

# ДОСТАВЛЕНО

DHL Express – Excellence. Simply delivered

ЧИТАЙТЕ В ЭТОМ НОМЕРЕ:

## НОВОСТИ

DHL EXPRESS ОБЪЯВИЛА О ДВУХ  
КРУПНЕЙШИХ СДЕЛКАХ ПО ПРИОБРЕТЕНИЮ  
ЭКОЛОГИЧНОГО АВИАЦИОННОГО ТОПЛИВА  
И ЗАПУСТИЛА НОВУЮ УСЛУГУ — GOGREEN PLUS

С. 4

## HOW TO

ТРЕНДЫ В ОБЛАСТИ ЛОГИСТИКИ И ДОСТАВКИ  
В 2023 ГОДУ

С. 12

## ГЛОБАЛИЗАЦИЯ

ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ

С. 18





## ДОРОГИЕ ЧИТАТЕЛИ!

Рад приветствовать вас на страницах нового номера нашего журнала!

Это первый номер в 2023 году, а также первый с момента, как я возглавил DHL Express в России в роли генерального директора в начале этого года. Я пришел в DHL в далеком 1995 году, и мой многолетний опыт работы в компании позволяет мне с уверенностью сказать, что я хорошо знаю все бизнес-процессы. Я дорожу своим бесценным опытом: я имел возможность расти и развиваться вместе с компанией, принимать непосредственное участие в тех изменениях, которые диктовали различные обстоятельства. За это время мы пережили не один кризис, и я видел, как быстро и гибко мы способны адаптировать наши бизнес-процессы, чтобы сохранять непревзойденное качество наших услуг и продолжать предоставлять надежный сервис нашим клиентам даже в сложные и турбулентные времена.

Без ложной скромности скажу, что за почти тридцать лет, что я работаю в компании, я не переставал восхищаться тем, как наш бизнес,

наша «большая желто-красная машина» не просто адаптировалась под очередные вызовы времени, а действовала на опережение и всегда сохраняла свою лидерскую позицию.

Несмотря на пандемию и сложную геополитическую ситуацию, DHL продолжает реализовывать свою миссию «объединять людей, улучшая их жизнь». И в сложные времена наша миссия становится как никогда актуальной и ценной для общества.

Являясь мировым лидером в сфере логистики и экспресс-доставки, мы обладаем ценными данными, анализируем глобальные тенденции, проводим исследования рынка и потребителей и продолжаем говорить о том, что трансграничная торговля и глобализация не просто не сбавили обороты, а планомерно продолжают расти и крепнуть. В этом номере мы делимся основными результатами недавно проведенного исследования глобальной интеграции Global Connectedness Index.

Сегодня наш главный фокус в России — это развитие экспорта и электронной коммерции. Мы видим колоссальный потенциал российских экспортеров. Наша функция в раз-

витии экспорта не замыкается только на логистических услугах — мы рассказываем экспортерам о трендах и потребительских предпочтениях, стремимся дать им возможность выйти на международные рынки сбыта и трансформировать локальный бизнес в глобальный. Мы продолжаем работать как в сегменте B2C, так и в B2B и поддерживаем бизнес, обеспечивая экспресс-доставку документов и грузов за границу, по-прежнему предлагая самую быструю доставку, так, например, в Европу мы доставляем грузы за 2–3 дня, в США — за 3–4 дня, в страны Азии — также за 3–4 дня. И, что важно, доставка с нами — это не только скорость, но и качество, надежность и прозрачность всех операций.

Я с гордостью хочу сказать, что DHL сохраняет приверженность устойчивому развитию и предлагает нашим клиентам экологичные решения по доставке грузов. Так, например, мы запустили новую дополнительную услугу, которая поможет клиентам снизить свой углеродный след. Это важно, так как экологическая повестка крайне актуальна для иностранных потребителей, соответственно, российским экспортерам нужно принимать это во внимание при выходе на международный рынок.

На страницах этого номера мы расскажем как о новых трендах и тенденциях глобального рынка электронной коммерции, так и о нашей новой услуге GoGreen Plus.

Я надеюсь, что вы найдете наш материал полезным и интересным.

**С уважением,  
Дмитрий Жарков,  
Генеральный директор  
DHL Express в России**



## 4 НОВОСТИ

- «ФОРМУЛА Е» И DHL ВОЗОБНОВЛЯЮТ ПАРТНЕРСТВО, ОТКРЫВАЯ НОВУЮ ЭРУ GEN3
- DHL EXPRESS ОБЪЯВИЛА О ДВУХ КРУПНЕЙШИХ СДЕЛКАХ ПО ПРИОБРЕТЕНИЮ ЭКОЛОГИЧНОГО АВИАЦИОННОГО ТОПЛИВА И ЗАПУСТИЛА НОВУЮ УСЛУГУ — GOGREEN PLUS
- DHL БУДЕТ ИСПОЛЬЗОВАТЬ НОВЫЕ ГРУЗОВИКИ НА БИОТОПЛИВЕ В РАМКАХ ПАРТНЕРСТВА С «ФОРМУЛОЙ-1»
- СПЕЦДОСТАВКА: DHL ДОСТАВИЛА В ЛОНДОНСКИЙ ЗООПАРК КИБУРИ, ГОРИЛЛУ ПОРОДЫ ЗАПАДНАЯ РАВНИННАЯ
- ВОЗОБНОВЛЕНИЕ УСЛУГ ПО ДОСТАВКЕ К ОПРЕДЕЛЕННОМУ ВРЕМЕНИ

## 8 ПРЯМАЯ РЕЧЬ

БОЛЬШОЕ ИНТЕРВЬЮ С ГЕНЕРАЛЬНЫМ ДИРЕКТОРОМ

## 12 HOW TO

- ТРЕНДЫ В ОБЛАСТИ ЛОГИСТИКИ В 2023 ГОДУ
- КАК ПРОДАВАТЬ НА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ: ОСОБЕННОСТИ РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА

## 16 PHOTOSTORY

DHL И «ФОРМУЛА-1» ГОВОРЯТ О ВАЖНЫХ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМАХ НА ЯЗЫКЕ ИСКУССТВА

## 18 ШАГ ВПЕРЕД

- ГЛОБАЛИЗАЦИЯ: ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ?
- ИССЛЕДОВАНИЕ TREND RADAR: ДЕКАРБОНИЗАЦИЯ, РОБОТЫ, BIG DATA, ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ЦЕПОЧЕК ПОСТАВОК
- ГЛОБАЛЬНЫЙ РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ: МЕНЯЮЩИЕСЯ ТРЕНДЫ И НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

## 28 ИНФОГРАФИКА

DHL EXPRESS СЕГОДНЯ

## 29 DHL SOCIALIZER

## 30 DHL WORLDWIDE

## «ФОРМУЛА Е» И DHL ВОЗОБНОВЛЯЮТ ПАРТНЕРСТВО, ОТКРЫВАЯ НОВУЮ ЭРУ GEN3

«Формула Е» и DHL, официальный учредительный и логистический партнер чемпионата мира ABB FIA «Формула Е» объявили о продлении многолетнего партнерства, начиная с новой эры гонок Gen3. Это позволит и далее доносить важность устойчивого развития до широкой аудитории в разных городах по всему миру.

DHL является официальным учредительным партнером и официальным логистическим партнером первого в мире чемпионата по полностью электрическим автогонкам с сентября 2013 года. Обладая 40-летним международным опытом в области логистики для автоспорта, DHL сыграла важную роль в воплощении в жизнь концепции полностью электрических гонок, проведя первую гонку чемпионата в Пекине. С тех пор DHL поддерживала «Формулу Е» на протяжении 100 этапов гоночной серии, которая завершилась в прошлом сезоне в Южной Корее, в Сеуле, который стал 26-м городом мира, принимающим гонки «Формулы Е».

В рамках девятого сезона состоятся 16 гонок в 11 знаковых городах мира, включая такие новые города для чемпионата, как Хайдарабад, Кейптаун, Сан-Паулу и Портленд, штат Орегон.

DHL обеспечивает современную устойчивую логистику, включая специализированные мультимодальные перевозки, как автомобильные, так и морские, что позволяет достичь мак-



симальной эффективности и снизить выбросы CO<sub>2</sub>. Благодаря использованию биотоплива для всех автомобильных и морских грузоперевозок, за предстоящий сезон DHL преодолеет суммарный путь в 89 100 километров, перевозя при этом для каждой гонки около 415 тонн ценных грузов, включая гоночные автомобили, аккумуляторы, зарядные устройства, оборудование для трансляций, маркетинговое и иное оборудование.

DHL и «Формула Е» также продолжают отражать свои общие ценности через платформу Together Green, поскольку желтый цвет DHL и синий цвет «Формулы Е» объединяются и вместе составляют зеленый цвет более экологичного будущего. Мероприятия будут включать сотрудничество в области устойчивого развития как на новых, так и на старых гоночных площадках, демонстрируя захватывающие возможности «Формулы Е».

Являясь пионером «зеленой» логистики, в 2008 году DHL стала первой логистической компанией, взявшей на себя обязательства по достижению измеримого показателя углеродного следа, обязавшись повысить углеродную эффективность на 30% (по сравнению с 2007 годом) к 2021 году. Эта цель была достигнута на четыре года раньше срока, в 2016 году, а в марте 2017 года компания объявила об обязательстве достичь нулевого уровня выбросов к 2050 году. В 2021 году DPDHL Group обязалась инвестировать 7 миллиардов евро в экологически чистые операционные процессы и климатически нейтральную логистику к 2030 году. Эти средства будут, в том числе, направлены на электрификацию к 2030 году 60% автопарка компании, выполняющего доставку на «последней миле», что будет означать вывод на дороги более 80 000 кузовных электромобилей.

## DHL EXPRESS ОБЪЯВИЛА О ДВУХ КРУПНЕЙШИХ СДЕЛКАХ ПО ПРИОБРЕТЕНИЮ ЭКОЛОГИЧНОГО АВИАЦИОННОГО ТОПЛИВА И ЗАПУСТИЛА НОВУЮ УСЛУГУ — GOGREEN PLUS

GoGreen Plus — специальное решение, которое помогает компаниям сократить выбросы углекислого газа при транспортировке своих грузов

за счет использования экологически чистого авиационного топлива. SAF (или Sustainable Aviation Fuel) — это биотопливо, которое производится

из возобновляемых источников, таких как растительные масла, животные жиры, отходы и сельскохозяйственные культуры. SAF разработано специально

для использования в качестве замены традиционного авиационного топлива и может сократить выбросы парниковых газов на 80% по сравнению с традиционным авиакеросином.

Устойчивое развитие — это не просто модное слово. Это одна из самых значительных тенденций, которая в последнее время оказывает существенное влияние на все отрасли. Например, в секторе электронной коммерции онлайн-покупатели все чаще задумываются о том, как их покупки воздействуют на экологию и окружающую среду, а 88% из них заявили, что с большей вероятностью будут лояльны к компаниям, которым небезразличны экологические проблемы<sup>1</sup>.

Возможно, ваш бизнес уже внедрил некоторые изменения, сделав процессы более «зелеными» и уменьшив воздействие на экологию — перешел на упаковку из вторсырья или присоединился к схеме компенсации выбросов углекислого газа. Но существует и новый интересный способ изменить логистические процессы: знаковый момент — DHL анонсирует схему, которая позволит клиентам использовать экологически чистое авиационное топливо для доставки своих грузов.

51% потребителей говорят, что понимание углеродного следа их доставки будет очень важным в ближайшие пять лет<sup>2</sup>. С услугой GoGreen Plus у вашего бизнеса есть уникальная возможность индивидуально подходить к сокращению выбросов CO<sub>2</sub> и количеству используемого экологичного авиационного топлива SAF.

В отличие от «компенсации» (offsetting), когда предприятия «нейтрализуют» свое воздействие на окружающую среду с помощью различных экологических программ, таких как проекты в сфере лесовосстановления и восстановления среды обитания, GoGreen Plus помогает непосредственно сокращать объемы выбросов (insetting). Это означает, что предприятия могут предпринимать конкретные действия по сокращению выбросов третьего уровня, косвенных выбросов парниковых газов, возникающих в процессе создания и дис-

трибуции продукции. Данное сокращение выбросов углерода, связанных непосредственно с доставкой грузов, является наиболее прямым и значимым способом сделать бизнес более экологичным. Клиенты DHL могут использовать его для добровольной отчетности по уменьшению углеродного следа в рамках инициативы «Научно обоснованных целей» (SBTi).

Услугу GoGreen Plus можно выбрать для отдельных грузов, что делает ее использование удобным и гибким для малого и среднего бизнеса, а также для компаний, работающих в сегменте электронной коммерции с небольшим объемом грузоперевозок.

У вас есть два варианта использовать услугу GoGreen Plus в DHL Express: либо на регулярной договорной основе\*, либо при выборе услуги доставки через MyDHL+, онлайн-платформу DHL Express для оформления и отслеживания грузов.

При использовании на договорной основе вы сами решаете, насколько ваше предприятие хочет сократить выбросы CO<sub>2</sub> и какую сумму вы готовы инвестировать в экологически чистое авиационное топливо. В данном случае предлагается абсолютная гибкость. DHL Express использует взнос для инвестиций в приобретение SAF. Независимый аудитор будет ежегодно проверять величину сокращения выбросов от приобретенного SAF, а также проверять, что все инвестиции были использованы исключительно для SAF.

Ваша компания получит сертификат с указанием стоимости сокраще-



ния выбросов, который может быть использован для подтверждения сокращения выбросов третьего уровня и уменьшения воздействия на окружающую среду.

DHL выставит вам счет по вашему выбору: общей суммой или за каждую накладную, а также предоставит бесплатный отчет.

Вы всегда можете связаться с представителем DHL Express для получения дополнительной информации.

С помощью онлайн-платформы MyDHL+ вы можете выбрать дополнительную услугу GoGreen Plus для отдельных грузов, что обеспечивает стандартное снижение CO<sub>2</sub> на ~30%.

Устойчивое развитие имеет значение — для планеты, для ваших клиентов и для прибыли вашего бизнеса. С услугой GoGreen Plus от DHL ваш бизнес может продемонстрировать свою приверженность более устойчивому и экологичному будущему.



Источники:

<sup>1</sup> Forbes

<sup>2</sup> Descartes

\* планируется к запуску в 2023–2024 году

## DHL БУДЕТ ИСПОЛЬЗОВАТЬ НОВЫЕ ГРУЗОВИКИ НА БИОТОПЛИВЕ В РАМКАХ ПАРТНЕРСТВА С «ФОРМУЛОЙ-1»

DHL и «Формула-1»<sup>®</sup> поднимают устойчивую логистику на новую высоту в рамках своего многолетнего партнерства, выступив в этом сезоне с новой инициативой. DHL представляет свой первый парк грузовых автомобилей, работающих на биотопливе. Восемнадцать новых грузовиков будут задействованы для доставки в этом сезоне, чтобы поддержать «Формулу-1»<sup>®</sup> в ее стремлении стать полностью экологически чистым чемпионатом (Net Zero) к 2030 году. Новые грузовики, способные работать на альтернативном топливе HVO100, будут использоваться при доставке всех европейских этапов гонки «Формула-1»<sup>®</sup> в 2023 году. Благодаря этому каждый грузовик сможет сократить выбросы углекислого газа минимум на 60% по сравнению с доставкой на грузовиках, работающих на стандартном топливе, с существенным потенциалом для большей экономии.

«Мы — спорт, который действует в глобальном масштабе, и DHL играет важнейшую роль в доставке гонок и помогает нам решать проблемы логистики, которые у нас возникают как у чемпиона мира», говорит Эллис Джонс, руководитель ESG в «Формуле-1»<sup>®</sup>. Вместе мы постоянно ищем более экологичные решения, и благодаря таким инновациям, как грузовики на биотопливе, мы можем сделать следующий шаг на пути к сокращению вы-



бросов углекислого газа и достижению цели устойчивого развития — стать полностью экологически чистым чемпионатом (Net Zero) к 2030 году. Замечательно, что такие партнеры, как DHL, разделяют наши стремление и обязательства по созданию более экологичной «Формулы-1»<sup>®</sup>.

бросов углекислого газа и достижению цели устойчивого развития — стать полностью экологически чистым чемпионатом (Net Zero) к 2030 году. Замечательно, что такие партнеры, как DHL, разделяют наши стремление и обязательства по созданию более экологичной «Формулы-1»<sup>®</sup>.

## СПЕЦДОСТАВКА: DHL ДОСТАВИЛА В ЛОНДОНСКИЙ ЗООПАРК КИБУРИ, ГОРИЛЛУ ПОРОДЫ ЗАПАДНАЯ РАВНИННАЯ

КИБУРИ ПРИСОЕДИНИЛСЯ К ГРУППЕ ГОРИЛЛ, ПРОЖИВАЮЩИХ В «КОРОЛЕВСТВЕ ГОРИЛЛ» ВО ВСЕМИРНО ИЗВЕСТНОМ ЗООПАРКЕ.

DHL Express доставила гориллу Кибури в Лондонский зоопарк в рамках международной программы разведения исчезающих видов животных.

Восемнадцатилетний Кибури прибыл из зоопарка Logo Parque на Те-

нерифе и в полете получил поистине VIP-обслуживание: для того чтобы путешествие длиною в более чем 3000 километров прошло для него комфортно, гориллу переместили в специально изготовленный и продуманный до ме-

лочей комфортный ящик. На протяжении всего маршрута гориллу сопровождали пилоты и водители, команда служителей зоопарка, бортиженеров, специалистов-погрузчиков, служба безопасности. Во время своего VIP-перелета



Кибури, чей вес составляет 193 килограмма, а рост — 153 сантиметра, наслаждался питательным обедом из листовой зелени, перекусывал луком-пореєм и бананом и пил освежающий холодный фруктовый чай.

Приземлившись в Лондоне поздним вечером, горилла отдохнула до утра в аэропорту Хитроу, продолжив свой путь в зоопарк утром следующего дня. В финальном пункте назначения Кибури встречала команда ветеринаров и сотрудников зоопарка, которые, проведя оценку состояния гориллы, представили новому обитателю зоопарка его будущий дом — «Королевство горилл».

Рой Хьюс, вице-президент по операционной деятельности и авиации DHL в Европейском регионе: «Помочь Кибури переехать в Лондон было огромной честью. Логистические усилия по транспортировке гориллы не были сложными, но наши эксперты в тесном сотрудничестве с командами зоопарков в Лондоне и Тенерифе сделали все возможное для того, чтобы это путешествие прошло

комфортно и безопасно. Мы все в DHL чувствуем свою причастность и заинтересованы в этом природоохранном проекте, позволяющем сохранить редкие виды животных и с нетерпением ждем, когда Кибури обживется в своем новом доме».

Кибури возглавит группу горилл, уже проживающих во всемирно известном зоопарке в Лондоне. Она состоит из самок Мьюкуу и Эффи, а также юных Алики и Герноты, и все надеются, что в «Королевстве горилл» появится потомство.

Захватывающему путешествию предшествовали четыре года подготовки: после утраты самца Кумбука в 2018 году Лондонским зоопарком начаты поиски идеального кандидата, который заменил бы лидера семьи горилл. Работа велась совместно с координатором Европейской программы по исчезающим видам (ЕЕР), специализирующимся на западных равнинных гориллах и обладающим подробной информацией по каждой особи, состоящей на учете в программе.

По прибытии в свой новый дом Кибури предстояло исследовать территорию, которую составляет остров с богатой растительностью, и скрытыми от глаз пещерами, и джунглями со всеми природными барьерами, и препятствиями, которые выполняют роль своеобразного фитнес-зала для горилл. Смотритель гориллы в Лондонском зоопарке Глинн Хэннеси: «Мы чрезвычайно рады принять в нашу семью Кибури и выражаем

благодарность DHL за организацию первоклассной и продуманной до мелочей доставки для нашего "негабаритного груза". Теперь наша задача — это адаптация обновленной семьи, и в этом деле важно не торопиться: наблюдать и помогать особям знакомиться друг с другом в том темпе, в котором им самим это будет комфортно».



Операционный менеджер Лондонского зоопарка Дэн Симмондс, наблюдая за всем процессом, добавил следующее: «Число западных равнинных горилл в естественной среде средней и западной Африки уменьшается, подвергаясь таким опасностям, как браконьерство, болезни, вырубка лесов и климатические изменения. Наш зоопарк вносит свой вклад в спасение исчезающего вида, участвуя в программе разведения ЕЕР. Мы все ждем, когда вновь услышим, как в "Королевстве горилл" будет бегать малыш-горилла, чье рождение увеличит число исчезающего вида».

## DHL EXPRESS В РОССИИ ВОЗОБНОВИЛА УСЛУГИ ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ К ОПРЕДЕЛЕННОМУ ВРЕМЕНИ!

Клиенты снова могут отправить груз или документы за границу с доставкой до 9:00, 10:30 или 12:00 ближайшего возможного рабочего дня. С услугами DHL Express по доставке к определенному времени ваши адреса будут получать грузы к рассчитанному сроку.

Услуга «ЭКСПРЕСС 9:00/10:30 ЗА ГРАНИЦУ» предлагается для большинства крупнейших городов Евро-

пы, Ближнего Востока, Африки, Азии, Северной и Южной Америки. Мы гарантируем возврат надбавки в случае несоблюдения транзитного времени и принимаем грузы общим весом до 300 килограмм и отдельные грузы весом до 30 килограмм.

С услугой «ЭКСПРЕСС 12:00 ЗА ГРАНИЦУ» мы гарантируем возврат надбавки в случае несоблюдения транзитного времени и принимаем

грузы по одной накладной общим весом до 300 килограмм и отдельные грузы весом до 70 килограмм.

Для клиентов, работающих с DHL Express по договору, опция доставки к определенному времени доступна в приложении MyDHL+.

Подробнее о возможности доставки грузов за границу к определенному времени можно узнать на нашем сайте [express.dhl.ru](https://express.dhl.ru).

## В НАЧАЛЕ 2023 ГОДА ГЕНЕРАЛЬНЫМ ДИРЕКТОРОМ DHL EXPRESS В РОССИИ БЫЛ НАЗНАЧЕН ДМИТРИЙ ЖАРКОВ. ЧТО ДАННОЕ ВЫСОКОЕ КАДРОВОЕ ИЗМЕНЕНИЕ ОЗНАЧАЕТ ДЛЯ КЛИЕНТОВ DHL EXPRESS? ИЗМЕНИТСЯ ЛИ ЧТО-ТО В ОБСЛУЖИВАНИИ И ОТНОШЕНИИ К КЛИЕНТАМ КОМПАНИИ?

ЧТОБЫ ПОЛУЧИТЬ ОТВЕТЫ НА ЭТИ ВОПРОСЫ, МЫ ПООБЩАЛИСЬ С ДМИТРИЕМ — ЧИТАЙТЕ БОЛЬШОЕ ИНТЕРВЬЮ С НОВЫМ ГЕНЕРАЛЬНЫМ ДИРЕКТОРОМ DHL EXPRESS В РОССИИ НА СТРАНИЦАХ ЭТОГО НОМЕРА.



### НЕМНОГО ПРЕДЫСТОРИИ:

Дмитрий работает в компании практически три десятка лет и досконально знает все процессы и бизнес DHL. За эти десятилетия вместе с компанией он пережил не один кризис и не только был свидетелем того, как со временем росла и менялась компания, но и принимал личное участие в создании и адаптации многих процессов. Его колоссальный профессиональный опыт и понимание того, как должна развиваться DHL Express в России с учетом новых реалий, сегодня особенно ценны.



— ДМИТРИЙ, ВЫ СТОЯЛИ ПРАКТИЧЕСКИ У ИСТОКОВ DHL В РОССИИ И ИМЕЛИ ВОЗМОЖНОСТЬ НАБЛЮДАТЬ ЗА ТРАНСФОРМАЦИЕЙ КОМПАНИИ НА ПРОТЯЖЕНИИ ПОЧТИ ТРЕХ ДЕСЯТИЛЕТИЙ. DHL 90-Х, НУЛЕВЫХ И DHL НАЧАЛА 2020-Х СИЛЬНО ОТЛИЧАЮТСЯ?

— В первую очередь DHL периода 90-х — это в то время еще американская компания. Кроме внешне заметных отличий таких как, например, визуальное оформление бренда (в то время логотип DHL был еще бело-красным), компанию отличал и американский стиль управления. Вполне ожидаемо стиль менеджмента был непохож на тот, который был присущ тогда многим российским компаниям. Все основывалось на характерном для американского стиля управления сочетании: с одной стороны — четко прописанные процессы, с другой стороны — особый корпоративный дух и внимание к каждому сотруднику. Поражало то, на каком высокотехнологичном уровне были процессы, насколько уже в то время использовались имеющиеся в мире передовые технологии.



А какое было качество упаковки — знаменитые флайеры DHL в 90-е вызвали восторг у многих наших клиентов. В то время DHL в России только начинала развиваться, открывая офисы в крупных и стратегически важных городах, а ключевым направлением, согласно спросу рынка, в то время, конечно, был импорт.

В нулевых DHL Express в России стала очень активно расширять свою представленность в регионах, бизнес начал стремительно расти, появился большой спрос на экспресс-доставку по стране. В 2002 году DHL Express становится частью немецкой группы компаний Deutsch Post DHL (DP DHL) и превращается в знаменитую сегодня «желто-красную машину». На глобальном уровне подразделение Express из всей группы компаний DP DHL стало главным драйвером процесса глобализации и важнейшим элементом, способствующим развитию трансграничной торговли. Стоит отметить, что несмотря на изначально высокую технологичность процессов, присутствовавшую уже в 90-х, в нулевых произошли качественный рост и развитие внутренних систем компании, которые сделали клиентский опыт еще более комфортным, процессы — прозрачными, а работу сотрудников — еще более эффективной.



Следующие десятилетия, начиная с 2010 года, ознаменовались качественной трансформацией корпоративной культуры компании. Изменилась философия, что в итоге заложило прочный фундамент — ДНК DHL Express. К слову, именно корпоративная культура подразделения DHL Express легла в основу и была масштабирована на остальные бизнес-подразделения группы DP DHL. Тот импульс, то зерно, которое с успехом посеяло высшее руководство DHL Express, дало невероятный положительный эффект и изменило мировоззрение сотрудников:

появилось четкое понимание своей роли в общем деле, в общем успехе и нашей общей миссии — объединять людей, улучшая их жизнь. Ключевая мысль этой новой корпоративной идеологии заключается в том, что каждый сотрудник несет свой вклад и напрямую влияет на бизнес. Изменения были реализованы посредством тренинговых программ, амбассадорами которых стали сами сотрудники. Принципиально важным было то, что все тренинги вели не приглашенные тренеры, а исключительно менеджеры и сотрудники, причем не только руководящий состав, но и обычные инициативные сотрудники, ставшие фасилитаторами программы. В результате тренинги вели люди, отлично понимающие бизнес изнутри, искренне мотивированные усилить свои команды, объединив всех вокруг единой цели. Я с гордостью могу сказать, что много лет был фасилитатором данной программы и лично вел

тренинги, даже будучи членом совета директоров. Успех этих обучающих программ также заключался в том, что они были составлены простым, понятным для сотрудников языком и представлены в доступной форме, имели формат командной работы, а главное заложенные в них ценности были логичными и естественными. Это были не просто тренинги — это подход или, другими словами, философия. В середине той же декады в компании была представлена стратегия Focus, которая стала важной частью наших тренингов и закрепила ориентир на корпоративные кросс-функциональные принципы и ценности всей международной команды.

Я лично считаю, что это один из самых лучших проектов, когда-либо реализованных в DHL. Изменения сотрудников и их отношения к работе и компании повлияли буквально на все: сильная корпоративная культура обеспечила

высочайший уровень качества сервиса. Далее последовал мощный финансовый рост компании. Мотивированные сотрудники — это ключ к успеху компании!

Управляющим директором DHL Express в России в этот период был Адриан Марли, чье мировоззрение и отношение к тому, что сотрудники — главный актив компании, многократно усилило эффект от развертывания стратегии и тренинговых программ у нас в стране. Это способствовало наиболее гармоничной и эффективной трансформации, какую только можно себе представить. Могу с уверенностью сказать, что моя переоценка ценностей и приоритетов как профессиональных, так и личных, произошла именно благодаря работе с Адрианом и под его руководством.

**— У ТАКОГО ОПЫТНОГО ЛИДЕРА КАК ВЫ НАВЕРНЯКА ЕСТЬ СВОЙ ДЕВИЗ. ВЫ МОЖЕТЕ ЕГО ОЗВУЧИТЬ?**



— Мой жизненный девиз: «Каждый день — лучший день», и эта аффирмация отражает то настроение и тот подход, которыми пропитана атмосфера в DHL. Созидать позитивные изменения возможно тогда, когда ты работаешь в коллективе, где сотрудников уважают, их вклад ценится и заметен, а рабочая среда безопасна и позитивна.

**— ЧТО, НА ВАШ ВЗГЛЯД, ОТЛИЧАЕТ СОТРУДНИКОВ DHL ОТ СОТРУДНИКОВ ДРУГИХ КОМПАНИЙ?**

— Я очень ценю в людях честность, ответственность и открытость. Это дает основу для доверия. Все эти качества свойственны настоящему DHL-овцу. Наши сотрудники поддерживают друг друга, я это вижу на любом уровне. Если же говорить о том, что, на мой взгляд, отличает наших сотрудников, я бы ответил кратко — все наши сотрудники любят свою работу.

**— ДМИТРИЙ, ЕСЛИ ГОВОРИТЬ О КОРПОРАТИВНЫХ ЦЕННОСТЯХ И ПРИНЦИПАХ, ТО КАКИЕ ОНИ? И МОЖЕТЕ ПОПРОБОВАТЬ ИХ ПРИОРИТИЗИРОВАТЬ?**

— В DHL есть четко прописанные корпоративные принципы — это: «Я могу», «Скорость», «Энтузиазм» и «Всегда правильно». Для меня все они важны, и будет неправильно умалять значение даже одного из них.

Пожалуй, если говорить о том, какой из принципов откликается сейчас на фоне текущих событий наиболее ярко, то я бы выделил «Энтузиазм». Как я уже отмечал, мотивированные сотрудники, сотрудники с горящими глазами, любящие компанию и свою работу, гарантированно делают ее качественно и надежно. Работа, выполненная с душой, всегда качественная. Это считается нашими клиентами, и это создает прочные связи.

Следующий принцип — «Я могу» — это про extra-mile, про сверхусилие, про стремление сделать намного больше, чем прописано в твоих обязанностях. Это про неравнодушие, приверженность компании и опять же про понимание важности своего вклада в общее дело. Каждый влияет на общий успех.

Далее я бы поставил «Всегда правильно». Да, все мы знаем, что не ошибается только тот, кто ничего не делает. Этот принцип про правильное реагирование

на ошибку. Важно понимать цену ошибки, сделать выводы, исправить и не допустить ее повторения. И это снова про неравнодушие.

И заключительный принцип — «Скорость» не нуждается, как говорится, в рекламе — он говорит сам за себя и «зашит» в нашу ДНК, ведь DHL Express — это про скорость.

**— ГОВОРЯ О СКОРОСТИ, УДАЕТСЯ ЛИ DHL EXPRESS В РОССИИ В ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ ПРОДОЛЖАТЬ СООТВЕТСТВОВАТЬ РЕПУТАЦИИ САМОГО БЫСТРОГО ЭКСПРЕСС-ПЕРЕВОЗЧИКА?**

— Безусловно! У нас для этого есть наша экспертиза и глобальная сеть DHL Express. Мы делаем и продолжим делать все от нас зависящее для поддержки наших клиентов, продолжим связывать наших клиентов со всем миром. DHL работает по-прежнему быстро, надежно, качественно и, что немаловажно — прозрачно. Для понимания: в текущих условиях мы осуществляем доставку в европейские страны за 2–3 дня, в крупные города Азиатско-Тихоокеанского региона и в Северную Америку — за 3–4 дня, а в страны Латинской Америки — за 4–5 дней.

В эпоху глобализации, а, как показало исследование DHL Global Connectedness Index, даже пандемия не смогла остановить этот процесс, спрос на быструю и качественную трансграничную доставку растет. Потребитель научился активно использовать онлайн-шопинг, и пандемия только ускорила этот процесс, приведя в онлайн, например, более возрастные категории потребителей, ранее предпочитавшие покупать все в офлайн-магазинах. Электронная торговля продолжает расти во всем мире уверенными темпами, а мы остаемся надежным логистическим партнером, обеспечивающим экспресс-доставку в 220 стран мира.

Наша компания хорошо известна на рынке как надежный провайдер логистических услуг для бизнеса — мы традиционно были очень сильны в B2B-сегменте. И сегодня мы продолжаем активно работать в B2B, оказывая сервис по экспресс-доставке за границу для российских компаний и представительств международных корпораций, как для крупного, так и для среднего и малого бизнеса. Но, учитывая, насколько активно сейчас растет сегмент

электронной коммерции, мы также активно развиваем сотрудничество в сегменте B2C и обеспечиваем экспресс-доставку для множества российских интернет-магазинов, многие из которых, к примеру, ранее не были заинтересованы в экспорте, а в настоящее время переориентировались на международные рынки. Меняются времена, рынки, тренды, но не меняется надежность нашей международной сети и высочайшее качество оказываемых услуг.

Таким образом, мы продолжаем предлагать нашим клиентам в России все преимущества, которые имеет глобальная сеть DHL, частью которой является и остается DHL Express в России.

**— ДМИТРИЙ, У НАС ПОЛУЧИЛАСЯ ОЧЕНЬ ВДОХНОВЛЯЮЩАЯ БЕСЕДА, ДАЮЩАЯ УВЕРЕННОСТЬ В ТОМ, ЧТО DHL В РОССИИ, ИМЕЯ В СВОЕМ АРСЕНАЛЕ НЕ ТОЛЬКО КОЛОССАЛЬНЫЙ ОПЫТ, ПОДДЕРЖКУ МЕЖДУНАРОДНОЙ СЕТИ, НО И НЕВЕРОЯТНО ЭФФЕКТИВНУЮ КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ, ПРОДОЛЖАЕТ ПОМОГАТЬ РОССИЙСКОМУ БИЗНЕСУ ВЫХОДИТЬ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ РЫНКИ. ЧТО БЫ ВЫ ПОЖЕЛАЛИ КЛИЕНТАМ КОМПАНИИ?**

— Я хочу пожелать нашим клиентам продолжать развиваться и находить новые пути решения даже в тех беспрецедентных обстоятельствах, в которых мы все сегодня оказались. Мне хочется верить, что наши клиенты смогут даже в эти непростые времена увидеть и найти возможность для совершенствования и развития.

Я искренне благодарю наших клиентов за то, что они остаются с нами и верят в нас. Мы в свою очередь продолжим делать все от нас зависящее и помогать нашим клиентам с решением их логистических задач и будем четко следовать нашей миссии «объединять людей, улучшая их жизнь».

Беседу вели:  
Ольга Стрельцова,  
Наталья Кудрявцева



# ТРЕНДЫ В ОБЛАСТИ ЛОГИСТИКИ И ДОСТАВКИ В 2023 ГОДУ

СЕЙЧАС НЕСТАБИЛЬНОЕ ВРЕМЯ ДЛЯ МИРОВОЙ ТОРГОВЛИ. ГЕОПОЛИТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В МИРЕ, РОСТ ЦЕН НА ГАЗ, НЕХВАТКА РАБОЧЕЙ СИЛЫ И ПОВЫШЕНИЕ ЦЕН НА СЫРЬЕ ОКАЗЫВАЮТ ВЛИЯНИЕ НА ШИРОКИЙ СПЕКТР ОТРАСЛЕЙ, ПОЭТОМУ НЕУДИВИТЕЛЬНО, ЧТО МНОГИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ БУДУТ УДЕЛЯТЬ ПРИОРИТЕТНОЕ ВНИМАНИЕ УПРАВЛЕНИЮ РАСХОДАМИ В 2023 ГОДУ.

В начале года PwC провела опрос руководителей предприятий отдельных отраслей, которые интенсивно используют цепочки поставок, об их основных приоритетах на ближайшие 12–18 месяцев. «Повышение эффективности» и «управление или сокращение затрат» в логистических цепочках поставок были ведущими ответами среди респондентов — 63 % и 59 % соответственно<sup>1</sup>.

**ИТАК, КАКИЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОБЛАСТИ ЛОГИСТИКИ И ДОСТАВКИ ПОМОГУТ ПРЕДПРИЯТИЯМ ДОСТИЧЬ ЭТИХ ЦЕЛЕЙ В 2023 ГОДУ?**



## ВСЕ БОЛЬШЕ ПРЕДПРИЯТИЙ БУДУТ ВНЕДРЯТЬ АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

По данным Глобального института McKinsey, транспортная и складская отрасли имеют третий по величине потенциал автоматизации среди всех секторов<sup>2</sup>. ИИ (искусственный интеллект), машинное обучение и блокчейн — все это может быть применено, чтобы помочь предприятиям оптимизировать эффективность, минимизировать ошибки и снизить затраты в своих цепочках поставок. Направления автоматизации, которые будут развиваться в 2023 году:

### 1. МОБИЛЬНЫЕ РОБОТЫ

Следующее поколение автономных мобильных роботов (AMR), признанных компанией DHL Logistics Trend Radar в качестве последней инновации, использует планирование маршрута в режиме реального времени для более свободного передвижения вокруг препятствий, что делает их идеальными помощниками для этапа выполнения заказа.

Эта технология все еще относительно новая, но «когда мобильные роботы для работы внутри помещений будут задействованы на должном уровне, это поможет снизить затраты и повысить эффективность операций», — отмечается в DHL Logistics Trend Radar.

### 2. УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ

Не всегда легко предсказать потребительский спрос, особенно в текущих экономических условиях, которые подвергают предприятия риску наличия недостаточных или избыточных товарных запасов.

Тем не менее, программное обеспечение для автоматического управления запасами может сыграть решающую роль, предоставляя предприятиям полную видимость уровня запасов в режиме реального времени — даже тех, которые хранятся у сторонних логистических провайдеров. Дополнительные возможности включают анализ структуры продаж, который помогает спрогнозировать спрос и предложение; автоматизацию перечня товаров на основе данных инвентаризации и перераспределение маркетингового бюджета в пользу товаров, имеющихся на складе.



## ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПРОВАЙДЕРЫ РАСШИРЯТ СВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Согласно исследованию компании Accenture, одним из наиболее значимых факторов изменений в логистической отрасли являются ожидания клиентов<sup>3</sup>, при этом 91 % компаний признают, что клиенты теперь требуют комплексные логистические услуги, предоставляемые одним поставщиком.

5PL-провайдеры, такие как DHL, стали ценным активом для бизнеса. Поскольку цепочки поставок становятся все более сложными, модель 5PL эволюционировала, чтобы соответствовать требованиям. Провайдер 5PL удовлетворяет все логистические потребности клиента, сначала определяя его точные требования, а затем планируя, осуществляя и управляя всем решением в целом. 5PL-провайдеры обладают достаточным размером и опытом для поиска других поставщиков по цепочке поставок и управления ими, а также используют новейшие технологии для обеспечения оптимизации каждой точки соприкосновения. Одним словом, 5PL — это комплексное решение, способное удовлетворить все потребности в логистике и обеспечить своевременное выполнение всех задач. В 2023 году, когда цепочки поставок будут сталкиваться с новыми сбоем, роль 5PL будет важной как никогда.

«У традиционных логистических компаний нет другого выбора, кроме как меняться. Они должны стать более отзывчивыми, гибкими и устойчивыми. Их клиенты рассчитывают на это. И от этого зависит их актуальность и само существование», — заявили в Accenture<sup>4</sup>.



## ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ДЛЯ ОНБОРДИНГА

Согласно отчету NewVantage5, 9 из 10 компаний постоянно инвестируют в искусственный интеллект. Все чаще он применяется для развития сотрудников: например, по оценкам Gartner, к 2025 году 20 % бизнес-контента, включая обучающий контент, будет написано с помощью искусственного интеллекта<sup>6</sup>.

Этот путь позволяет компаниям сократить общее время приема на работу и адаптации, одновременно повышая производительность и вовлеченность сотрудников. Технология, основанная на данных, даже позволяет подбирать сотрудников на конкретные руководящие должности на основе навыков и мотивационных факторов.

Японский стартап Attuned<sup>7</sup> уже добивается успехов в этом направлении. Платформа утверждает, что «помогает компани-

ям создавать более счастливые и продуктивные рабочие места с помощью научно обоснованных данных и искусственного интеллекта, раскрывая глубокие и действенные идеи о том, что нужно их сотрудникам для большей вовлеченности и самореализации на работе»<sup>8</sup>. Программное обеспечение Attuned может измерять внутреннюю мотивацию сотрудников, чтобы они могли лучше понимать себя и опережать других коллегам.

Бизнес строится на людях, поэтому в ближайшем будущем ожидается увеличение инвестиций в искусственный интеллект для профессиональной подготовки и повышения квалификации.



## СПОСОБЫ ДОСТАВКИ, УЧИТЫВАЮЩИЕ УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ, БУДУТ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ СПРОСОМ

Как известно любому владельцу бизнеса электронной коммерции, доставка является неотъемлемой частью их сервиса и ключом к удержанию долгосрочных клиентов. Несмотря на то что акцент всегда делался на быстрой доставке, в последнее время наблюдается сдвиг среди покупателей, заботящихся об экологии. Исследование Descartes<sup>9</sup>, проведенное среди потребителей в Европе, США и Канаде, показало, что 54 % опрошенных готовы ждать заказ дольше, если он будет доставлен экологичным способом, а 20 % даже готовы заплатить больше.

В 2023 году все больше компаний будут стремиться найти баланс между удобством и экологичностью своих вариантов доставки, что является достойным инвестиций, говорится в исследовании Descartes. «Вместо того чтобы рассматривать устойчивое развитие как просто еще одну проблему, розничные продавцы должны увидеть в нем огромную возможность. Потребители намерены покупать больше у тех ритейлеров, которые считаются более устойчивыми».

Электромобили, конечно, не являются новым решением, но они прокладывают путь для других инноваций, таких как, например, электрические самолеты. В сентябре 2022 года DHL вошла в историю авиации, когда ее первый в мире полностью электрический самолет успешно совершил свой первый полет в Вашингтоне, США. Самолет «Алиса» (Alice) компании Eviation Aircraft — один из 12 самолетов, в которые лидер в области логистики инвестировал средства для достижения своей цели по нулевому уровню выбросов к 2050 году.

Сотрудничая с экологически ответственным поставщиком логистических услуг, компании могут привести свой бренд в соответствие с ожиданиями экологически сознательных клиентов в отношении доставки на «последней миле».

1 — PwC Digital Trends in Supply Chain Survey 2022

2 — Global Trade, ноябрь 2022

3 & 4 — Accenture, октябрь 2021

5 & 6 — Supply Chain Brain, декабрь 2022

7 и 8 — Attuned

9 — Descartes survey, FreightWaves, сентябрь 2022

# КАК ПРОДАВАТЬ НА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ: ОСОБЕННОСТИ РОЗНИЧНОГО ОНЛАЙН-ЭКСПОРТА

СОГЛАСНО ДАННЫМ АНАЛИТИЧЕСКОГО ИЗДАНИЯ INSIDER INTELLIGENCE, К 2025 ГОДУ ОБЪЕМ РОЗНИЧНЫХ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ В МИРЕ СОСТАВИТ 1/4 ОТ ОБЩЕГО ОБЪЕМА РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ. ДЛЯ СРАВНЕНИЯ: ЭТА ДОЛЯ В 2021 ГОДУ СОСТАВЛЯЛА 19,6 %. ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И СОПУТСТВУЮЩАЯ ЕЙ ТРАНСГРАНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ ОКАЗЫВАЮТ ПОЗИТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТНОГО БИЗНЕСА. НЕСМОТря НА ГЕОПОЛИТИЧЕСКУЮ СИТУАЦИЮ И ОГРАНИЧЕНИЯ, ПОЯВИВШИЕСЯ В 2022 ГОДУ, СПРОС НА РОССИЙСКИЕ ТОВАРЫ СОХРАНЯЕТСЯ, НАПРИМЕР, НА ТАКИЕ КАТЕГОРИИ КАК КНИГИ, ОДЕЖДА И ОБУВЬ, ИГРУШКИ, ТОВАРЫ ДЛЯ СПОРТА И ОТДЫХА. БОЛЕЕ ТОГО, ДЛЯ РОССИЙСКОГО ЭКСПОРТА ОТКРЫВАЮТСЯ НОВЫЕ ПЕРСПЕКТИВНЫЕ РЫНКИ И НАПРАВЛЕНИЯ.

О том, чего ожидают зарубежные покупатели и как сегодня начать продавать за рубеж онлайн, рассказывает вице-президент по продажам и маркетингу DHL Express в России Дмитрий Саутенков.

Прежде всего, независимо от страны и сегмента бизнеса, стоит следить за глобальными трендами в e-commerce, которые трансформируют рынок, и учиться быстро внедрять их в свой бизнес. К текущим трендам можно отнести омниканальность — синхронизацию всех каналов продаж между собой с сохранением единой коммуникации в сообщениях. То есть путь к покупке может начаться с поисковой системы Google, продолжаться через баннерную рекламу в браузере или через аккаунт компании в соцсети, а сама покупка может завершиться в мобильном приложении. Другим общемировым трендом была и останется персонализация предложения. Этот тренд необходимо учитывать для улучшения покупательского опыта, формирования лояльности

к бренду, удержания клиента, предложения ему продукта, максимально подходящего для удовлетворения возникшей потребности. Еще одной интересной тенденцией является виртуализация, применение технологий дополненной реальности (AR). Особенно актуально это может быть для fashion-сегмента. Например, примерка гардероба с применением возможностей AR улучшает покупательский опыт, сокращает количество возвратов продукции.

Помимо перечисленных трендов, которые направлены на укрепление отношений с текущими клиентами и/или выход на новые рынки сбыта, нужно понимать, какие особенности и потребности сегодня у иностранных покупате-

## 71%

потребителей готовы совершать покупки на платформах, где реализованы технологии дополненной реальности, а 40% согласны доплачивать за такую возможность.

лей. Конечно, у каждой страны своя специфика, и прежде чем приступить непосредственно к продажам, нужно изучить местный рынок, но сходства между покупателями все же есть.

### ОЖИДАНИЯ ЗАРУБЕЖНЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Потребитель хочет видеть различные варианты доставки товаров из интернет-магазина. Опция доставки напрямую влияет на конверсию на сайте магазина. Проанализировав данные более чем 80 B2B и B2C интернет-магазинов в США, специализирующихся на сегменте fashion, аналитики компании SimilarWeb выяснили, что в среднем конверсия интернет-магазинов, которые предлагают только один вариант доставки, составляет 1,91%, а при наличии четырех вариантов доставки (например, стандартной, экспресс-доставки, забора товара в пункте выдачи и опции получения заказа у двери, без необходимости встречаться с курьером) коэффициент конверсии достигает 5,15%.

Также более половины европейских потребителей хотели бы, чтобы интернет-магазины были более экологичными, в том числе внедряли способы доставки, наименьшим образом загрязняющие окружающую среду, и использовали экологичную упаковку.

## СОВЕТЫ ДЛЯ АДАПТАЦИИ САЙТА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА ПОД ЗАРУБЕЖНОГО ПОКУПАТЕЛЯ

### 1. ДОБАВИТЬ ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ

Поняв, какие рынки для компании являются перспективными для продаж, компания может нанять профессионального переводчика, стоимость которого окупится точным и понятным переводом предложения для клиента. Альтернативным способом станет внедрение на сайт специального приложения или плагина: например, если выбрана торговая платформа Shopify, Magento или WordPress / WooCommerce, то можно попробовать такие переводчики как Langify или TranslatePress.

Результаты опросов показывают, что адаптированный и локализованный для местного рынка контент сайта увеличивает конверсию на

## 70%

### 2. УПРОСТИТЬ ОПЛАТУ ТОВАРА

Быстрая и безопасная оплата заказа упрощает процесс покупки и повышает вероятность того, что клиент вернется вновь. Надо учитывать то, что в каждой стране свои предпочтения по оплате: в Швеции, например, предпочитают банковский перевод, британцы оплачивают покупки чаще электронными кошельками, а в Китае, где мобильные платежи являются важной частью повседневной жизни, сервис WeChat Pay насчитывает более 900 миллионов активных пользователей в месяц. Поэтому, важно провести небольшое исследование, чтобы выяснить, какие платежные сервисы наиболее популярны у вашей целевой аудитории в конкретной стране.

Безусловно, существенное влияние на экспортеров оказало отключение или приостановка работы на терри-

Адаптированный сайт или мобильное приложение под конкретную страну также способны повысить конверсию сайта и снизить процент отказа от корзины. Однако, статистика показывает, что продавцы получают в 2,2 раза больший доход от продаж в своих мобильных приложениях и меньший процент отказов в корзине, чем в мобильной версии веб-сайта. Более того, все больше людей переходят на шопинг с мобильного устройства.

Рост популярности такого метода совершения покупок объясняется удобством, экономией времени, возможностью использовать специальные промокоды, оплачивать товары в один клик, безопасностью платежей. Для того чтобы понять, на какие страны ориентироваться при продажах и что конкретно интересно вашим зарубежным покупателям, следует проверить трафик на сайте, например, с помощью Google Analytics или SimilarWeb. Данный аудит даст понимание продавцу, как и через какие платформы облегчить покупателю путь к совершению покупки.

## 72,9%

глобальных продаж в сегменте e-commerce пришли на m-commerce за прошлый год.

тории России глобальных платежных систем, таких как PayPal, Visa, Mastercard и пр. Поэтому важно тщательно проверить, с какими проблемами может столкнуться иностранный покупатель при оплате товара. Сегодня система оплаты усложнилась, но появились новые платежные решения, позволяющие принимать оплату из-за границы, например, «Робокасса». Обязательно протестируйте все возможные варианты оплаты, убедитесь, что все работает и что ваши клиенты в тех странах, куда вы отправляете товары, знают и доверяют этим платежным методам.

### 3. ПОДРОБНО РАССКАЗАТЬ О ДОСТАВКЕ ЗАКАЗОВ

Если вы нацелены продавать товары зарубежным покупателям, стоит убедиться, что клиенты знают об этом, например, добавив баннер или всплывающее окно на главную страницу сайта, а также проведя дополнительную коммуникационную поддержку в социальных сетях или с помощью email-рассылок. Опишите, какие варианты доставки предлагает магазин. По нашим наблюдениям, опция экспресс-доставки способствует повышению среднего чека даже без дополнительных усилий в сфере маркетинга. Также обязательно стоит рассказать клиенту о налогах и пошлинах — для иностранных клиентов их размер, а также процесс оплаты, будут различаться в зависимости от страны их местонахождения. Например, DHL Express предлагает варианты доставки с оплатой налогов и пошлин отправителем. Такой вариант доставки дает покупателям уверенность в том, что им не придется дополнительно оплачивать налоги и пошлины сверх стоимости товара.

# DHL И «ФОРМУЛА-1» УБРАЛИ МУСОР С ПЛЯЖА САН-ПАУЛУ

## «ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ГОНКА» ЗА ПРЕДЕЛАМИ АВТОДРОМА

В ПРЕДДВЕРИИ ГРАН-ПРИ БРАЗИЛИИ КОМАНДА DHL С НЕЗАВИСИМЫМ ХУДОЖНИКОМ ЭДУАРДО СРУРОМ ОБЪЕДИНИЛАСЬ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЕКТА, НАПРАВЛЕННОГО НА ПОВЫШЕНИЕ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ О ПРОБЛЕМЕ ЗАГРЯЗНЕНИЯ ПЛАНЕТЫ ОТХОДАМИ ИЗ ПЛАСТИКА

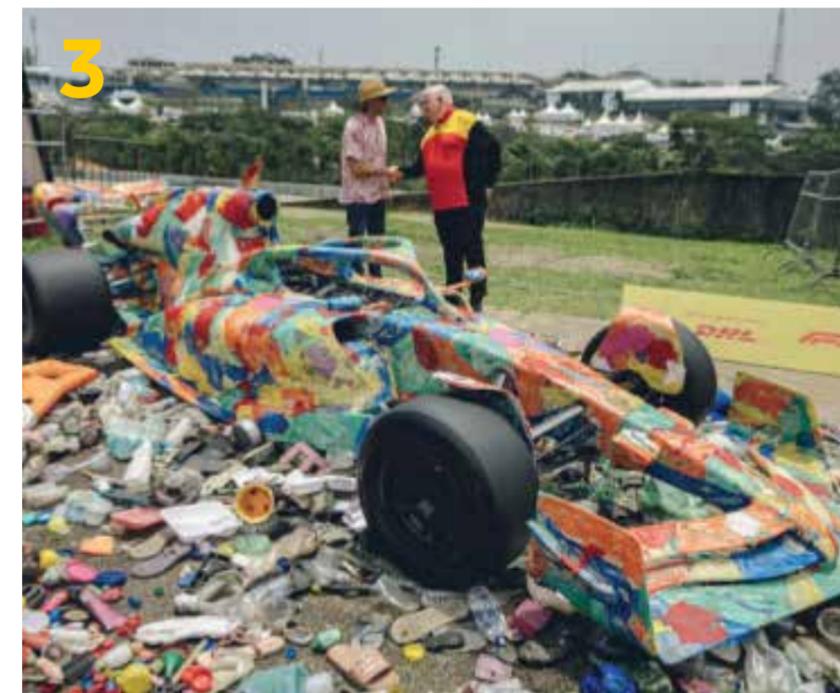


### 1. ЗАГРЯЗНЕНИЕ ПЛАСТИКОМ МОРЕЙ, ОКЕАНОВ И ПРИБРЕЖНЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Бразилия — четвертое по величине государство по объему образующихся пластиковых отходов. Ежегодно до 325 000 тонн оказываются в океанских водах, омывающих страну. Это значение можно сравнить с 406 250 гоночными болидами «Формулы-1». Весь этот мусор наносит колоссальный урон морским обитателям и всей береговой линии Бразилии.

### 2. УБОРКА ПЛЯЖА ОТ МУСОРА

Незадолго до этапа гонки «Формулы-1» DHL пригласила сотрудников и волонтеров на пляж Сан-Паулу для уборки мусора. Совместными усилиями было собрано 510 килограмм пластика, который мог бы оказаться в океане и нанести вред экосистеме планеты.



### 3. ХУДОЖНИК

Весь собранный мусор был доставлен Эдуардо Сруру — независимому бразильскому художнику, который специализируется на создании объектов искусства из элементов и фракций бытовых отходов. Образцы его работ завоевывают награды и выставляются в общественных пространствах, привлекая внимание общественности к вопросам защиты окружающей среды, способствуя проникновению искусства в жизнь людей и превращая искусство в инструмент, способный решать важные экологические задачи.

### 4. ПРЕЗЕНТАЦИЯ СКУЛЬПТУРЫ ИЗ МУСОРА

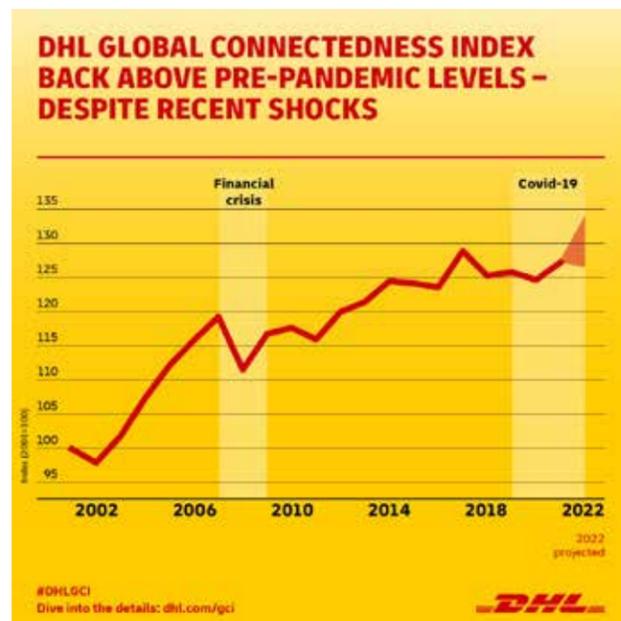
Приурочив создание своего нового арт-объекта к Гран-при Бразилии, Эдуардо трансформировал груды мусора в гоночный болид «Формулы-1» в реальном масштабе, создав тем самым символ, напоминающий всем нам, как важно думать о будущем планеты и изменить свое поведение и привычки. Скульптура была представлена на гоночной трассе Интерлагос в рамках пресс-конференции, посвященной экологической повестке DHL и «Формулы-1».



# ГЛОБАЛИЗАЦИЯ: ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ?

## ПО МАТЕРИАЛАМ ИССЛЕДОВАНИЯ «ИНДЕКС ГЛОБАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ DHL — 2022»

ВЫ ХОТИТЕ РАЗВИВАТЬ СВОЙ БИЗНЕС НА МЕЖДУНАРОДНОМ УРОВНЕ? ЧТОБЫ УСПЕШНО ПРОДАВАТЬ ЗА ГРАНИЦУ, НЕОБХОДИМО ПОНИМАТЬ БОЛЬШЕ ПРО РЫНКИ ДРУГИХ СТРАН. НЕДАВНО ОПУБЛИКОВАННОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ «ИНДЕКС ГЛОБАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ DHL — 2022», ОСНОВАННОЕ НА АНАЛИЗЕ БОЛЕЕ ЧЕМ 4 МИЛЛИОНОВ ТОЧЕК ДАННЫХ, ПОМОЖЕТ ВАМ СДЕЛАТЬ ЭТО.



### ГЛОБАЛИЗАЦИЯ УХОДИТ?

Некоторые эксперты озвучивают подобные прогнозы. Но на фоне глобальной нестабильности, геополитической напряженности и мирового роста цен на продукты питания и энергоносители как никогда важно основывать прогнозы и деловые реше-

ния на фактах. И именно это позволит вам сделать последнее издание отчета «Индекс глобальной интеграции DHL (DHL Global Connectedness Index (GCI)).

DHL GCI измеряет глобальную связанность, глобальную интеграцию — но что это такое? Проще говоря, это то, насколько конкретная страна связана

Люди часто воспринимают глобализацию как торгово-экономический термин, но на деле это гораздо больше. Глобализация также включает в себя трансграничные потоки капитала, информации и людей. Исследование «Индекс глобальной интеграции DHL — 2022» детально изучает 4 миллиона точек данных по этим четырем потокам, чтобы дать вам бесценную информацию о зарубежных рынках сбыта, на которых вам следует сосредоточить свое внимание.

**Текущая геополитическая ситуация и последствия пандемии проверяют глобализацию на устойчивость. Давайте разберемся, что это значит для вашего бизнеса? Ознакомьтесь с отчетом, чтобы отделить факты от вымысла и понять, что действительно поможет вашему бизнесу реализовать свои международные амбиции.**

с остальным миром. Общая связанность страны определяется путем измерения четырех потоков. Во-первых, поток торговли — сколько страна экспортирует и импортирует товаров и услуг; во-вторых, поток капитала, то есть инвестиции, которые поступают в страну и из нее; в-третьих, поток информации

между страной и другими странами, например, международный интернет-трафик и телефонные звонки. И, наконец, поток людей, например, количество международных поездок и миграции, в которых участвует страна.

Последнее издание DHL GCI опирается на 4 миллиона точек данных по 13 показателям этих четырех потоков между странами. Кроме того, GCI рассматривает эти показатели в контексте. Для этого учитывается как глубина (насколько большая часть деятельности страны является международной по сравнению с внутренней), так и широта (насколько поток распределен по странам).

Такое сочетание измеряемых метрик и контекста создает уникальные знания, которые могут помочь вам в принятии решения о развитии трансграничной торговли.



### ЛЮДИ: ЗАРУБЕЖНЫЕ ПОЕЗДКИ СОКРАТИЛИСЬ

По сравнению с уровнем до пандемии, международные поездки сократились на 70 % в 2020 и 2021 годах, и еще на 37 % в 2022 году. Однако, по прогнозам, в 2023 году ожидается увеличение этого показателя, прогнозируется, что он будет лишь на 5–20 % ниже уровня 2019 года.

В это же время наблюдается значительный рост числа беженцев и мигрантов.

Особое наблюдение, о котором стоит упомянуть, это экономическая напряженность между США и Китаем, крупнейшими экономиками, демонстрирующими снижение интеграции в большинстве международных потоков. В 2022 году, в связи с ростом напряженности в отношениях между двумя странами, усилились опасения, что это приведет к расколу мировой эконо-

Ниже приведены некоторые ключевые выводы из отчета GCI:

**Объем мировой торговли товарами**, снизившись в начале пандемии, быстро восстановился в 2020 и 2021 годах, и в 2022 году продолжил расти. К середине 2022 года он на 10 % превысил уровень, существовавший до пандемии. Торговля услугами также превысила допандемический уровень в 2022 году. Однако ожидается, что в 2023 году темпы роста снизятся из-за ослабления макроэкономических условий.

В 2021 году **потоки прямых иностранных инвестиций (ПИИ)** — когда инвестор, компания или правительство приобретают значительную долю в иностранной компании или проекте в другой стране — восстановились до допандемического уровня.

Однако ко второму кварталу 2022 года поток начал ослабевать как из-за геополитической ситуации, так и из-за замедления мировой экономики. В целом большинство новых мер в сфере мировой инвестиционной политики по-прежнему поддерживают ПИИ, хотя некоторые страны теперь, судя по всему, стремятся регулировать или ограничивать их.

Глобальные потоки акционерного капитала оставались довольно стабильными, несмотря на значительные колебания в сторону развивающихся рынков.

**Рост международных потоков данных**, таких как международный интернет-трафик, резко увеличился в 2020 году, но в 2021 и 2022 годах вернулся к допандемической тенденции.

Глобализация информационных потоков продолжается, но, похоже, замедляется, и ее дальнейшему росту может помешать введение странами более ограничительной политики.

мики на конкурирующие блоки. Однако доказательств этого пока очень мало.

### ОТ ГЛОБАЛИЗАЦИИ К РЕГИОНАЛИЗАЦИИ

Многие наблюдатели предсказывали переход к регионализации из-за геополитической напряженности и отсутствия доверия к цепочкам поставок. Однако до сих пор нет убедительных доказательств того, что регионализация становится тенденцией.

На самом деле, в последние годы торговля в среднем осуществляется на более дальние расстояния. И единственным из четырех ключевых потоков, измеряемых «Индексом глобальной интеграции», который в последнее время стал более регионализированным, является поток людей. Это объясняется тем, что во времена пандемии COVID-19 гораздо большая доля зарубежных поездок приходилась на близлежащие, а не дальние пункты назначения.

### НАИБОЛЕЕ ГЛОБАЛИЗОВАННЫЕ СТРАНЫ

В этом издании «Индекса глобальной интеграции DHL» рассматривается уровень глобализации 171 страны в период с 2001 по 2021 год.

В рейтинге стран по индексу глобальной интеграции DHL на верхней

строчке вновь оказались Нидерланды. Сингапур занял второе место в общем рейтинге и первое место по размеру международных потоков по отношению к внутренним.

Наиболее значительно в рейтинге поднялись Албания и несколько других стран Балканского полуострова. Мозамбик и Сьерра-Леоне также продемонстрировали значительный рост уровня глобальной интеграции после окончания гражданских войн в этих странах.

Россия поднялась на четыре пункта по сравнению с 2019 годом с 49 на 45 место. В 2021 году Россия прибавила в потоках товаров и капитала (+5) и (+6) пунктов соответственно, однако потеряла один пункт в международном потоке людей. Топ-трех ключевых наиболее связанных с Россией стран на основе материалов проведенного исследования: Казахстан (10 %), Китай (10 %) и Кипр (7 %).

Полный список самых глобально связанных стран, согласно четырем потокам GCI, можно посмотреть на нашем сайте: <https://www.dhl.com/gci>.

Благодаря отчету «Индекс глобальной интеграции DHL» вы получите подробные данные, которые помогут вам прийти к собственным выводам и принять собственные бизнес-решения.

# DHL ПРЕДСТАВЛЯЕТ РЕЗУЛЬТАТЫ ШЕСТОГО ИССЛЕДОВАНИЯ DHL LOGISTICS TREND RADAR:

## ДЕКАРБОНИЗАЦИЯ, РОБОТЫ, BIG DATA, ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ЦЕПОЧЕК ПОСТАВОК

Шестой выпуск исследования DHL Logistics Trend Radar объединяет 40 трендов, которые в течение следующего десятилетия будут формировать направления для ведения и оптимизации бизнеса, общества и технологий в мировой логистике. Из этих трендов декарбонизация, автоматизированные роботы, big data, диверсификация цепочек поставок и альтернативные энергетические решения окажут наибольшее влияние на трансформацию логистики. Отчет является результатом глубокого анализа макро- и микро-трендов, а также анализа многочисленных взаимодействий с клиентами и обширной сетью партнеров, включающих исследовательские институты, технологические компании и стартапы.

«События последних двух лет показали нам важность наличия надежных цепочек поставок. Мы видим, как предприятия превращают логистику из обычной внутренней операции в стратегический актив и источник ценности», — говорит Катя Буш, коммерческий директор DHL и руководитель отдела клиентских решений и инноваций DHL. «Мы считаем, что для достижения успеха в будущем требуются инновации, открытый обмен мнениями и интенсивное сотрудничество. В шестом выпуске DHL Logistics Trend Radar, мы вновь приглашаем наших клиентов и партнеров вместе формировать эру логистики».

Публикуемый каждые два года отчет DHL Logistics Trend Radar иллюстрирует наиболее важные социальные, экономические и технологические тенденции в сфере логистики, отслеживая их эволюцию. С 2015 года более 70 000 специалистов собрались в инновационных центрах DHL, чтобы обменяться мнениями с экспертами DHL и друг с другом. Отчасти такая практика стала возможной благодаря успешным виртуальным мероприятиям во время пандемии. Эти выводы обобщены и отражены в свежем отчете, который служит стратегическим и уникальным ресурсом для глобальной логистической компании, помогая формировать направление бизнеса и технологий.

«Уже более 10 лет DHL Logistics Trend Radar используется нашими клиентами, партнерами и коллегами как путеводная звезда, помогая ориентироваться в будущем», — добавляет Клаус Дорманн, вице-президент, руководитель отдела инноваций в Европе DHL Customer Solutions & Innovation. «В выпуске этого года мы представили новые тенденции, более актуальные для логистической отрасли, такие как компьютерное зрение, интерактивный искусственный интеллект, смарт-этикетки и формула DEIB (разнообразие, равенство, инклюзивность и принадлежность). Устойчивое развитие, безусловно, по-прежнему остается актуальной темой для наших клиентов сегодня, но обеспечение устойчивости цепочки поставок сейчас занимает центральное место в трансформации логистики. Представление о статусе-кво цепочки поставок, свя-

занное с эффективностью и операционным совершенством, в настоящее время дополняется пониманием того, что цепочка поставок является важным фактором создания ощутимой ценности».

## ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК ВЕДЕТ К ПОВЫШЕНИЮ УСТОЙЧИВОСТИ, ПРИ ЭТОМ КЛЮЧЕВУЮ РОЛЬ ИГРАЕТ ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ДАННЫХ

Поскольку кризисные ситуации, связанные с климатом и геополитикой, случаются все чаще, организации рассматривают возможности диверсификации своих цепочек поставок, стремясь сделать свою деятельность более гибкой и стабильной. Установление множества логистических цепочек, партнерство с несколькими конкурирующими поставщиками, выбор операторов в нескольких странах или регионах — вот некоторые из стратегий, которые могут использовать организации. Расширение экосистемы поставщиков и расширение производственных и распределительных сетей могут обеспечить повышение устойчивости, гибкости, оперативности реагирования и конкурентоспособности компаний. 76 % опрошенных предприятий планируют внести существенные изменения в свою базу поставщиков в течение следующих двух лет, чтобы обеспечить стабильность цепочки поставок. Ключом к созданию устойчивых цепочек поставок является визуализация данных. В этом случае big data помогает выявлять прошлые закономерности, выделять изменения статуса-кво

в настоящем времени и создавать прогнозы на будущее. Передовые организации, которые видят выгоду в своих цепочках поставок, способны анализировать огромные объемы, быстро накапливающихся неструктурированных данных, в то время как те, кто рассматривает только основные данные о транзакциях, упускают возможности для визуализации данных. Цифровые двойники — еще один тренд, помогающий повысить прозрачность бизнеса. Он позволяет усиливать процедуры прогнозируемого технического обслуживания на производстве, сокращая количество поломок на 70 % и поддерживая работоспособность цепочек поставок. Компьютерное зрение — еще один пример, который обеспечивает более эффективные процессы и более безопасные операции.

## ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ НА ПЕРВОМ МЕСТЕ В ПОВЕСТКЕ ДНЯ КАЖДОГО ЧЕЛОВЕКА

Тема экологической устойчивости все также актуальна, и в докладе этого года рассматриваются конкретные тенденции в области устойчивого развития, охватывающие системы и процессы, а не только технологии. Декарбонизация, альтернативные энергетические решения, цикличность переработки материалов и бережное отношение к окружающей среде — основные тренды на ближайшее будущее в логистической отрасли. В рамках тенденции к декарбонизации Всемирный экономический форум недавно обнаружил, что цепочка поставок с нулевым уровнем выбросов в среднем приведет к росту цен не более чем на 4 %.

Поскольку многие потребители готовы доплачивать за более экологичные решения, компании изучают решения по декарбонизации своих цепочек поставок. За последние пять лет 85 % потребителей стали «экологичнее» в своем потребительском поведении, а 65 % вносят частичные или полные изменения в свой образ жизни, подталкивая компании к изучению способов сделать свою продукцию более экологичной, зачастую уделяя особое

внимание цепочкам поставок. Что касается альтернативных энергетических решений, компаниям следует изучить вопрос планирования парка электротранспорта. Из 755 миллиардов долларов, инвестированных в энергетический переход в 2021 году, 36 % было инвестировано в электротранспорт. Одной из тенденций, которая потенциально может изменить бизнес-модели, является циркулярная экономика. В настоящее время только 8,5 % от общего объема потребления материалов в обществе перерабатывается или используется повторно. Перед логистическими компаниями открываются широкие возможности во всех сегментах цепочек поставок, позволяющие обеспечить устойчивое развитие с помощью принципов экономики замкнутого цикла и тем самым ответить на потребности своих клиентов.

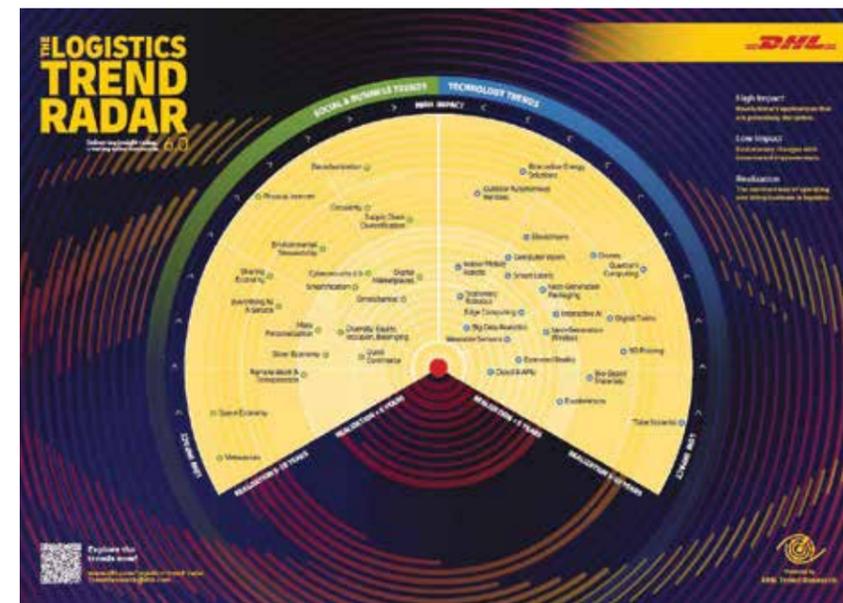
## АВТОМАТИЗАЦИЯ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОТКРЫВАЮТ НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ

Чтобы удовлетворять растущий потребительский спрос, компаниям необходимо будет учиться повышать производительность. Трендами в этом направлении станут использование мобильных и стационарных роботов. Мобильные роботы для помещений с годами значительно улучшились бла-

годаря постоянному технологическому прогрессу. Эти роботы теперь могут не только перемещать товары из одной точки в другую, но и помогать с погрузкой и разгрузкой контейнеров или грузовиков и даже оказывать помощь в обслуживании объектов, уборке и охране помещений. Стационарные роботы могут стать отличными помощниками на складах или в узловых центрах для оптимизации процессов. Будущее логистики невозможно представить без автоматизированных и роботизированных процессов.

DHL располагает четырьмя инновационными центрами в Германии, Сингапуре, США и ОАЭ, которые являются пионерами будущего логистики и стимулируют инновации, ориентированные на клиента, по всему миру. В этих творческих центрах проводятся семинары, экскурсии, мероприятия и воркшопы, позволяющие лучше понять потребности клиентов и определить действия для решения ключевых проблем цепочки поставок. DHL использует целенаправленный, систематический и клиентоориентированный подход к лидерству в области инноваций, разработок, новых передовых практик, трендов и во влиянии этих тенденций на логистику.

Шестое издание DHL Logistics Trend Radar, включающее информацию о проектах, доступно для бесплатного скачивания по адресу: [www.dhl.com/logistics-trend-radar](http://www.dhl.com/logistics-trend-radar).





# ГЛОБАЛЬНЫЙ РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ: МЕНЯЮЩИЕСЯ ТРЕНДЫ И НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ ПОСТОЯННО МЕНЯЕТСЯ. ЧТОБЫ ПОМОЧЬ ВАМ НЕ ОТСТАТЬ ОТ ЭТИХ ИЗМЕНЕНИЙ, МЫ ВЫДЕЛИЛИ 15 НАИБОЛЕЕ АКТУАЛЬНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЕ, ПРОВЕЛИ АНАЛИЗ ДАННЫХ И СФОРМУЛИРОВАЛИ НЕКОТОРЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ДАЛЬНЕЙШИМ ШАГАМ, ЧТОБЫ ПОМОЧЬ ВАМ МАКСИМАЛЬНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ТЕ ИЗ НИХ, КОТОРЫЕ ИМЕЮТ ОТНОШЕНИЕ К ВАШЕМУ БИЗНЕСУ. НО СНАЧАЛА ДАВАЙТЕ РАССМОТРИМ ЭТИ ТЕНДЕНЦИИ В КОНТЕКСТЕ, ВЗГЛЯНУВ НА ЛАНДШАФТ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ.

## СОВРЕМЕННЫЙ ЛАНДШАФТ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Глобальная пандемия ускорила переход от офлайн-розничной торговли к электронной коммерции. По данным Forbes, в 2023 году ожидается, что 20,8% мировых розничных покупок будут совершаться онлайн. Конкуренция в секторе электронной коммерции никогда не была такой жесткой, поэтому, чтобы оставаться впереди, владельцам бизнеса необходимо знать о последних тенденциях в электронной коммерции и учитывать их в своей стратегии развития.

### 1. AR И VR СПОСОБСТВУЮТ РОСТУ ОНЛАЙН-ПОКУПОК

Одной из самых значительных новых тенденций в электронной коммерции является использование дополненной реальности (AR — Augmented Reality) и виртуальной реальности (VR — Virtual Reality) для увеличения онлайн-покупок.

AR объединяет реальный, физический мир с генерируемым компьютером изображением и/или звуком. VR помещает пользователя в сгенерированную компьютером, но кажущуюся реальной среду с помощью гарнитуры VR. AR и VR могут дать покупателям гораздо более реалистичное представление о том, как на самом деле выглядит заинтересовавший их товар — например, как сидит предмет одежды или как выглядит оттенок краски на стене в комнате. Если эти технологии получат столь широкое распространение, как предсказывают некоторые эксперты, то у покупателей будет еще меньше причин посещать традиционные розничные магазины.

Тесса Уэртц, директор по маркетингу и партнерским программам eFelle.com, прогнозирует, что малый и средний бизнес все чаще будет использовать AR: «Мы ожидаем, что гораздо больше компаний будут использовать AR для своих продуктов и бизнесов — в такой степени, что это станет стандартной практикой в электронной коммерции и продажах через социальные сети. Мы уже видим, как AR используется в крупных компаниях, но я думаю, что скоро мы станем свидетелями того, что он станет мейнстримом для бизнесов всех размеров».

Предложение по дальнейшим шагам:

— Интеграция функций AR на ваш сайт или в мобильное приложение даст вашим клиентам лучшее представление о товарах, которые они покупают, и, в свою очередь, снизит процент возвратов.

## 15 главных тенденций в электронной коммерции

1. Дополненная реальность (AR) и виртуальная реальность (VR)
2. Голосовой и визуальный поиск
3. Сбор данных с помощью искусственного интеллекта
4. Персонализированные покупки
5. Дилемма возврата
6. Чатботы
7. Мобильная коммерция (M-Commerce)
8. Продажи через социальные сети (Social Selling)
9. Различные способы оплаты
10. Независимая работа Frontend'a и Backend'a (Headless-архитектура бизнеса)
11. Видеомаркетинг
12. Подписки
13. Экологичность и устойчивое развитие
14. Оптимизация для повышения конверсии
15. Электронная коммерция в B2B





## 2. ВОЗРАСТАЮЩАЯ ПОПУЛЯРНОСТЬ ГОЛОСОВОГО И ВИЗУАЛЬНОГО ПОИСКА

Голосовой поиск — быстрорастущая тенденция в сфере онлайн-покупок. Почти половина (47%) покупателей использовали технологию голосовых команд для совершения онлайн-покупки, и 58% остались довольны таким способом поиска.

Дальновидные владельцы бизнеса электронной коммерции должны будут оптимизировать свои интернет-магазины для голосового поиска в Google, используя ключевые слова и фразы.

Визуальный поиск, позволяющий потребителям осуществлять поиск с помощью изображений, сегодня является менее популярным в электронной коммерции: в настоящее время его предлагают только 8% брендов. Однако, учитывая, что 62% миллениалов и представителей поколения зумеров хотят использовать визуальный поиск, это лишь вопрос времени, когда такой поиск станет мейнстримом.

Предложение по дальнейшим шагам:

— Используйте семантическую стратегию вместо стратегии, основанной на ключевых словах — использование семантического ядра в SEO поможет технологии голосового поиска эффективнее распознавать голосовые запросы ваших клиентов, которые, как правило, отличаются от формулировок запросов, которые клиенты используют при наборе текста.

## 3. ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ (AI) БУДЕТ СОБИРАТЬ ЕЩЕ БОЛЬШЕ ДАННЫХ

Онлайн-покупатели ожидают действительно персонализированного опыта в онлайн-шопинге, и именно здесь новое поколение технологий, основанных на AI, является преобразующим. Оно способно понимать и оценивать данные о поведении покупателей на более глубоком уровне, и, таким образом, может помочь онлайн-ритейлерам повысить вовлеченность клиентов и конверсию.

Предложение по дальнейшим шагам:

— Возможности, которые открывает искусственный интеллект для электронной коммерции, безграничны. Некоторые из них позволяют улучшить работу уже сейчас.

— Основываясь на данных об истории просмотров, AI может помочь интернет-магазинам предлагать покупателям высоко персонализированные рекомендации товаров.

— AI может улучшить текстовый и визуальный контент, например, описания товаров, сделав их более точными и эффективными.

— Чат-боты на базе AI могут отслеживать предыдущее общение с клиентом и, таким образом, быстрее находить правильное решение.

## 4. ПОКУПКИ СТАНУТ БОЛЕЕ ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫМИ — ИЛИ НЕ СТАНУТ...

Данные, собранные искусственным интеллектом, позволяют онлайн-бизнесам предоставлять клиентам персонализированный опыт при совершении онлайн-покупки — например, предлагать индивидуальные рекомендации по товарам. Это стимулирует покупателей совершить покупку.

Однако потребители все чаще отказываются делиться своими данными. И этот тренд будет все более актуальным, когда персонализация выйдет за границы интернет-магазинов и начнет появляться и на других устройствах, например, в системах умного дома, благодаря Интернету вещей (IoT).

Предложение по дальнейшим шагам:

— Используйте историю покупок ваших клиентов, чтобы отправлять им предложения и скидки на сопутствующие товары.

— Обязательно всякий раз, когда вы запрашиваете у клиентов информацию, ссылайтесь на политику о конфиденциальности данных.

## 5. ВОЗВРАТ ТОВАРОВ ОСТАЕТСЯ ДИЛЕММОЙ

Проведенные исследования показывают, что бесплатный возврат товара является привлекательным для потребителей. Однако, если учесть, что по статистике около 30% всех онлайн-заказов возвращается, это делает данную функцию дорогостоящей для предпринимателей. Одной из новых тенденций электронной коммерции является взимание платы за возврат — в прошлом году такую практику

ввели такие розничные гиганты, как Zara и Uniqlo. Что же делать вашему бизнесу?

Предложение по дальнейшим шагам:

— Вы можете предложить бесплатный возврат товара своим клиентам на ограниченный пробный период, чтобы оценить, насколько рост продаж превысит ваши затраты.

## 6. ЧАТ-БОТЫ БУДУТ ПОВСЮДУ

Чат-боты будут все чаще использоваться для поддержки клиентов в электронной коммерции. Ожидается, что к 2030 году объем мирового рынка составит 3,99 миллиарда долларов США. Поскольку рынок электронной коммерции становится все более и более конкурентным, эффективный чат-бот, помогающий в обслуживании клиентов, может стать тем самым определяющим моментом, который не позволит разочарованному клиенту покинуть ваш интернет-магазин и отправиться за покупками в другое место, а поможет ему завершить покупку. Тщательно разработанные и продуманные чат-боты могут даже использовать предыдущие данные клиента, чтобы предугадать, какие товары ему понравятся, или предложить товар, который дополнит его недавнюю покупку, что еще больше будет способствовать увеличению продаж.

Предложение по дальнейшим шагам:

— Узнайте, как именно чат-боты могут изменить продажи в вашем бизнесе, прочитав статью про эту инновационную технологию.

## 7. ДОЛЯ МОБИЛЬНОЙ КОММЕРЦИИ БУДЕТ ПРОДОЛЖАТЬ РАСТИ

Мобильную коммерцию, или m-commerce, можно определить как покупку и продажу товаров и услуг с помощью беспроводных портативных устройств, таких как смартфоны и планшеты. Мобильная коммерция открывает большие возможности для вашего бизнеса, так как ваши покупатели могут совершать покупки в любое время и в любом месте.

Согласно данным Statista, объем розничной торговли, осуществленной через смартфоны, к 2024 году достигнет 400 миллиардов долларов США, что почти вдвое больше, чем в 2021 году.

Предложение по дальнейшим шагам:

— Убедитесь, что ваш текущий веб-сайт оптимизирован под мобильные устройства.

— Или, что даже лучше, подумайте над тем, чтобы инвестировать в специальное мобильное приложение — коэффициент конверсии в мобильном приложении на 130% выше по сравнению с веб-сайтами, просто оптимизированными под мобильные устройства.

## 8. ПРОДАЖИ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ ТОЖЕ РАСТУТ

По данным исследования компании Accenture, все больше социальных платформ позволяют потребителям покупать товары, не выходя из приложения. Ожидается, что к 2025 году объем социальных продаж утроится и достигнет 1,2 триллиона долларов США. Для небольших предприятий электронной коммерции, в частности, торговля через социальные сети представляет собой экономически эффективное направление продаж.

Предложение по дальнейшим шагам:

— Многие потребители используют социальные сети для изучения брендов перед покупкой, поэтому убедитесь, что на ваших страничках в социальных сетях достаточно много информации о продукции и фотографий хорошего качества. Обязательно оперативно отвечайте на вопросы ваших подписчиков.

— Добавьте функцию покупки непосредственно в социальных сетях, чтобы покупателям было проще совершать покупки у вашего бренда.

— Если вы используете Influence-маркетинг, сосредоточьтесь на вовлечении подписчиков, на увеличении Engagement Rate (ER) и не просто на привлечении большого количества подписчиков.



### 9. РАЗЛИЧНЫЕ СПОСОБЫ ОПЛАТЫ

Решения для приема онлайн-платежей постоянно развиваются. В настоящее время в центре внимания находятся услуги «Купи сейчас — заплати потом». Они позволяют онлайн-покупателям оплачивать покупки в рассрочку и предлагаются такими компаниями, как Klarna, PayPal и Afterpay.

Предложение по дальнейшим шагам:

— Вероятность завершения покупки на 70% выше, если предпочитаемый способ оплаты отображается в качестве опции при оформлении заказа, поэтому предлагайте покупателям различные способы оплаты.

— Если вы продаете товары иностранным покупателям, обязательно изучите местные платежные предпочтения.

### 10. ВСЕ БОЛЬШЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ПЕРЕЙДУТ НА HEADLESS-АРХИТЕКТУРУ БИЗНЕСА

В ходе недавнего исследования, проведенного компанией Salesforce, 80% руководителей предприятий заявили, что планируют перейти на headless-архитектуру своего онлайн-бизнеса. Что же это такое и почему это одна из самых популярных тенденций в онлайн-продажах? Проще говоря, headless commerce — это решение нового поколения в электронной коммерции, подразумевающее независимую работу frontend'a и backend'a веб-сайта или приложения. Оно использует интерфейсы программирования приложений (API) для доставки контента на любую внешнюю платформу. В результате покупатели смогут совершать онлайн-покупки через устройства интернета вещей (IoT), такие как умные колонки, умные фитнес-устройства или даже умные холодильники, а не только через обычные компьютеры, ноутбуки и смартфоны. Объединяя все эти маршруты онлайн-покупок, headless commerce повышает гибкость и добавляет новые возможности продаж. А поскольку она может быстро подключать новые каналы продаж, она также может оптимизировать и многоканальные продажи. Все эти преимущества сделают headless commerce одной из самых перспективных тенденций в электронной коммерции.

Предложение по дальнейшим шагам:

— Для малого бизнеса добавление API к существующей торговой платформе станет правильным первым шагом в направлении headless commerce. С помощью него они смогут настроить свой интерфейс, чтобы создать точный вид и стиль своего бренда.

### 11. ЗНАЧЕНИЕ ВИДЕОМАРКЕТИНГА

Видео может дать покупателям гораздо большее представление о товаре, нежели даже самое подробное описание, поэтому совершенно неудивительно, что видеомаркетинг является растущей тенденцией в сфере онлайн-шопинга. С помощью видео можно лучше показать размеры товара и его внешний вид, показать, как он работает. Чем больше покупатель знает о товаре до покупки, тем меньше вероятность того, что он его вернет, что в конечном счете экономит ваши деньги.

Предложение по дальнейшим шагам:

— Экспериментируйте с видео на своих каналах в социальных сетях: отзывы клиентов и How to руководства — отличный способ увеличить вовлеченность аудитории.

### 12. ПОДПИСКИ

Онлайн-подписки могут как повысить удобство для ваших клиентов, так обеспечить предсказуемый и регулярный доход. Подписки могут быть использованы для всего: от стриминговых сервисов до регулярной доставки продуктов питания и других предметов первой необходимости. Модель продаж по подписке также набирает популярность среди миллениалов, так что, похоже, она сохранит свою актуальность в ближайшее время.

Предложение по дальнейшим шагам:

— Клиенты любят выгодные предложения — они оформят подписку на ваши товары или услуги только в том случае, если она окажется дешевле, чем разовые покупки, поэтому будьте готовы предлагать подписчикам скидки.

— Создайте ощущение комьюнити, избранности, предоставляя особые привилегии подписчикам — например, промокод на скидку в день рождения.

### 13. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ СТАНОВИТСЯ НЕОБХОДИМОСТЬЮ

Экологически сознательные потребители все чаще предпочитают делать покупки у экологических брендов. Помимо минимизации упаковки и использования переработанных материалов для своих товаров, где это возможно, вам необходимо также внимательно относиться к тому, кого вы выбираете в качестве логистического партнера.

Предложение по дальнейшим шагам:

— Поговорите с DHL! Компания-лидер в области логистики поставила перед собой амбициозную цель — добиться нулевого уровня выбросов к 2050 году — и некоторые цели уже достигнуты. DHL готова предложить широкий спектр услуг GoGreen — от климатически нейтральных перевозок до компенсации выбросов углерода.

### 14. ОПТИМИЗАЦИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ

В текущем экономическом климате, когда люди стараются тратить меньше, крайне важна конверсия посетителей вашего интернет-магазина в покупателей. Использование инструментов оптимизации конверсии (Conversion Rate Optimization — CRO) может помочь вам добиться этого. К ним относятся инструменты анализа поведения, инстру-



менты веб-аналитики и тестирования CRO. По данным Verfacto, средний ROI (коэффициент рентабельности инвестиций в проект) от использования инструментов CRO составляет более 223%. Использование правильной комбинации данных инструментов поможет вам обеспечить наилучший пользовательский опыт для ваших покупателей и эффективно конвертировать трафик в продажи.

Предложение по дальнейшим шагам:

— Изучите такие инструменты CRO, как Hotjar и Glassbox для качественного анализа данных и Google Analytics или Mixpanel для количественных данных

### 15. ПРОДОЛЖАЮЩИЙСЯ РОСТ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В B2B

Наряду с онлайн-торговлей в B2C-сегменте, электронная коммерция в B2B также получила толчок в развитии благодаря пандемии COVID, поскольку традиционные B2B-сделки были также перенесены в онлайн. Кроме

того, данные изменения в сторону онлайн происходят и благодаря увеличению числа представителей поколения миллениалов на ключевых руководящих позициях, связанных с принятием решений в сфере B2B. Это поколение, которое выросло с интернетом и предпочитает изучать товары онлайн, а не общаться с продавцами по телефону или лично. В целом, рост электронной коммерции в B2B-сегменте представляется устойчивой тенденцией, которая скорее всего будет и далее ускоряться и пойдет вспять.

Предложение по дальнейшим шагам:

— Посмотрите наш специальный раздел на сайте, посвященный электронной коммерции в B2B или поговорите с вашим коммерческим представителем, чтобы максимально использовать все возможности этого развивающегося сектора. Если вы не уверены, что знаете имя вашего коммерческого представителя, пожалуйста, свяжитесь с отделом по обслуживанию клиентов по телефону 8 (800) 7000-345 или в удобном вам мессенджере на нашем сайте.

### КАКИМ ЖЕ ТЕНДЕНЦИЯМ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ СЛЕДОВАТЬ?

Конечно, не все тенденции, описанные выше, будут актуальны для вашего бизнеса, но есть некоторые индикаторы, которые можно использовать. Для начала внимательно следите за тем, о чем говорят в вашей отрасли. Если об одной из тенденций, например, пишет авторитетный отраслевой блогер, вероятно, стоит изучить ее подробнее. Аналогично внимательно смотрите и будьте в курсе последних исследований и отчетов о тенденциях в вашей отрасли.

Еще один хороший индикатор — ваши собственные клиенты. Используйте аналитику для отслеживания их поведения и получения информации. Используя полученные данные, вы сможете решить, подойдет ли та или иная тенденция онлайн-покупок вашим клиентам.

И, конечно же, вы всегда можете напрямую попросить своих клиентов оставить обратную связь — это всегда хороший и ценный источник информации. Наконец, посмотрите на ваших конкурентов. Что они делают и работает ли это у них? Затем сделайте собственные выводы.



# DHL EXPRESS СЕГОДНЯ

**1984**

НАЧАЛО РАБОТЫ  
DHL В РОССИИ



БОЛЕЕ  
**650**  
СОТРУДНИКОВ

**190**

СЕРВИСНЫХ  
ОТДЕЛЕНИЙ

ОБСЛУЖИВАЕМ БОЛЕЕ  
**8500** ГОРОДОВ  
И НАСЕЛЕННЫХ  
ПУНКТОВ В РФ



БОЛЕЕ  
**650**

ТРАНСПОРТНЫХ  
СРЕДСТВ В РОССИИ



**3** ТАМОЖЕННЫХ  
ТЕРМИНАЛА  
НА ТЕРРИТОРИИ РФ



СОЗДАНИЕ КОМПАНИИ  
В **1969**

ГОДУ ОТКРЫЛО МИРУ НИШУ  
ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ



**148 000**

СЕРВИСНЫХ ОТДЕЛЕНИЙ  
ВО ВСЕМ МИРЕ

БОЛЕЕ  
**320**

САМОЛЕТОВ

ОКОЛО **34 500**  
АВТОМОБИЛЕЙ  
ВО ВСЕМ МИРЕ



МЫ ИСПОЛЬЗУЕМ  
БОЛЕЕ **500**  
АЭРОПОРТОВ ПО ВСЕМУ  
МИРУ



ДОСТАВКА  
В **220** СТРАН  
И ТЕРРИТОРИЙ

## DHL ВСЕГДА НА СВЯЗИ



Наш канал в Telegram



Подписывайтесь  
на нас в соцсетях  
и получайте  
полезную  
информацию  
первыми!

Наша группа в Вконтакте



Мы в Яндекс Дзене



**ИСПАНИЯ**

DHL провела первый саммит «Эра логистики устойчивого развития» (The Era of Sustainable Logistics), в рамках которого на одной площадке встретились свыше тысячи участников — эксперты в области устойчивого развития и игроки рынка логистических услуг. Задачей форума был поиск новых решений и подходов, которые способствуют экологически чистому будущему планеты.

**БРАЗИЛИЯ**

В целях привлечения внимания к проблеме загрязнения планеты бытовыми отходами, в преддверии этапа гонки «Формулы-1» в Бразилии DHL запустила совместный проект с бразильским художником Эдуардо Сруром, который соорудил гоночный болид в реальном масштабе, используя мусор, собранный сотрудниками DHL совместно с волонтерами на пляжах Сан-Паулу.

**САН-ФРАНЦИСКО, ИСТ-МИДЛАНДС, АМСТЕРДАМ, МАЛЬПЕНСА**

DHL начала использовать экологичное авиопливо (SAF) для заправки собственного авиапарка.

**ДАНИЯ**

DHL Freight перенаправила грузовой поток по маршруту Дания–Германия с автомагистрали на железную дорогу, что сократит уровень выбросов вредных газов более чем на 11 000 тонн в год.

**ГЕРМАНИЯ**

В Лейпцигском хабе состоялось тестирование автономной робособаки «Спота», разработанной инженерной компанией «Бостон Динамикс».

**ИТАЛИЯ, КОМО**

В этом году компания DHL стала главным партнером Всемирного саммита по счастью (WONASU) — мероприятия, посвященного вопросам физического и ментального благополучия и объединяющего экспертов в этой области с целью популяризации и масштабирования данной темы.

**АВСТРИЯ**

В рамках программы GoGreen DHL Express в Австрии содержит 10 пчелиных ульев в Гунтрамсдорфе численностью порядка 400 000 пчел и планирует установить еще 10 ульев, что поспособствует сохранению популяции этого ценного для будущего планеты насекомого.

**ИНДИЯ**

Волонтеры DHL от Мексики до Индии собрались вместе для уборки пляжей от мусора, поддержав международную экологическую акцию Mother Ocean Day.

**КИТАЙ**

DHL в Китае внедрила в свой автопарк 8 грузовиков, работающих на водороде, которые сократят выбросы углекислого газа на 170 тонн в год, суммарно преодолевая 20 000 км ежемесячно.

**МАЛАЙЗИЯ**

DHL и малайзийский дизайнер Кристи Нг запустили линейку одежды из экологичных материалов в желто-красных фирменных оттенках DHL. Тематика и настроение коллекции связаны с путешествиями и навеяны непрерывным движением, мобильностью, сменой стран и континентов — тем, чем «живет» DHL, доставляя грузы клиентам в различные точки мира.





# СИЛА И ЭКСПЕРТИЗА МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМАНДЫ

Обеспечивая надежную доставку в 220 стран мира,  
мы помогаем сделать ваш бизнес глобальным



[express.dhl.ru](https://express.dhl.ru)  
8(800) 7000-345