

Communiqué de Presse

PARIS, le 19 septembre 2023

GLS France dévoile des améliorations majeures pour son service FlexDeliveryService (FDS) lors du Paris Retail Week.

Paris, le 19 septembre 2023 - GLS, l'un des leaders mondiaux des services de livraison, a annoncé aujourd'hui des améliorations significatives apportées à son service FlexDeliveryService (FDS) lors du Paris Retail Week. Ces améliorations visent à renforcer davantage l'engagement et le parti pris de GLS sur l'amélioration de l'expérience de livraison et la satisfaction client.

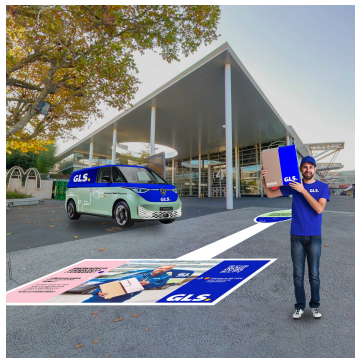
FlexDeliveryService est une solution de livraison à domicile innovante, géolocalisée et interactive qui offre une expérience unique aux expéditeurs et aux destinataires. Elle permet notamment aux destinataires d'apporter une solution aux problématiques qu'ils peuvent rencontrer : information continue, flexibilité, interactivité. Il y a quelques mois, le service s'enrichissait ainsi en permettant à tous les destinataires particuliers livrés par GLS de suivre en temps réel l'arrivée de leur colis sur mobile et d'agir sur celui-ci le cas échéant (réorientation vers un Relais GLS par exemple).

Les dernières mises à jour de ce service phare de GLS incluent désormais :

Personnalisation de l'écran de suivi : Les clients chargeurs (expéditeurs) ont la possibilité de personnaliser l'écran de suivi des colis aux couleurs de leur marque. Proposée sans supplément, cette personnalisation est accessible sur une plateforme intuitive et conviviale. Cet écran de suivi des colis customisé par l'enseigne offre aux destinataires une expérience visuelle cohérente et immersive de bout en bout : depuis l'achat jusqu'à la livraison

Booster de réputation : GLS introduit l'envoi d'un SMS post-livraison, permettant aux destinataires de donner leur avis sur leur expérience d'achat. En moyenne, cette initiative a généré une note de satisfaction de 4,9/5. Cette fonctionnalité était auparavant vendue séparément, mais elle est désormais intégrée au service.

Ces améliorations soulignent l'ambition de GLS envers la satisfaction client et l'innovation continue dans le domaine de la logistique et de la livraison. GLS cherche à offrir une expérience de livraison plus personnalisée et complète à ses clients tout en renforçant sa propre réputation en tant que leader de l'industrie.



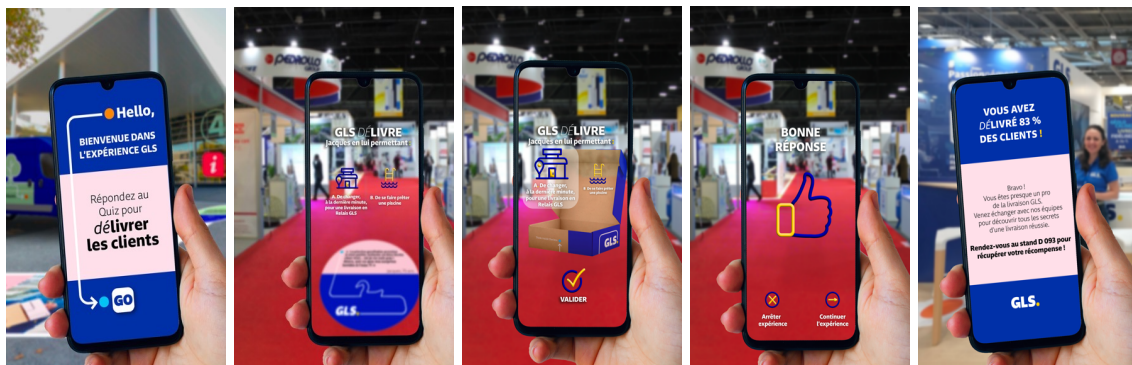
Avec l'appui de l'agence trafic2, GLS France a souhaité offrir une présentation immersive de sa solution lors du salon Paris Retail Week.

Le parcours débute à l'extérieur du salon. Ici, les participants sont accueillis par un animateur habillé en tenue GLS. Ils sont invités à se glisser dans la peau d'un livreur en scannant simplement un QR code avec leur smartphone. Aucune inscription préalable n'est nécessaire, l'expérience est ouverte à tous.

L'aventure se déploie sur un trajet de 216 mètres jusqu'au stand GLS. Guidés par une série de stickers, les participants empruntent "le chemin de la délivrance". Chaque autocollant présente une problématique client unique liée au service FlexDeliveryService, depuis l'extérieur du salon jusqu'au stand GLS. En répondant à ces défis, qu'ils visualisent en réalité mixte, les participants découvrent progressivement les valeurs et les solutions offertes par GLS permettant de « délivrer les clients de leurs incertitudes ».

Arrivés au stand GLS, les participants se présentent devant le dernier autocollant qui marque la fin de leur parcours. À ce stade, ils ont l'opportunité de conclure leur expérience sur l'application. L'équipe GLS les accueille pour leur donner un goodies et répondre à d'éventuelles questions.

RENDEZ VOUS SUR LE STAND GLS France D093 !



À propos de GLS

Le groupe GLS est l'un des plus grands fournisseurs autonomes de services de colis en Europe, avec une forte présence locale dans presque tous les pays du continent. Il opère également par le biais de filiales en propriété exclusive au Canada et sur la côte ouest des États-Unis au sein d'un seul réseau GLS. Cela permet à GLS de connecter de manière transparente ses clients et ses communautés avec des millions de colis et d'histoires chaque jour. Grâce à son réseau international, GLS a la capacité de relier ses marchés de manière flexible et agile pour répondre à leur nature dynamique et en rapide évolution. L'entreprise est fière de fournir à ses clients, dans une quarantaine de pays, un service de haute qualité qui répond au mieux à leurs besoins. Le réseau GLS se compose de plus de 120 hubs et de plus de 1 600 agences, soutenus par environ 35 000 véhicules de livraison sur le dernier kilomètre et 4 700 camions longue distance. Cela offre une résilience du réseau, une flexibilité supérieure et une portée étendue. En 2022-2023, GLS a généré des revenus records de 5.4 milliards d'euros et a livré 862 millions de colis. Pour plus d'informations, visitez le site <https://gls-group.eu/FR/fr/home>

Contacts Presse : Agence Patricia Goldman International
Stéphane Bondoux - 07 78 38 95 09
Simon Boucaud-Labouyrie - 06 59 41 91 35
Christelle Tchatat - 06 59 64 87 68