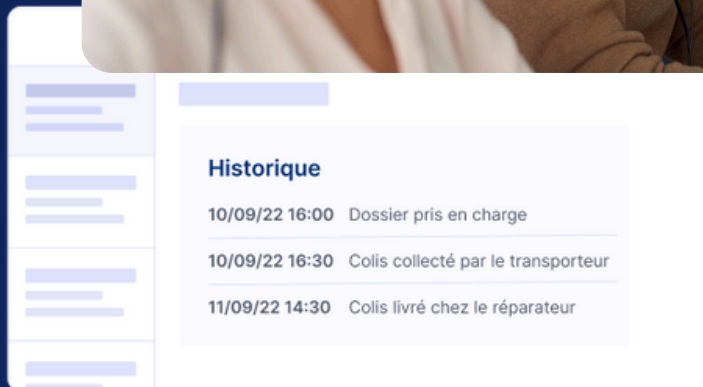
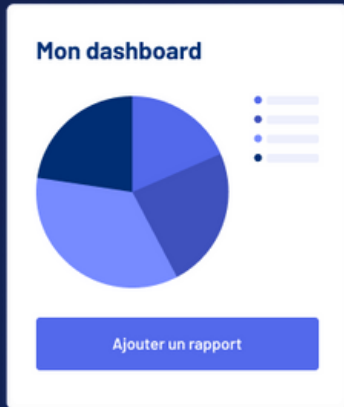


Livre blanc



Digitalisation de votre SAV : quel ROI ?



The Ultimate Aftersales Platform



Introduction

Comme de nombreux autres secteurs d'activité, **le retail n'est pas ressorti indemne du tumulte économique de ces dernières années.**

Entre l'augmentation exponentielle du coût des matières premières, l'inflation, et le changement des habitudes de consommation, les **défis liés à la compétitivité et la rentabilité** sont nombreux pour les professionnels du secteur.

Dans ce tableau quelque peu pessimiste, une tendance portée par la crise sanitaire a permis d'offrir de nouvelles opportunités de croissance aux entreprises du retail : la **digitalisation de leur activité**, ainsi que la transition durable et massive vers le **e-commerce**.

Le nombre de sites e-commerce ne cesse de croître depuis ces dernières années (+33% de chiffre d'affaires pour la vente de produits en ligne (1) entre 2019 et 2022), ouvrant ainsi le marché à une nouvelle concurrence et à **de nouvelles règles du jeu.**

42 millions de Français achètent désormais sur Internet (2), une nouvelle cible aux attentes et habitudes de consommation différentes que ne peuvent pas négliger les retailers, aussi bien en amont **qu'en aval de l'acte d'achat.**

Parmi les attentes de cette cible, on peut notamment citer la possibilité d'avoir affaire à un **service client omnicanal, aussi bien en magasin qu'en ligne** (par chat, e-mail, téléphone, via l'espace client, etc.), **efficace et réactif.**

La croissance exponentielle des retours

Les chiffres montrent bien l'influence des "**retours faciles**" et des "**retours gratuits**" sur les décisions d'achat : sur les principaux marchés occidentaux, la majorité des consommateurs (au-dessus de 60% dans certains pays) **s'attendent à ce que les sites e-commerce couvrent les frais de retour de leurs produits achetés en ligne** (3). Histoire d'enfoncer le clou, 77% des consommateurs hésitent à acheter auprès d'une marque qui facture les retours (4).

Ces **politiques avantageuses pour le client** (transport gratuit, étiquettes pré-imprimées, extension des délais de rétraction, programme "essayez avant d'acheter", etc.), couplées à de nouveaux comportements (le fait d'acheter en ligne avec l'intention de retourner une partie de la commande par exemple), **ont certes fait exploser les ventes en ligne, mais également le taux de retour.**



→ Le taux de retour moyen en magasin tourne autour de 8 à 10%, tandis que **le taux de retour en ligne se situe autour de 15 à 20%**.

Une **mauvaise gestion des retours** peut ainsi entraîner des milliers voire des millions d'euros de **perte de CA**, en particulier pour les e-commerçants : en 2023, le montant des ventes perdues à cause des retours s'élevait à 743 milliards de dollars aux Etats-Unis (5).

Parmi les **principales sources de perte**, on peut citer : la fraude, les coûts logistiques, de stockage des produits immobilisés en entrepôt, de manutention, de repackaging, de remise en vente ou de destruction, les conséquences financières liées à la perte d'une vente ou aux coûts marketing, la dépréciation du produit...

La liste est longue, et la note salée.

L'optimisation des processus après-vente et de gestion des retours **représente donc un enjeu stratégique et financier majeur** pour les entreprises ayant une activité e-commerce.

Celles-ci sont ainsi de plus en plus nombreuses à se lancer dans un projet de digitalisation et d'optimisation de leurs flux de logistique inverse au moyen d'une **solution de gestion des services après-vente (SAV)**.

Transformer son SAV pour transformer l'essai

Souvent fastidieux et chronophages, **les projets de transformation digitale du SAV** ne sont pas priorités par les retailers, car ils sont **plus souvent perçus comme des centres de coûts que des centres de profit**.

Pourtant, tout comme la gestion des commandes sortantes, la **maîtrise des flux de retour peut contribuer à une meilleure rentabilité globale** ; il est donc crucial de reconnaître leur potentiel à générer des bénéfices tangibles pour l'entreprise.

La mise en place **d'indicateurs clés de performance (KPI) liés au SAV** est ainsi essentielle pour fournir une mesure objective de l'efficacité des processus mis en place, et permettre d'évaluer précisément le **retour sur investissement (ROI) et les potentiels axes d'amélioration**.

Par exemple, en surveillant le temps moyen de traitement des retours, les entreprises peuvent évaluer l'impact de la digitalisation sur la **satisfaction client**.

De même, en suivant les coûts de traitement des retours, les entreprises peuvent **estimer les économies réalisées** grâce à une meilleure gestion des flux logistiques.

Le suivi des KPI offre ainsi une **visibilité essentielle sur les performances du projet de digitalisation du SAV** et permet une estimation réaliste du ROI attendu à travers différents prismes : **expérience client, efficacité opérationnelle et impact financier**.

Dans ce livre blanc, découvrez les **principaux indicateurs permettant d'évaluer le retour sur investissement (ROI)** d'un projet de déploiement d'une solution de **logistique inverse**.

Le tandem **relation client/SAV n'arrive qu'en 7e position des investissements prioritaires** des e-commerçants, derrière la RSE, l'IT ou encore la logistique.

FEVAD - 2023(6)





1. La satisfaction client

Dans le contexte actuel, **la qualité de l'expérience client est devenue un facteur déterminant dans la course à l'avantage concurrentiel.**

79% des acheteurs sont prêts à délaisser une marque en raison d'une mauvaise expérience de retour produit (6), ce qui montre l'importance accordée aux conditions de retour et à l'influence que celles-ci peuvent avoir sur l'acte d'achat.

Il est ainsi stratégique de **transformer une expérience potentiellement négative** en véritable **levier de rétention**. Le SAV ne doit plus être **perçu comme un centre de coût, mais comme un véritable centre de profit :**

Selon Harvard Business Review, **l'acquisition de nouveaux clients revient 5 à 25 fois plus cher que la fidélisation** de clients existants.

En adoptant des **solutions technologiques innovantes**, comme le **selfcare**, les centres d'aides en ligne, les FAQ dynamiques, les chatbots, etc. les entreprises peuvent offrir une **expérience client omnicanale**, toujours plus fluide, personnalisée et réactive à leurs clients, répondant ainsi aux nouvelles exigences du marché.

Pour mesurer la satisfaction client et l'efficacité de votre équipe dans le cadre d'un projet de déploiement d'une solution de logistique inverse, voici **quelques indicateurs clés de performance (KPI) à connaître à tout prix :**

↳ Taux de satisfaction client (CSAT)

Le CSAT, ou Customer Satisfaction Score, est une mesure utilisée pour **évaluer la satisfaction globale des clients** à l'égard de leurs produits ou services.

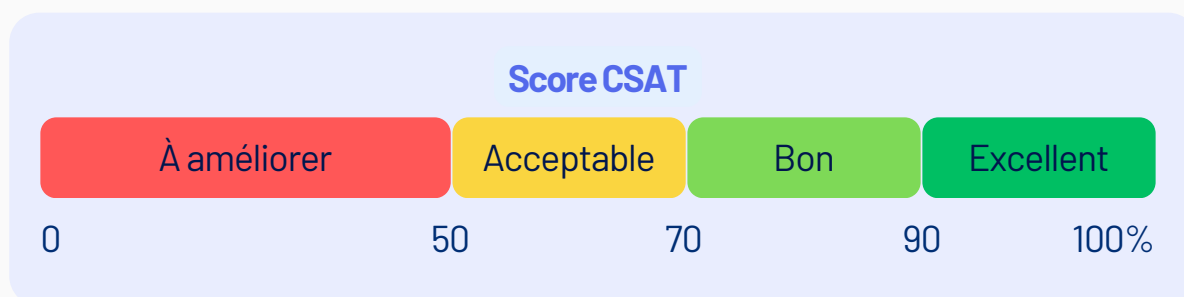
Les clients sont généralement invités à évaluer leur satisfaction en répondant à une question simple, par exemple : "**Sur une échelle de 1 à 5, comment évalueriez-vous votre satisfaction globale avec notre produit/service ?**".

Le CSAT est ensuite calculé selon la formule suivante :

$$\frac{\text{Somme des scores de satisfaction}}{\text{Nombre total de réponses}} \times 100$$

Ce qui permet d'obtenir un pourcentage de satisfaction. Celui-ci permet aux entreprises de **mesurer la qualité de leur service client** et d'identifier les **potentielles améliorations**.

Il s'agit d'un outil précieux pour évaluer la performance opérationnelle et la satisfaction client, et orienter les stratégies d'amélioration continue.



→ Le **CSAT moyen des clients de Revers.io** sur une échelle de 1 à 5 est de **4,1/5**

↳ Net Promoter Score (NPS)

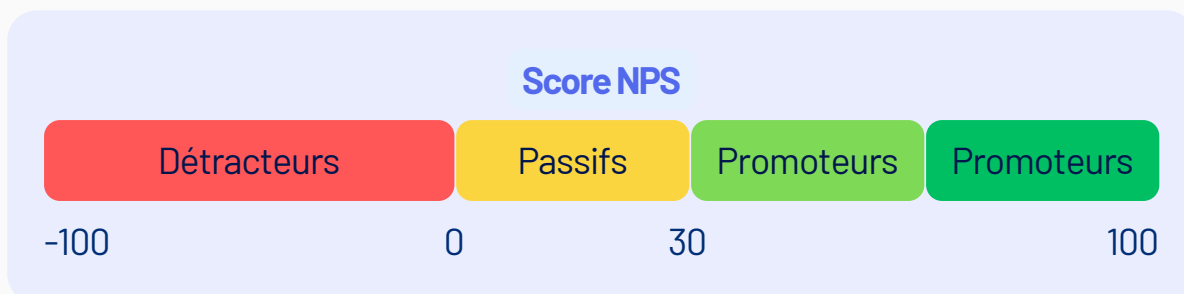
Le NPS, ou Net Promoter Score, est un indicateur utilisé pour **mesurer la fidélité et la satisfaction des clients**, qui repose sur une question simple :

"**Sur une échelle de 0 à 10, quelle est la probabilité que vous recommandiez l'entreprise/le produit à un ami ou à un collègue ?**".

Les clients sont ensuite **classés en 3 catégories** selon leur réponse :

- les **promoteurs** (9-10), très satisfaits et fidèles ;
- les **passifs** (7-8), satisfaits mais moins engagés ;
- les **détracteurs** (0-6), insatisfaits et susceptibles de parler négativement de l'entreprise et de déconseiller ses produits ou services.

Le NPS est utilisé par de nombreuses entreprises comme un **indicateur clé de la satisfaction client et comme un outil de mesure de la fidélité de la clientèle**. Il fournit des informations précieuses sur la perception de la marque et permet aux entreprises **d'identifier les axes d'amélioration pour renforcer la fidélité** et favoriser la croissance à long terme.



→ Le **NPS moyen** des clients de Revers.io est de **40**

↙ Temps moyen de traitement des demandes (TMT)

Le Temps moyen de traitement des demandes (TMT) permet de **mesurer la durée moyenne nécessaire pour résoudre complètement une demande SAV** ou un ticket du début à la fin (réception, prise en charge, recherche de solution, communication avec le client, et résolution du problème).

Le TMT peut varier en fonction de divers facteurs : la complexité de la demande du client, la charge de travail, les compétences et l'expérience des collaborateurs, ainsi que **l'efficacité des outils et des processus de gestion des tickets**.

Il s'agit d'un objectif clé pour les entreprises cherchant à améliorer leur service client, qui permet d'évaluer l'efficacité de votre équipe SAV. D'autres KPIs similaires, comme le **taux de résolution au premier contact (FCR)**, ou encore le **temps de réponse moyen** permettent également d'évaluer la qualité et la rapidité de prise en charge de la demande SAV.

39% des clients considèrent comme une priorité le fait d'obtenir une **réponse ou une solution dès la première sollicitation**

Qualimétrie (2022)

→ Revers.io permet de **réduire les délais de traitement** des dossiers SAV de **-50%**



2. L'expérience collaborateur

La mise en place d'une solution de gestion des retours a certes pour objectif de **remettre le client au cœur de processus**, mais **joue aussi un rôle clé dans la productivité, la qualité de travail et la performance des collaborateurs.**

Finis les classeurs et les tâches manuelles fastidieuses : la **digitalisation et l'automatisation des procédures de retour et de réparation** marquent un tournant majeur dans la façon dont fonctionnent et interagissent les différents acteurs de la chaîne logistique inverse.

L'automatisation des tâches administratives répétitives et chronophages est une véritable nécessité dans le contexte actuel, car elle permet de **libérer un temps précieux**, qui pourra ensuite être alloué à des activités à plus forte valeur ajoutée, comme la **résolution des demandes critiques**, ou le **développement des stratégies de vente additionnelle.**

De **nombreux processus internes peuvent ainsi être automatisés** : activités de ressaisie, différentes étapes de communication avec les clients, génération manuelle de devis ou de remboursement, relances automatiques, échanges multiples avec les sous-traitants ou réparateurs...

L'**automatisation de ces différentes tâches** permet ainsi de simplifier le suivi des retours, de favoriser une communication proactive avec les clients, et d'assurer une gestion fluide des échanges grâce à une **synchronisation instantanée de tous les acteurs de la chaîne** et de leurs différents logiciels.

Grâce à des **intégrations avancées, notamment avec les outils CRM** les informations sont plus précises, offrant à chaque collaborateur un **historique complet** des échanges clients. Cette traçabilité permet une réponse plus ciblée et **personnalisée**, basée sur une compréhension détaillée des besoins et des interactions passées.

D'autres tâches administratives peuvent également être automatisées, par exemple **la génération automatique d'étiquettes de transport, de demandes de RMA, ou encore la création instantanée de devis et de factures.**

L'automatisation des processus SAV offre ainsi une **réponse technologique et concrète pour faire face à la hausse exponentielle des retours**. Elle permet de plus **une meilleure allocation des ressources**, ce qui contribue à améliorer la qualité du service client tout en réduisant les erreurs humaines, et, in fine, permet d'atteindre des **gains de productivité et financiers** majeurs.

93% des personnes ayant des postes à responsabilité dans un SAV sont d'anciens techniciens

Le Cercle du SAV

→ Revers.io permet d'économiser jusqu'à **-40% sur le coût administratif des dossiers** de retour

Dans un contexte où la gestion des coûts constitue un enjeu crucial pour les entreprises, trouver des solutions innovantes pour **réduire les dépenses** tout en maintenant un service client efficace représente un enjeu stratégique de premier plan.

Parmi les défis auxquels sont confrontées les entreprises figurent les **coûts associés à la gestion des dossiers SAV**.

Ces coûts comprennent notamment :

- les **ressources humaines** nécessaires pour traiter chaque dossier,

- les **coûts logistiques** liés aux retours de produits,
- les **coûts administratifs** associés à la documentation et à la communication avec les clients.

Pour répondre à ces défis, **la mise en place d'une interface "selfcare"** offre des avantages considérables tant pour les entreprises que pour leurs clients, et représente une véritable opportunité de transformer leur expérience tout en réduisant la charge des équipes et donc de réaliser de **véritables économies sur le coût de traitement de vos dossiers**.



Le selfcare

Le **selfcare**, ou auto-assistance, est une approche qui consiste à **rendre le client autonome dans la gestion de ses besoins post-achat**, et de trouver une solution à un problème sans avoir besoin d'assistance directe de la part du service client : demandes de retours, réparations, remboursements, échanges, etc.

Concrètement, il s'agit de **proposer une prise en charge immédiate de leur dossier**, directement en ligne au moyen d'une interface web ou mobile, accessible depuis l'espace client du site marchand, **qui permet au client de créer de façon autonome un dossier de prise en charge** SAV à travers la complétion d'un formulaire adapté, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7.

67% des clients préfèrent avoir affaire à un **support en self-service** et **40% des clients** qui entrent en contact avec un call center **ont déjà cherché une solution par eux-mêmes.**

Zendesk(2022)

→ Le **selfcare Revers.io** permet d'économiser **10 min de temps/homme** par rapport à une prise en charge SAV au téléphone ou en magasin, ou en moyenne **3,65 € /dossier**

Cette approche **répond aux attentes croissantes des consommateurs en matière de flexibilité, d'accessibilité, et de personnalisation**, car le client est amené à saisir lui-même ses informations, joindre des photos, documents, etc.

La **prise en charge est donc plus efficace, rapide**, et cible plus directement le problème remonté. Le selfcare permet ainsi de **libérer du temps au service client et d'améliorer la qualité de la donnée fournie.**

Décrivez le motif de retour pour trouver la meilleure solution

● — ● — ○ — ○ — ○

 **KRUPS EA8050PN**
Acheté le 10/09/22

Motif du retour

Spécifier la raison ▼

État du produit

Sélectionner l'état du produit ▼

Continuer



3. Gains opérationnels et financiers

Plus qu'un simple projet de modernisation des pratiques, la **transformation digitale de votre logistique inverse** permet certes de **rationaliser les tâches** quotidiennes de vos équipes, mais également de viser une **meilleure rentabilité** et des retombées financières substantielles.

Grâce à l'**automatisation des différents processus**, à la réduction des délais de traitement et à une visibilité accrue sur l'ensemble des opérations, les entreprises peuvent non seulement **diminuer leurs coûts administratifs et logistiques**, mais aussi optimiser l'allocation des **ressources humaines**.

Cela permet ainsi de libérer du temps et des capacités pour **se concentrer sur des initiatives stratégiques** à forte valeur ajoutée, génératrice de revenus pour l'entreprise, mais également de **rationaliser de nombreux processus** tout au long de la chaîne de retour : suivi des dossiers, communication entre partenaires, optimisation des flux logistiques, des transports...

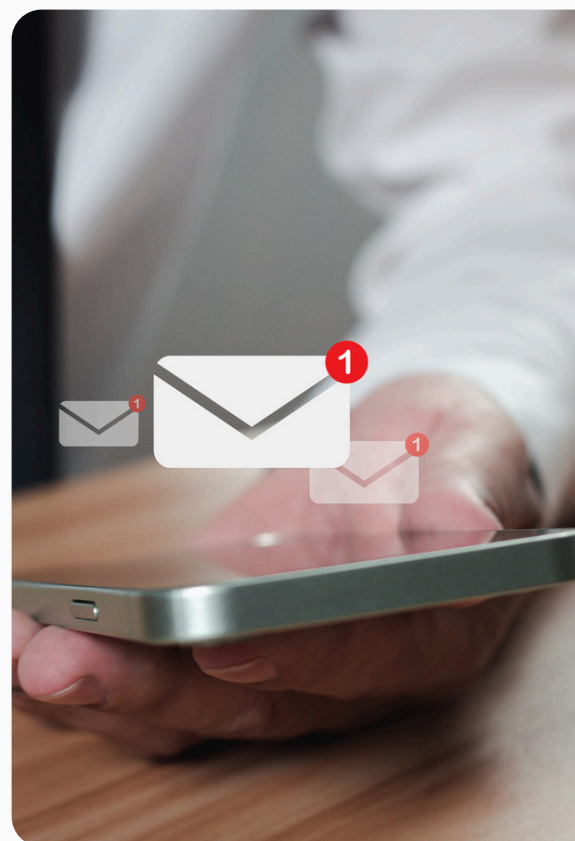
La mise en place d'une solution omnicanale qui **connecte tous les acteurs de la chaîne SAV** (client, distributeur, fournisseur, fabricant, réparateur, transporteur et logisticien), permet d'obtenir une **vision à 360°**, et aide à la prise de décision.

↳ Suivi et mise à jour des dossiers

Une fois le dossier créé, en mode selfcare, par le service client ou en magasin, les clients ont accès à une **page qui récapitule les informations de leur dossier SAV**, directement depuis leur espace client ou espace SAV dédié, via la saisie du numéro de commande.

Grâce à la connexion entre tous les acteurs de la chaîne après-vente et les partenaires (transports, centres de réparations, fournisseurs, etc.), les clients **sont informés en temps réel de tout changement ou progression dans le traitement de leur dossier**, leur offrant ainsi une expérience transparente et rassurante.

De plus, la **mise en place d'alertes automatiques** permet de réduire le nombre de contacts de demande de suivi, et ainsi de **réduire les temps de traitement et la charge en back-office**.



➔ Revers.io permet d'économiser **20 min de temps/homme sur le suivi du dossier** grâce aux automatisations et aux relances automatiques, et en moyenne **7,30€ /dossier**

Via un **accès direct à la plateforme ou grâce aux intégrations**, toutes les parties partagent les mêmes informations en temps réel, ce qui permet également de **supprimer les actions de double saisie**, notamment quand plusieurs logiciels sont utilisés au sein d'un même département SAV.

Dossier en alerte		
REV-1000-1054	1 jour de retard	Voir le dossier
Ouvert le 21/10/22 - Statut actuel : Devis en attente		
REV-1200-0456	3 jours de retard	Voir le dossier
Ouvert le 19/10/22 - Statut actuel : Colis en cours de livraison		
REV-1200-1563	4 jours de retard	Voir le dossier
Ouvert le 18/10/22 - Statut actuel : Réception à valider		

L'**association d'une interface selfcare à des processus automatisés** (alertes en cas d'anomalie de traitement, génération d'étiquettes de transport, échange de données et de documents...) permet **d'enrichir la connaissance client et produit**, pour se concentrer sur l'essentiel : la qualité de service.

→ En centralisant la donnée et en **évitant la double saisie**, Revers.io permet d'économiser **jusqu'à 0,98€ /dossier**

↙ Optimisation des échanges partenaires

L'optimisation des échanges avec les partenaires et l'écosystème SAV revêt une importance capitale dans une gestion efficace des retours, et **passé en grande partie par l'intégration des logiciels métiers**.

La connexion des différentes solutions métier permet d'une part d'améliorer la qualité de l'information, mais également d'automatiser un grand nombre d'actions manuelles, comme la **génération de devis, ou encore les accords de retour fournisseur (RMA)**, éliminant ainsi les retards et les erreurs liés à une saisie manuelle ;

Aussi, **l'intégration avec l'ERP** permet d'optimiser la gestion des **stocks de pièces de rechange** et des niveaux de réparation.

En partageant des données en temps réel sur les **stocks disponibles et les capacités de réparation**, il est ainsi possible d'anticiper les besoins et de planifier efficacement les opérations de retour.

Cela se traduit par une réduction des coûts de stockage et de gestion des pièces de rechange, tout en **améliorant la disponibilité des produits pour les clients**.

→ Revers.io permet d'économiser jusqu'à **2€ par RMA** dans le secteur des **produits électroniques**



Optimisation logistique et transports

Une **gestion efficace des flux logistiques et des transports** constitue un aspect crucial dans le process d'optimisation des coûts liés au SAV. **Selon la nature des produits retournés et la raison du retour**, le cheminement des articles peut varier, avec des envois vers des centres de réparation, des retours chez les fournisseurs, etc.

Cependant, ces déplacements peuvent rapidement **devenir coûteux s'ils ne sont pas optimisés**. L'intégration d'une solution de gestion des flux SAV dotée d'un **moteur d'affectation dynamique permet d'optimiser la répartition des produits vers les destinataires appropriés**, qu'il s'agisse d'un atelier interne, d'un technicien itinérant ou d'un centre de réparation agréé par le constructeur.

En offrant un accès en temps réel à toutes les parties prenantes, une telle solution permet une **coordination optimale des flux physiques des produits**, réduisant ainsi les trajets inutiles et minimisant leur empreinte carbone. De plus, cette optimisation des flux logistiques permet un **traitement plus rapide des retours**, facilitant ainsi la remise en vente des produits tout en maîtrisant leur dépréciation.

→ Revers.io permet d'économiser **jusqu'à 15€ /dossier** sur les **coûts de transport et main d'oeuvre** en entrepôt/cross-dock

La mise en commun de l'information et le bon adressage des colis **permet également de limiter les coûts liés à l'entreposage**.

Les frais de stockage des marchandises retournées génèrent des charges plus importantes que celles produites. Leur durée **d'immobilisation dans l'entrepôt est plus importante**, car leur traitement est plus long à cause de la **complexité de prise en charge** (besoin d'une réparation, pièce détachée manquante, repackaging nécessaire, en attente d'une autorisation fournisseur, destruction, don, etc).

En moyenne, l'**entreposage de marchandises retournées** demande **15% à 20% plus de place** que les colis sortants qui sont palettisés et donc moins volumineux.

(CBRE, 2019)

→ Revers.io permet d'économiser jusqu'à **-50% de temps de traitement des colis retournés** traités **par heure** en entrepôt

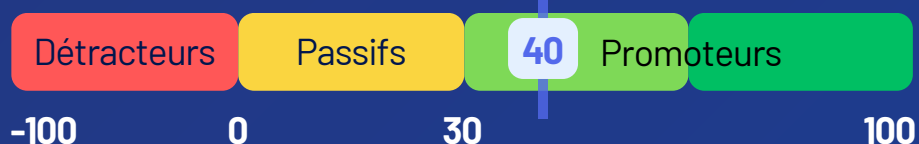
→ Quel ROI grâce à Revers.io ?

Satisfaction client

CSAT moyen



Score NPS moyen



Gains de temps

10 min

grâce au selfcare

20 min

grâce à l'automatisation

-50%

de délai de traitement des dossiers SAV

+50%

de colis traités en entrepôt en 1h

Gains financiers

7,30€

par dossier grâce à l'automatisation

3,65€

par dossier grâce au selfcare

-40%

sur le coût administratif des dossiers de retour

2€

par RMA (secteur des produits électroniques)

0,98€

par dossier grâce à la suppression de la double saisie

15€

par dossier sur les coûts de transport et de main d'oeuvre en entrepôt

Conclusion

La digitalisation de votre SAV ne se limite pas à une simple adaptation aux exigences du marché. Il s'agit en réalité d'une véritable opportunité de **renforcer la fidélité de vos clients et d'optimiser vos performances opérationnelles** et financières.

Au-delà même de l'optimisation des processus, un projet de déploiement d'une solution de gestion des services après-vente peut également être perçu comme un **véritable moteur de croissance et d'innovation**.

Des plateformes omnicanales en mode SaaS comme **Revers.io**, leader européen de la gestion des services après-vente, intègrent désormais des **technologies de pointe** telles que **l'Intelligence Artificielle (IA) générative**, et permettent de démocratiser son usage dans le monde du SAV.

Par exemple, la génération d'arbres de diagnostic de pannes grâce à l'IA offre **des opportunités inédites d'améliorer la satisfaction client et de simplifier le travail des techniciens et réparateurs**, en les déchargeant de tâches à faible valeur ajoutée (qualification de la panne, tâches administratives, etc.) et en leur permettant d'obtenir plus d'informations sur le contexte de la panne afin de se concentrer sur la réparation.

Les promesses de l'IA dans le SAV et le retail n'en sont qu'à leurs débuts, mais augurent déjà des changements profonds dans les années à venir pour les professionnels du secteur. Une opportunité que certaines entreprises saisissent dès aujourd'hui afin de **proposer à leur clients une expérience innovante** qui leur assure aujourd'hui un statut de précurseur, et demain, **un avantage concurrentiel majeur**.

Pour les retardataires, **il est encore temps de sauter le pas de la digitalisation du SAV**, au risque de voir le fossé de la digitalisation se creuser encore davantage. Ne laissez pas passer l'opportunité de **faire de votre SAV le pilier de la relation client** qu'il mérite d'être, et surtout, d'offrir à vos clients l'expérience qu'ils méritent !





Contactez-nous



Revers.io est la plateforme omnicanale en mode SaaS de référence pour la gestion des retours, réparations, et des services après-vente en Europe.

La vision de Revers.io est que le selfcare est le futur de l'assistance. Notre mission : simplifier l'expérience après-vente pour les clients et collaborateurs, et accompagner nos clients dans la réduction de leurs coûts opérationnels et leur empreinte écologique.



Contact commercial
François Brebion - Account Executive
f.brebion@revers.io

[Découvrir Revers.io](#)

[Planifier une démo](#)



www.revers.io



Sources

- 1 <https://www.fevad.com/bilan-du-e-commerce-en-france-les-francais-ont-depense-pres-de-147-milliards-deuros-sur-internet-en-2022>
 - 2 <https://www.fevad.com/t4-audience-du-e-commerce-4eme-trimestre-2022>
 - 3 <https://business.trustedshops.fr/blog/comment-reduire-taux-retour-industrie-mode-en-ligne>
 - 4 <https://www.mcfactory.fr/marketing-digital/e-commerce-les-retours-produits-au-coeur-de-l-experience-d-achat/>
 - 5 <https://nrf.com/research/2023-consumer-returns-retail-industry>
 - 6 <https://www.fevad.com/les-chiffres-cles-du-e-commerce-2023-la-fevad-publie-son-rapport-annuel-sur-letat-du-marche/>
 - 7 <https://www.thegoodgoods.fr/media/sante-environnement/impact-retours-clients-achat-en-ligne/>
- <https://gitnux.org/ecommerce-return-statistics/>
 - <https://www.statista.com/forecasts/1400961/return-of-online-purchases-in-selected-countries>
 - https://www.prnewswire.com/news-releases/returns-experience-critical-to-customer-satisfaction-and-retention-doddle-survey-finds-301085222.html?_gl=1*1ig9i96*_gcl_au*NTg3Njg5MTcwLjE3MTEzNzIxNzA
 - <https://www.statista.com/statistics/1383411/willingness-to-pay-for-online-returns-france/>
 - <https://cdn.nrf.com/sites/default/files/2024-01/2023%20Consumer%20Returns%20in%20the%20Retail%20Industry.pdf>
 - <https://www.maddynews.com/2020/06/16/fleau-ecologique-retours-colis/>
 - <https://theconversation.com/inside-the-black-box-of-amazon-returns-206551>
 - <https://customergauge.com/blog/why-customers-prefer-self-service-support-but-only-if-its-done-right>
 - <https://www.zendesk.fr/blog/searching-for-self-service/>