursement** : le client renvoie le bien sous 14 jours après sa décision (à ses frais s'il en a été informé) ; le vendeur rembourse toutes les sommes versées, livraison standard comprise, au plus tard 14 jours après avoir été informé, par le même moyen de paiement (un bon d'achat exige l'accord exprès du client), et peut attendre le bien ou la preuve de son envoi.
- **Exceptions**, à annoncer avant la commande, notamment : bien sur mesure ou personnalisé, bien descellé non renvoyable pour des raisons d'hygiène, bien vite périssable.

Sources : [Service-public.fr – délai de rétractation \(2026\)](#) ; [Bpifrance Création – droit de rétractation en ligne \(2026\)](#)

Exemple : une rétractation chez ConseilOr

Un particulier reçoit le mardi 6 octobre 2026 un casque-micro à 149 € TTC, livraison standard 5,90 €. Dernier jour pour se rétracter : $6 + 14 =$ mardi 20 octobre. Il se rétracte en ligne le vendredi 9 : il renvoie le casque au plus tard le 23, et ConseilOr doit le rembourser de $149 + 5,90 = 154,90$ € sur sa carte au plus tard le 23, mais peut attendre le casque ou la preuve de son envoi. Après une livraison express, seule la livraison standard serait remboursée ; un casque gravé à son nom ne serait pas repris.

- **Garantie légale de conformité** : 2 ans, due par le vendeur, qui ne peut pas renvoyer le client vers le fabricant ; un défaut apparu dans les 24 mois est présumé exister à la livraison ; réparation ou remplacement gratuits sous 30 jours, sinon réduction du prix ou remboursement. S'y ajoute la garantie des vices cachés (2 ans après la découverte du défaut).
- **Médiation** : coordonnées du médiateur de la consommation sur le site, dans les CGV ou les bons de commande ; saisine gratuite, après une réclamation écrite, dans l'année qui suit.
- **Avis** : le site dit si et comment il vérifie qu'ils viennent de vrais clients.

Sources : [Service-public.fr – garantie légale de conformité \(2026\)](#) ; [Service-public.fr – vices cachés \(2025\)](#) ; [economie.gouv.fr – médiation de la consommation \(consultée en 2026\)](#) ; [DGCCRF – avis en ligne \(2024\)](#)

Vendre à une entreprise

- **CGV** communiquées à tout acheteur professionnel qui les demande : barème des prix, réductions, conditions de règlement.
- **Délai de paiement** : sans accord, 30 jours après la réception ; au plus, 60 jours après la date de la facture ou 45 jours fin de mois (fiche [gestion commerciale](#)).
- **Retard** : pénalités dès le lendemain de l'échéance, au taux des CGV (au moins trois fois le taux d'intérêt légal ; à défaut, taux de la BCE + 10 points, soit 12,40 % au second semestre 2026), et indemnité forfaitaire de 40 € par facture.
- **Pas de protection du consommateur** : pour un achat en ligne, une entreprise, même petite, n'a ni droit de rétractation, ni garantie légale de conformité, ni médiateur de la consommation.

Sources : [Bpifrance Création – les CGV \(2026\)](#) ; [Entreprendre.Service-Public – délais de paiement et pénalités \(2026\)](#) ; [DGCCRF – les petits professionnels \(2025\)](#)

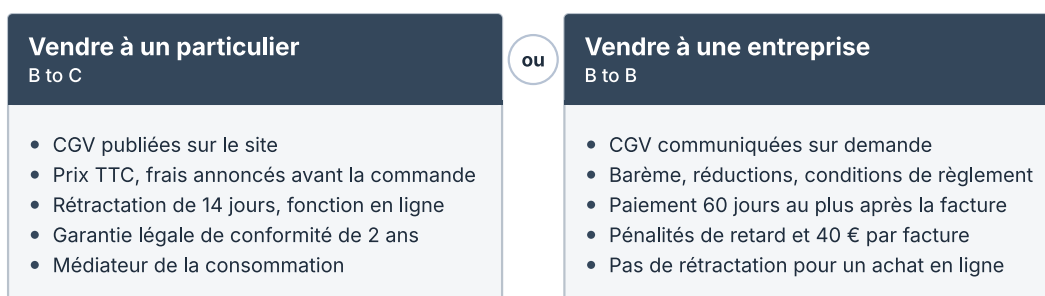


Schéma 2. Les règles de vente changent selon le client : particulier (B to C) ou entreprise (B to B).

Exemple : la facture d'une entreprise cliente

Facture du lundi 5 octobre 2026 pour 20 casques-micros, payable à 30 jours : échéance le mercredi 4 novembre. Régulée le 20, elle entraîne des pénalités dès le 5 et 40 € d'indemnité. Un délai de 90 jours serait illégal : 60 jours au plus, soit le vendredi 4 décembre.

Contrôler les CGV et le site

1. Repérer le client visé par chaque clause : particulier, entreprise ou les deux.
2. Comparer chaque clause à la règle : prix, paiement, livraison, rétractation, garanties, litiges.
3. Noter pour chaque écart la non-conformité, la règle et une rédaction corrigée.
4. Chercher ce qui manque : médiateur, formulaire type, fonction de rétractation, pénalités.

Élément du site	Ce que l'on vérifie
Mentions légales	Identité, coordonnées, immatriculation, TVA, hébergeur
CGV	Accessibles et acceptées avant la commande
Rétractation	Formulaire type, fonction « renoncer au contrat ici »
Prix	TTC, frais annoncés, prix barré = plus bas des 30 jours précédents (cours 6)
Avis	Mode de vérification indiqué
Données et cookies	Politique de confidentialité, accord avant les cookies publicitaires, refus aussi simple que l'acceptation
Accessibilité	Obligatoire, sauf entreprise de moins de 10 personnes et 2 M€ de chiffre d'affaires ou de bilan au plus

Sources : [Bercy Infos Entreprises – mentions obligatoires d'un site \(2025\)](#) ; [DGCCRF – annonces de réduction de prix \(2026\)](#) ; [DGCCRF – directive « Accessibilité » \(2025\)](#) ; [CNIL – questions-réponses sur les cookies \(2026\)](#)

À l'épreuve E5

Présentez les clauses dans un tableau : clause, non-conformité, règle (délai et point de départ), rédaction corrigée. Précisez si la règle vaut pour les particuliers, pour les entreprises ou pour les deux.

Livrer et gérer les retours

Un délai tenu et un colis suivi font revenir le client. Avec un particulier :

- **Délai** : celui annoncé ; sans date annoncée, 30 jours au plus après la commande.
- **Retard** : le client fixe par écrit un nouveau délai raisonnable ; s'il n'est pas tenu, il annule et est remboursé dans les 14 jours (dès le premier retard si la date était essentielle).
- **Risques** : le vendeur répond du colis jusqu'à sa remise au client et doit prouver la livraison ; le client ne s'adresse pas au transporteur, sauf s'il en a choisi un autre que ceux proposés : le risque peut alors lui revenir dès la remise du colis à ce transporteur.

Sources : [economie.gouv.fr – achats en ligne et litiges \(2025\)](#) ; [INC – colis perdu : qui est responsable ? \(2026\)](#)

Côté organisation : plusieurs modes (domicile, point relais, rendez-vous pour les produits lourds), délai et prix annoncés dès la fiche produit, emballage soigné, numéro de suivi, politique de retour claire.

Exemple : une cabine acoustique en retard

Une cabine commandée par un particulier le jeudi 1er octobre 2026, « livrée sous 15 jours », devait arriver le 16. Le 19, il écrit ; le CRC l'appelle aussitôt : excuses, date ferme sur rendez-vous, lien de suivi. Sans cette réponse, le client pourrait fixer un dernier délai, puis annuler.

Traiter une réclamation

Bien traitée, une réclamation garde le client ; sinon, elle finit en avis négatif ou chez le médiateur.

1. Accuser réception le jour même, par le canal du client.
2. Écouter, reformuler, vérifier : commande, photos, suivi du colis.
3. Proposer une solution conforme au droit (remplacement ou réparation sous 30 jours, réexpédition, remboursement), plus un geste commercial si la gêne est réelle.
4. Confirmer par écrit la solution, sa date et un contact direct.
5. Suivre jusqu'à la clôture dans le CRM (SuiteCRM chez ConseilOr).
6. Compter les réclamations par motif et corriger la cause.



Schéma 3. Les six étapes du traitement d'une réclamation.

Rédiger la réponse

Cinq temps : remercier et accuser réception, reconnaître le problème et s'excuser, proposer une solution datée, ajouter si besoin un geste commercial, remercier ; signer d'un nom et d'un contact direct, sans rejeter la faute sur le transporteur ou le fabricant (fiche [écrits digitaux](#)).

Exemple : la réponse à une cliente dont la webcam ne s'allume plus

« Bonjour Madame Garnier, merci de nous avoir prévenus, et toutes nos excuses pour cette webcam en panne. La garantie légale de conformité la couvre : une webcam neuve part demain, avec une étiquette prépayée pour renvoyer l'ancienne et, pour la gêne, un support de fixation offert. Je reste votre interlocutrice. Merci de votre confiance. Inès, service client ConseilOr »

Organiser et mesurer le service client

- **Canaux tenus** : chez ConseilOr, téléphone, chat, e-mail et une FAQ, avec horaires et délai de réponse affichés.
- **Téléphone** : numéro non surtaxé pour le suivi du contrat et les réclamations.
- **Chatbot** : depuis le 2 août 2026, il indique clairement qu'il n'est pas une personne ; une réclamation passe à un conseiller.

Sources : [DGCCRF – numéro de service client non surtaxé \(2024\)](#) ; [Commission européenne – une IA plus transparente \(2026\)](#)

Indicateur	Formule	ConseilOr, juillet à septembre 2026
Taux de réclamation	$\text{réclamations} \div \text{commandes} \times 100$	$44 \div 880 \times 100 = 5,0 \%$
Part d'un motif	$\text{réclamations du motif} \div \text{réclamations} \times 100$	Livraison : $22 \div 44 \times 100 = 50,0 \%$
Résolution au premier contact	$\text{réclamations résolues au premier contact} \div \text{réclamations} \times 100$	$30 \div 44 \times 100 = 68,2 \%$
Délai moyen de première réponse	$\text{somme des délais} \div \text{réclamations}$	$(30 \times 4 \text{ h} + 14 \times 18 \text{ h}) \div 44 = 8,5 \text{ h}$

La livraison concentre la moitié des réclamations : on agit d'abord sur elle.

À l'épreuve E5

En E5B (40 minutes sur poste, sans préparation, sans question de l'examineur : seul compte ce qui est produit sur le site), un sujet PrestaShop peut demander ces réglages : commande sans compte, transporteur, page de CGV, message prédéfini pour un retard ([tutoriel PrestaShop](#)).

L'essentiel à retenir

- Taux d'abandon d'une étape = $(\text{arrivés à l'étape} - \text{arrivés à l'étape suivante}) \div \text{arrivés à l'étape} \times 100$; on lit les étapes en taux et en clients perdus, sans additionner les taux.
- Coût d'un paiement = $\text{montant payé TTC} \times \text{commission proportionnelle} + \text{commission fixe}$; un moyen de paiement se juge à son coût et aux ventes qu'il fait gagner ou perdre.
- Particuliers : prix TTC, rétractation de 14 jours, garantie de 2 ans, médiateur ; entreprises : 60 jours au plus après la facture, pénalités et 40 € par facture.
- Le vendeur répond du colis jusqu'à sa remise ; une réclamation reçoit vite une réponse écrite et datée, puis se mesure (réclamations, résolution au premier contact, délai).

Pour aller plus loin :

[economie.gouv.fr – vente à distance : le droit de rétractation \(2026\)](#)

[Service-public.fr – garantie légale de conformité \(2026\)](#)

[Entreprendre.Service-Public – délais de paiement et pénalités de retard \(2026\)](#)

[Banque de France – rapport 2024 de l'Observatoire de la sécurité des moyens de paiement \(2025\)](#)