

Faciliter et sécuriser la relation commerciale

BLOC 2

Développer la relation client en e-commerce

Faciliter et sécuriser la relation commerciale

[QCM](#)

[Pdf](#)

Titulaire d'un BTS NDRC, vous venez de rejoindre « Maison Lavandin », entreprise familiale de Valensole (Alpes-de-Haute-Provence) qui fabrique et vend des cosmétiques et des produits d'épicerie fine à base de lavande.

L'entreprise emploie 8 personnes. Elle vend dans sa boutique de Valensole, auprès d'une trentaine de revendeurs (boutiques, gîtes, hôtels) et sur son site de e-commerce, ouvert en 2021 sous PrestaShop, qui a réalisé 480 000 € de chiffre d'affaires l'an dernier (10 430 commandes).

La dirigeante, Madame Roux, vous confie le développement de la relation client en e-commerce.

Les clients abandonnent trop souvent leur panier et le service client reçoit des réclamations sur la livraison. Madame Roux vous demande de rendre le parcours d'achat plus simple, plus sûr et conforme à la réglementation.

Première mission : fluidifier le tunnel de commande

Document 1 : parcours de commande actuel et abandons mesurés (Google Analytics 4, 12 derniers mois)

Étape	Ce que fait le client	Visiteurs arrivés à l'étape	Abandon à l'étape
1. Panier	Vérifie ses articles ; les frais de port ne sont pas encore affichés	37 250	18 %
2. Compte	Doit créer un compte (mot de passe, confirmation par e-mail)	30 545	31 %
3. Adresses	Saisit adresse de livraison et de facturation	21 076	12 %
4. Livraison	Choisit Colissimo domicile (6,90 €) ou retrait boutique	18 547	19 %
5. Paiement	Carte bancaire uniquement ; redirection vers la page de la banque	15 023	31 %
Commande validée		10 430	—

Question 1 :

Vous calculez le taux d'abandon global du tunnel (visiteurs ayant un panier qui ne commandent pas) et vous repérez les deux étapes qui perdent le plus de clients.

Question 2 :

Pour chaque étape, vous proposez une amélioration précise (commande sans compte, frais annoncés dès le panier, moyens de paiement, etc.) et vous précisez l'indicateur qui permettra d'en mesurer l'effet.

Étape	Cause probable de l'abandon	Amélioration proposée	Indicateur de suivi
Panier			
Compte			
Adresses			
Livraison			
Paieement			

Documents à consulter :

[FEVAD - chiffres et bonnes pratiques du e-commerce](#)

[Nielsen Norman Group - ergonomie des parcours d'achat](#)

Deuxième mission : choisir et sécuriser les moyens de paiement

Document 2 : offres des prestataires de paiement consultées

Solution	Moyens proposés	Commission par transaction	Points forts	Points de vigilance
Prestataire A (paiement par carte intégré)	CB, Apple Pay, Google Pay	1,5 % + 0,25 €	Paiement sans quitter le site, 3-D Secure inclus	Mise en place technique
Prestataire B (portefeuille en ligne)	Compte client du prestataire, CB	2,9 % + 0,35 €	Très connu des acheteurs, protection acheteur	Commission élevée, redirection
Paieement en 3 fois	Carte, étalement sur 3 mois	3,8 % (à la charge du marchand)	Panier moyen plus élevé	Coût, à réserver aux paniers importants
Virement bancaire	Virement	0 €	Aucun coût	Paiement différé, commandes en attente

Rappels : depuis la directive européenne sur les services de paiement (DSP2), l'authentification forte du client (3-D Secure : code envoyé par la banque ou validation dans l'application) est obligatoire pour la plupart des paiements en ligne ; les données de carte ne doivent jamais être stockées par le site mais par un prestataire certifié (norme PCI DSS) ; le site doit être en HTTPS.

Question 3 :

Vous calculez le coût annuel des commissions pour le prestataire A et pour le prestataire B sur la base de 480 000 € de chiffre d'affaires et 10 430 commandes, puis vous recommandez une combinaison de moyens de paiement en la justifiant.

Prestataire	Commission proportionnelle	Commission fixe	Coût annuel
A			
B			

Question 4 :

Vous listez les éléments de sécurité et de réassurance que le client doit voir sur la page de paiement (cadenas, logos, mentions, délais, contact).

Documents à consulter :

[Banque de France - paiements : la DSP2 et l'authentification forte](#)

[CNIL - la carte bancaire dans la vente à distance](#)

Troisième mission : mettre le site en conformité

Document 3 : extraits des conditions générales de vente actuellement en ligne

Art. 3 – Prix : les prix sont indiqués en euros hors taxes. Les frais de livraison sont communiqués au moment du paiement.

Art. 5 – Livraison : les commandes sont expédiées sous 48 h. Maison Lavandin ne peut être tenue responsable des retards ou pertes du transporteur.

Art. 6 – Rétractation : compte tenu de la nature des produits, aucun retour ni remboursement ne sera accepté après expédition.

Art. 7 – Garantie : les produits sont garantis 6 mois contre tout défaut de fabrication.

Art. 9 – Litiges : en cas de désaccord, le client s'adresse au service client de Maison Lavandin ; aucun autre recours n'est prévu.

Avis clients : « Tous nos avis sont authentiques » (aucune indication sur leur collecte).

Question 5 :

Vous relevez les clauses non conformes au droit de la consommation et vous indiquez, pour chacune, la règle applicable et la rédaction à retenir.

Clause	Non-conformité	Règle applicable	Rédaction corrigée

Question 6 :

Vous établissez la liste de contrôle des mentions et pages que tout site marchand doit comporter (mentions légales, CGV, données personnelles, cookies, accessibilité, prix et promotions, avis).

Documents à consulter :

[Service-public.fr - achat à distance : droit de rétractation du consommateur](#)

[economie.gouv.fr - vente à distance et droit de rétractation \(2026\)](#)

[DGCCRF - fiches pratiques \(garanties, avis en ligne, prix\)](#)

[CNIL - cookies et autres traceurs](#)

[RGAA - accessibilité numérique](#)

Quatrième mission : organiser la livraison et le service après-vente

Document 4 : réclamations reçues le mois dernier (extrait)

Motif	Nombre	Exemple
Colis endommagé (flacon cassé)	14	« Le flacon d'huile essentielle est arrivé brisé, l'emballage était un simple carton. »
Délai de livraison	11	« Commande passée le 2, toujours rien le 12, et personne ne répond au téléphone. »
Produit non conforme à la description	6	« Le coffret ne contient pas le savon annoncé sur la photo. »
Demande de retour	9	« Je voudrais renvoyer le diffuseur, comment faire ? »

Question 7 :

Vous proposez une organisation de la livraison (choix des transporteurs, point relais, retrait en boutique, emballage, suivi) et une politique de retour claire pour les clients.

Question 8 :

Vous rédigez la réponse à envoyer à la cliente dont le flacon est arrivé brisé (accusé de réception, solution, geste commercial, délai).

Question 9 :

Vous proposez un dispositif de service client à distance adapté à une équipe de 8 personnes (canaux, horaires, FAQ, chatbot, suivi des réclamations) et deux indicateurs pour le piloter.

Documents à consulter :

[La Poste - Colissimo pour les entreprises](#)

[economie.gouv.fr - la médiation de la consommation](#)