

Export de petites marchandises à l'international : quels sont les bons réflexes à adopter ?

L'e-commerce est un univers fortement apprécié par les entrepreneurs, mais nombreux sont ceux qui s'inquiètent de l'export de leurs produits à l'international. Certaines contraintes liées aux marchés étrangers peuvent effectivement freiner. Nous avons rencontré Marion Billier, fondatrice du site Youdoit, selon qui il serait dommage de se priver du potentiel qui se trouve au delà de nos frontières. Elle livre quelques conseils pour sauter le pas de l'export.

Temps de lecture : minute

14 mai 2019

Fin 2013, Marion Billier se lance dans l'aventure entrepreneuriale en créant son site e-commerce [Youdoit](#). Ce pure player propose un large panel d'articles de loisirs créatifs à faire soi-même. Qu'il s'agisse de cuisine, de décoration, ou encore de jardinage, il y en a pour tous les goûts. La spécificité du site, c'est qu'il s'attaque à tous les secteurs du DIY (Do it yourself), et propose des produits s'adaptant à toutes les périodes de l'année (été, Noël, Thanksgiving, Pâques, etc.). Marion Billier raconte qu'au début, elle et son associé sont partis de zéro, avec très peu de budget, et en gérant l'entreprise depuis un appartement, comme c'est le cas de beaucoup d'entrepreneurs du secteur. Aujourd'hui, elle constate qu'ils ont réalisé un joli bout de chemin, avec notamment 30 000 colis envoyés l'année dernière. *“On travaillait tous les deux dans le e-commerce avant, et le DIY n'est pas arrivé par hasard. On a en effet voulu attaquer un secteur d'activité mondial, donc le loisir créatif, avec des petits produits faciles à stocker, à expédier, pour un temps de préparation*

relativement rapide”.

Alors, quand on gère un site de e-commerce comme Youdoit, la question de l’export se pose très rapidement. Mais quelles sont les problématiques auxquelles faire face lorsqu’on est une jeune structure comme celle de Marion Billier ? Quelles solutions existent pour rendre cet export possible et durable ? L’entrepreneure nous raconte son expérience et nous livre quelques conseils pour réussir ses ventes à l'international.

1 - S’adapter aux douanes de chaque pays

Les frais de douane sont très variés en fonction des pays de destinations. Les surtaxes ou encore le blocage des marchandises peuvent représenter un véritable problème pour l’expéditeur. Cela l’impacte puisqu’il peut y avoir des coûts supplémentaires et des retards de livraison. Pour s’en prémunir un maximum, Youdoit a opté pour des CN22. Il s’agit d’étiquettes postales permettant le dédouanement de l’envoi pour un émission de valeur inférieure ou égale à 380 euros. Au début de l’existence de l’entreprise, chaque étiquette était remplie à la main, mais cela est vite devenu très chronophage. Elle a alors fait appel à Delivengo, une solution proposée par La Poste pour l’expédition de colis légers dans le monde entier. Cela lui a permis de les remplir automatiquement. Marion affirme qu’il était *“très intéressant de travailler avec Delivengo, car ils nous sont d’une grande aide pour le passage aux douanes, les rendant plus faciles”*.

Par ailleurs, dans certains pays, des produits risquent d’être bloqués aux douanes, pour des raisons de législations locales. C’est par exemple le cas des colorants alimentaires aux Etats-Unis. D’autres produits, tels que des spray, ne peuvent quant à eux pas voyager en avion. Pour faire face à ces problématiques, Marion Billier explique que des choix ont dû être fait : *“nous avons choisi de filtrer les marchés cibles”*. L’entreprise a donc décidé de s’adapter aux spécificités de chaque pays, en définissant des

produits qui ne seraient pas envoyés. Cela leur a permis d'éviter des situations où il ces derniers n'arriveraient jamais chez le client, comme les colorants alimentaires aux USA par exemple.

2 - Mettre en place un tracking de colis lorsque c'est nécessaire

Youdoit a également été confronté, dès le début de son activité, à des soucis de livraison tels que des retards ou des colis jamais livrés. C'est alors que le tracking s'est révélé être un outil important pour la jeune entreprise. À titre d'exemple, pour ses livraisons en Italie, il était assez fréquent que les colis n'arrivent pas à destination, se faisant voler sur le trajet. Delivengo lui a alors apporté une solution clé en main de tracking. Cette solution permet à l'entreprise de justifier que les problèmes de livraison ne sont pas de son fait, et d'ouvrir une enquête pour tenter de comprendre où est le produit. Lorsqu'une enquête est ouverte, l'équipe de Delivengo va alors investiguer et entrer en relation avec la poste du pays concerné, pour tenter de retrouver le colis. Marion remarque que *"cela débloque d'ailleurs souvent la commande et le client retrouve son colis"*.

3 - Bien penser sa politique de retours

Il arrive parfois que lors de la réception du produit le client ne soit pas satisfait et veuille le renvoyer. Pour cela, comme beaucoup de sites de e-commerce, Youdoit propose un retour gratuit de la marchandise. Or, une des difficultés qu'a rencontrée l'entreprise avec cette politique de retour, c'est que les coûts liés pouvaient parfois dépasser le coût même du produit. Pour éviter cela, l'entreprise a réfléchi à des solutions complémentaires. Elle a par exemple décidé de laisser le produit au client dans certains cas (souvent pour les produits de faible valeur), et ainsi éviter des frais de renvoi. Elle a ensuite souhaité ajuster sa politique de retour en fonction du prix. Ainsi, elle a appliqué des filtres sur ses ventes ne pas proposer certains produits à certains marchés. Pour quelques

pays, il est également possible d'anticiper un fort taux de retours, *“par exemple pour le matériel électronique on peut avoir des produits dont les prises ne sont pas adaptées au marché en question. Ce sont des destinations où l'on sait pertinemment qu'il y aura un retour”*. Dans ces cas là, elle applique aussi un filtre. Pour que cela soit simplifié en interne, l'entreprise utilise des logiciels lui permettant de trier très précisément le choix de destination. *“Je peux facilement créer un filtre en choisissant le prix minimum et maximum applicable à chaque pays, si je veux, je peux aussi intégrer une assurance”* explique sa fondatrice.

4 - Optimiser la sélection des produits pour prévenir la casse

Enfin, le site de e-commerce est quelquefois confronté à des problèmes de casse de certains objets durant leur transport. *“Quand nous livrons en France, nous pouvons trouver l'interlocuteur qui a provoqué la casse, mais cela n'est pas possible dans les pays étrangers”* remarque Marion. Selon elle, la solution de base est de faire un colis qui protège bien le contenu. Pour la protection des produits, elle pense notamment aux enveloppes dures, à bulles: des solutions couramment utilisées en e-commerce. Mais avant tout, elle recommande fortement d'optimiser la sélection des produits, de façon à exclure tous les ceux étant susceptibles d'être trop fragiles.

La fondatrice explique que Delivengo est intervenu au bout de quatre mois d'existence de l'entreprise, c'était l'un des premiers qui lui a fait confiance et qui était prêt à l'accompagner dans son développement. C'était aussi, selon elle, le plus attractif du marché en termes de prix. *“Avant de travailler avec eux, nos ventes à l'international représentaient 4%, elles sont maintenant de 45%. Nous sommes même venus concurrencer le royaume unis, les Etats Unis, l'Allemagne sur leur marché. Elle conclut, Aujourd'hui on attend 600 000 euros de chiffre d'affaires”*.

Maddyness, partenaire média de Delivengo.

Article écrit par Maddyness, avec Delivengo