

ДОСТАВЛЕНО

DHL Express – Excellence. Simply delivered

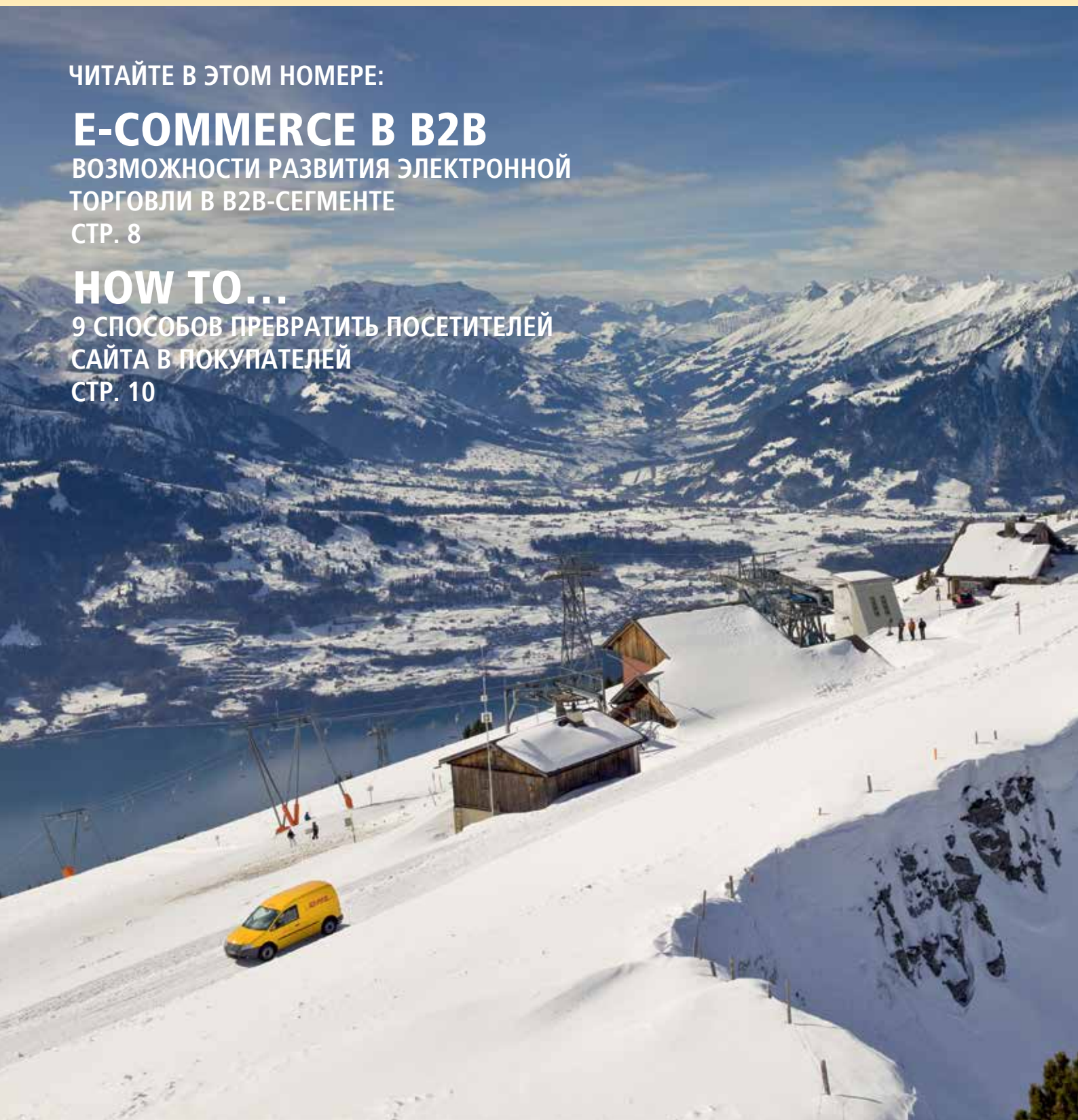
ЧИТАЙТЕ В ЭТОМ НОМЕРЕ:

E-COMMERCE В B2B

ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ
ТОРГОВЛИ В B2B-СЕКТОРЕ
СТР. 8

HOW TO...

9 СПОСОБОВ ПРЕВРАТИТЬ ПОСЕТИТЕЛЕЙ
САЙТА В ПОКУПАТЕЛЕЙ
СТР. 10





ДОРОГИЕ ЧИТАТЕЛИ,

Предновогодний период — это не только ожидание волшебного праздника, но и горячая пора для бизнеса. Наша компания — не исключение. Все хотят завершить дела и успеть отправить подарки своим партнерам и близким — и тысячи желтых машин DHL Express стремительно перемещаются по разным городам, странам и континентам с единственной це-

лью — доставить грузы точно в срок. В «жаркие» декабрьские дни мы доставляем до 100 000 грузов ежедневно. Так что курьеры DHL Express зачастую даже вынуждены обгонять сани Деда Мороза, а во многих городах мира, где на центральных площадях разворачиваются рождественские ярмарки, им приходится ловко искать пути объезда. В этом номере нашу рубрику Photostory мы как раз посвятили самым знаковым рождественским ярмаркам мира.

В канун Нового года принято подводить итоги уходящего и строить планы на будущий год. DHL Express направляет значительные инвестиции в свою международную сеть, прежде всего, чтобы соответствовать высоким ожиданиям наших клиентов и предоставлять безупречный сервис. Мы стремимся постоянно развивать нашу инфраструктуру и, используя инновационные технологии и индивидуальный подход к клиентам, предлагать лучшие решения на рынке, в том числе в области электронной коммерции.

Содействие развитию трансграничной электронной торговли по-прежнему останется одним из наших

ключевых приоритетов и в новом году. Теме e-Commerce посвящены сразу несколько материалов этого номера. Мы рассказываем, какие преимущества от онлайн-продаж могут получить игроки B2B-рынка, какие возможности для экспорта российской продукции открывает перед нашими производителями Франция, а также даем рекомендации по повышению конверсии интернет-магазина. Надеюсь, наши материалы будут интересны и полезны для вас.

От лица компании DHL Express и от себя лично поздравляю вас с наступающим, 2019 годом и Рождеством! Желаю, чтобы ваш дом был наполнен любовью, чтобы во всех делах вам сопутствовала удача, а мы позаботимся о том, чтобы вам по-прежнему было легко и комфортно работать с нами! Счастья и благополучия вам и вашим близким в новом году!

С уважением,
Адриан Марли,
управляющий директор
DHL Express в СНГ и странах
Юго-Восточной Европы

Издание для клиентов компании DHL Express. Адрес редакции: 127083, Москва, ул. 8 Марта, д. 14. Электронная почта: rumcs@dhl.com. Главный редактор: Елена Ершова. Тираж: 950 экземпляров. Распространяется бесплатно. Присылайте нам ваши вопросы, идеи и предложения. Будем рады осветить предложенные темы в следующих номерах журнала «Доставлено DHL».



4 НОВОСТИ

- СЪЮЗИ ГУДОЛЛ УСПЕШНО СПАСЕНА
- DHL EXPRESS В РОССИИ ЗАПУСТИЛА СЕРВИС ОНЛАЙН-ОПЛАТЫ УСЛУГ ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ
- GREAT PLACE TO WORK® ПРИЗНАЛА DHL EXPRESS ОДНИМ ИЗ ЛУЧШИХ РАБОТОДАТЕЛЕЙ 2018 ГОДА В МИРЕ
- НАГРАДЫ DHL ПОЛУЧИЛИ ВАЛЬТЕРИ БОТТАС И ASTON MARTIN RED BULL RACING

7 ИНФОГРАФИКА

ЭВОЛЮЦИЯ DHL PARCELCOPTER

8 ШАГ ВПЕРЕД

ВАЖНЫ ЛИ КЛИКИ В B2B?

10 HOW TO...

9 СПОСОБОВ ПРЕВРАТИТЬ ПОСЕТИТЕЛЕЙ САЙТА В ПОКУПАТЕЛЕЙ

12 КАК НАЧАТЬ ПРОДАЖИ В...

ФРАНЦИЯ: «СВОБОДА, РАВЕНСТВО, БРАТСТВО»

14 ИСТОРИЯ УСПЕХА С DHL

РАСИДА ЛАКОБА: «DHL EXPRESS — ЭТО ПО-НАСТОЯЩЕМУ СИЛЬНОЕ ПЛЕЧО ПОДДЕРЖКИ»

18 PHOTOSTORY

ЛУЧШИЕ РОЖДЕСТВЕНСКИЕ ЯРМАРКИ МИРА

21 DHL SOCIALIZER

22 DHL WORLDWIDE

СЬЮЗИ ГУДОЛЛ УСПЕШНО СПАСЕНА

Сьюзи Гудолл, бесстрашная яхтсменка, которую компания DHL поддерживала в кругосветной гонке Golden Globe Race 2018, успешно спасена после серьезнейшего шторма в Южном океане.

На протяжении гонки единственная женщина и самая молодая участница соревнования Сьюзи Гудолл уверенно удерживала четвертое место, следуя за лидерами. Пройдя 20 000 морских миль (более 37 000 км) за 157 дней, преодолев большую часть маршрута и оставив позади Европу, Африку и Австралию, яхтсменке пришлось завершить участие в гонке после того, как она попала в сильнейший шторм в 3 200 км к западу от мыса Горн. Из-за ветра скоростью 60 узлов (более 110 км/ч) ее яхта DHL Starlight перевернулась, центральная мачта оказалась сломана, и почти полностью отказало рулевое управление.

Согласно регламенту гонки Golden Globe Race спортсмены должны управлять своими яхтами с максимально простым оснащением в одиночку, не останавливаясь для получения внешней помощи. Для навигации они должны пользоваться секстантами и бумажными картами, не при-

бегая к электронным приборам и автотопилам. Записи в судовой журнал вносятся от руки, а прогноз погоды яхтсмены определяют самостоятельно. Им разрешается время от времени общаться с близкими и поддерживать связь с внешним миром с помощью высокочастотной радиосвязи и любительского радио. В экстренных ситуациях участники могут воспользоваться спутниковыми телефонами и современным спасательным оборудованием.

Сигнал бедствия с яхты Сьюзи поступил в службу береговой охраны Фалмута 5 декабря в 11:00 UTC. Сообщение было передано организаторам Golden Globe Race и в морскую поисково-спасательную службу Чили. Власти Чили связались с ближайшим к местонахождению Сьюзи кораблем и попросили о помощи. В результате успешной спасательной операции спортсменка поднялась на борт гонконгского контейнерного судна «Тянь Фу», следовавшего из Китая в Аргентину, и 18 декабря сошла на берег в чилийском городе Пунта-Аренас.

«Я хотела бы выразить глубокую признательность всем, кто участвовал в моем спасении, и DHL — за под-

держку на протяжении всего моего путешествия. Хотя я не планировала оказаться в Чили, я рада быть здесь сейчас», — заявила Сьюзи Гудолл.

Генеральный директор DHL Express в Европе Джон Пирсон отметил: «Мы очень гордимся Сьюзи, которая продемонстрировала свой сильный характер и следовала принципу «Я могу!» на протяжении всего пути, вдохновляя всех нас в DHL. Конечно, мы расстроены, что Сьюзи пришлось сойти с дистанции, но мы уверены, что впереди у нее еще много новых достижений. Мы очень благодарны всем, кто принял участие в ее спасении, и рады возможности поприветствовать ее в Чили».

В кругосветке Golden Globe Race продолжают участие только пятеро из восемнадцати яхтсменов, стартовавших из порта Ле-Сабль-д'Олон во Франции 1 июля 2018 года. Яхта лидера гонки француза Жана-Люка Ван ден Хеде также перевернулась во время шторма, но ему удалось отремонтировать ее в море. Ожидается, что именно он станет победителем гонки. Согласно расчетам, Ван ден Хеде прибудет к финишу 23 января 2019 года.



DHL EXPRESS В РОССИИ ЗАПУСТИЛА СЕРВИС ОНЛАЙН-ОПЛАТЫ УСЛУГ ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ



Компания DHL Express стала первой среди операторов российского рынка экспресс-доставки и логистики, запустившей сервис онлайн-оплаты своих услуг банковской картой. Опция доступна для заказа доставки документов и грузов в более чем 6 000 населенных пунктов на территории России, а также из России в 220 стран мира.

Теперь всего в несколько кликов на сайте zakaz.dhl.ru можно не только оформить заказ на доставку документов или груза, заполнить накладную и вызвать курьера, но и оплатить услу-

гу онлайн. Для оплаты клиенту достаточно ввести данные своей банковской карты на защищенной странице. Уведомление о совершении оплаты и электронный чек направляются клиенту на адрес электронной почты.

Одна из ключевых особенностей новой опции — отсутствие границ — в любой географической точке России и мира, в любое время суток пользователь на сайте может заказать и оплатить экспресс-доставку грузов или документов. При этом заказать и оплатить услугу может не только отправитель, но и получатель груза, а также третья сторона, заинтересованная в доставке.

«Сегодня для большинства интернет-пользователей онлайн-покупки, а также платежи за приобретенные товары и услуги стали привычным делом. Более 90 % россиян регулярно пользуются онлайн-платежами. Вместе с тем, в бизнесе экспресс-доставки и логистики в России такая опция оплаты не была представлена. В отличие от онлайн-платежей в интер-

нет-магазинах, где стоимость к оплате известна, как только сформирована корзина, при заказе услуги доставки расчет окончательной стоимости возможен только после приема груза курьером и определения его веса и габаритов. Это делает процесс реализации онлайн-оплаты более сложным на стороне провайдера услуг», — прокомментировала появление нового сервиса вице-президент по продажам и маркетингу DHL Express в России Анна Клинскова. «Я рада, что DHL Express стала первой компанией экспресс-доставки на российском рынке, которая смогла реализовать эту опцию для своих клиентов. Как лидер рынка и инновационная компания, мы стремимся не только предоставлять сервис наивысшего качества, но и делать максимально комфортным взаимодействие между нашей компанией и потребителями. Надеюсь, что наши клиенты по достоинству оценят новый удобный сервис, простоту процесса заказа и оплаты услуг на нашем сайте», — подчеркнула Анна Клинскова.

GREAT PLACE TO WORK® ПРИЗНАЛА DHL EXPRESS ОДНИМ ИЗ ЛУЧШИХ РАБОТОДАТЕЛЕЙ 2018 ГОДА В МИРЕ



Компания DHL Express заняла шестое место в мировом рейтинге лучших работодателей 2018 года по версии Great Place to Work® и журнала FORTUNE. Консалтинговая компания Great Place to Work®, специализирующаяся на исследованиях в области управления персоналом, ежегодно проводит программу сертификации, в рамках которой оценивает условия работы

сотрудников различных организаций. В 2018 году в исследовании приняли участие 12 млн человек из более чем 7 000 компаний, из числа которых были выбраны 25 лучших работодателей в мире. Ключевым критерием оценки стал уровень доверия, на основе которого анализировались отношения сотрудников с руководством и коллегами и их отношение к работе.

«В DHL Express мы строим бизнес-стратегию, опираясь на наших мотивированных сотрудников. Мы уверены, что мотивация персонала напрямую влияет на удовлетворенность и лояльность клиентов, что в итоге приводит нас к успеху в бизнесе. Наш самый

ценный актив — это более 100 000 сотрудников. И я рад, что наши инвестиции в персонал обеспечивают такие устойчивые результаты», — заявил генеральный директор DHL Express Кен Аллен.

«Построить корпоративную культуру, основанную на доверии, непросто, но именно это ценят сотрудники компаний во всем мире. В успешных организациях руководители смело принимают на себя этот вызов, и именно их передовой опыт доказывает миллионам компаний в мире, что стать лучшим работодателем — актуальная и достижимая цель», — заявил генеральный директор Great Place to Work® Майкл Буш.

НАГРАДЫ DHL ПОЛУЧИЛИ ВАЛЬТЕРИ БОТТАС И ASTON MARTIN RED BULL RACING



25 ноября в Абу-Даби (ОАЭ) завершился сезон Formula 1® 2018 года. Как и в предыдущие годы, компания DHL, официальный логистический партнер Formula 1®, представила две специальные награды. Премию за наибольшее количество лучших кругов в сезоне DHL Fastest Lap Award получил пилот Mercedes-AMG Petronas Motorsport Вальтери Боттас, премию за самые быстрые пит-стопы DHL Fastest Pit Stop получили механики команды Aston Martin Red Bull Racing.

Экспертиза DHL в логистике крупных мероприятий в области авто- и мотоспорта насчитывает более 35 лет. Используя свой многолетний опыт, DHL способствует успеху проведения чемпионата, ведь гонка Formula 1® невозможна без идеальной организации логистики.

В рамках глобального партнерства с Formula 1® DHL обеспечивает логистическую поддержку на всех этапах чемпионата, оказывая содействие в доставке грузов для команд: от болидов и шин до топлива и запчастей,

оборудования для ТВ-трансляций и сопутствующего оборудования. Доставка грузов осуществляется наземным, воздушным и морским транспортом.

Для DHL гонка Formula 1® продолжается в течение 365 дней. Схема

логистики разрабатывается и утверждается в январе, перед началом сезона. Детальное планирование маршрута является одним из наиболее важных элементов для обеспечения надежной доставки к началу гонки.



ЭВОЛЮЦИЯ DHL PARCELCOPTER

DHL ОСУЩЕСТВЛЯЕТ РАЗРАБОТКУ И ТЕСТИРОВАНИЕ СОБСТВЕННОГО ДРОНА-ДОСТАВЩИКА DHL PARCELCOPTER УЖЕ 5 ЛЕТ. ЭТА МОДЕЛЬ БЕСПИЛОТНОГО ЛЕТАТЕЛЬНОГО АППАРАТА СОЗДАНА СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ДОСТАВКИ В ОТДАЛЕННЫЕ И ТРУДНОДОСТУПНЫЕ МЕСТА.

DHL PARCELCOPTER

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ

Дрон уже используется для полностью автоматической доставки в некоторые участки Баварских Альп с суровыми климатическими условиями, находящиеся высоко над уровнем моря, а также населенные пункты на немецких островах в Северном море. В 2018 году DHL успешно завершила тестирование Parcelcopter 4.0, который доставлял лекарства на остров на озере Виктория в Восточной Африке.

PARCELCOPTER 4.0

Тип: конвертоплан
Размах крыльев: 1 780 мм
Грузоподъемность: до 4 кг
Скорость: около 130 км/ч
Система управления: автономная
Зона полетов: озеро
Место тестирования: Мванза/остров Укереве
Дальность полета: 65 км
Перепад высот: нет



3-й квартал
2018



PARCELCOPTER 3.0

Тип: конвертоплан с поворотными крыльями
Размах крыльев: 2 200 мм
Грузоподъемность: до 2 кг
Скорость: около 70 км/ч
Система управления: автономная
Зона полетов: горный регион
Место тестирования: Райт-им-Винкль/Винкльмоосальм
Дальность полета: 8,3 км
Перепад высот: около 500 м



1-й квартал
2016



PARCELCOPTER 2.0

Тип: квадрокоптер
Размах крыльев: 1 030 мм
Грузоподъемность: до 1,2 кг
Скорость: около 43 км/ч
Система управления: автономная
Зона полетов: открытое море
Место тестирования: Норддайх/Юйт
Дальность полета: 12 км
Перепад высот: нет



4-й квартал
2014



PARCELCOPTER 1.0

Тип: квадрокоптер
Размах крыльев: 1 030 мм
Грузоподъемность: до 1,2 кг
Скорость: около 43 км/ч
Система управления: ручная
Зона полетов: пересечение реки
Место тестирования: Бонн
Дальность полета: 1 км
Перепад высот: нет



4-й квартал
2013



ВАЖНЫ ЛИ КЛИКИ В B2B?

В ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ ПРОДАЖИ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ В СЕГМЕНТЕ B2B ЗНАЧИТЕЛЬНО ВЫРОСЛИ, НО ВСЕ ЕЩЕ ОТСТАЮТ ОТ B2C. ВМЕСТЕ С ТЕМ, ПРАВИЛЬНО ВОСПОЛЬЗОВАВШИСЬ МОМЕНТОМ, ИГРОКИ B2B-РЫНКА МОГУТ СДЕЛАТЬ РЫВОК ВПЕРЕД С ПОМОЩЬЮ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ.

В розничной торговле e-Commerce во многих отношениях становится торговлей как таковой. В настоящее время интернет-магазины пользуются крайне высокой популярностью — это либо розничные гиганты, которые сознательно выходят в Интернет, либо бренды, изначально появившиеся в сети и осуществляющие продажи в Интернете. Вместе с тем возможности для развития электронной коммерции существуют не только с точки зрения розничных потребителей.

Сегодня электронная коммерция в B2B-сегменте — развивающаяся область. Forrester Research прогнозирует, что к 2021 году только в США она достигнет 1,2 трлн долларов США и составит 13,1 % всех B2B-продаж. В течение следующих пяти лет трансграничные B2B-транзакции, по оценкам Forrester Research, достигнут 1,2 трлн долларов с общим объемом онлайн-сектора B2B в 9 трлн долларов.

Возможность получить как можно больше из оставшихся 86,9 %, не охваченных онлайн-торговлей, является очевидным вызовом для сектора B2B. Компании, которые это понимают, уже начали разрабатывать инновационные онлайн-платформы, учитывающие специфику совершения B2B-покупки.

Например, компания Ferguson Enterprises, крупнейший дистрибьютор сантехники в США, значительно расширила свое присутствие с точки зрения электронной коммерции. Обеспечив онлайн-продажи различным клиентам, работающим в промышленности и строительстве, рост e-Commerce продаж компании в B2B составил 3 млрд долларов в 2017 году. Компания сосредоточилась на развитии базы знаний и практических пособий в сфере электронной коммерции, которые бы



отвечали потребностям их клиентов, включая такие функции, как поиск по сайту, учебные пособия по использованию веб-сайтов, видео-библиотеки, детализированные каталоги продукции, отслеживание наличия товаров

в режиме реального времени и портал с персонализированным контентом для клиентов. В отличие от стандартного B2C-сайта, в своем интернет-представительстве компания Ferguson разработала специальные функции,



направленные непосредственно на B2B-покупателя, такие как обработка повторных заказов, различные способы доставки, коммерческий кредит, расчет налогов и таможенных платежей и эффективная политика возврата и отмены заказа. Все это подкрепляется системой интерактивной поддержки клиентов по различным каналам.

«Все, что мы делаем в области электронной коммерции, направлено на наших клиентов, — отмечает директор по маркетингу компании Ferguson Майк Брукс. — В нашей отрасли нехватка высококвалифицированных специалистов в сочетании с быстро меняющимися ожиданиями клиентов создает необходимость постоянно наращивать и совершенствовать наш онлайн-опыт».

Однако пока такие перспективные e-Commerce-решения, как у Ferguson, не являются нормой. В плане принятия новых стратегий в сфере электронной коммерции, B2B-сегмент значительно отстает от B2C.

ВЫИГРЫШНЫЕ СТРАТЕГИИ

«Переход на электронную коммерцию — это непростое дело для B2B-бизнеса», — комментирует генеральный директор DHL Express в Европе Джон Пирсон. Он отмечает, что есть риски и потенциальные проблемы: «Компаниям необходимо осознавать, что e-Commerce-решения, которые они выбирают, являются наиболее оптимальными для них и их клиентов. Им нужно четко понимать, что и для чего они делают, а не просто сказать: «Хорошо, наш конкурент N делает это, поэтому и нам надо».

Вместе с тем Джон Пирсон видит в этой ситуации и много возможностей: «В настоящее время все больше наших B2B-клиентов либо усиливают свое онлайн-присутствие, либо развивают стратегию омниканальности. Те компании, которые правильно используют эту ситуацию, получают значительные преимущества, и верная стратегия может открыть огромные возможности по всему миру».

В центре любой стратегии развития электронной коммерции должен быть клиентский путь, его четкое понимание. Здесь не так много отличий от традиционной B2B-торговли, но есть моменты, когда e-Commerce-решения в сфере B2B становятся неэффективными и слишком сложными по сравнению с традиционными каналами продаж.

Специализирующаяся на исследованиях рынка B2B компания B2B International пришла к выводу, что только 14 % крупных B2B-компаний предлагают в полном смысле клиентоориентированные сервисы в сфере электронной коммерции. В то же время в отчете KPMG 2017 года B2B Customer Experience: Winning in the Moments that Matter говорится, что электронная торговля в сегменте B2B сильно отстает в области персонализации и требует слишком много времени и усилий от покупателей.

ПРЕОДОЛЕВАЯ СОПРОТИВЛЕНИЕ К ПЕРЕМЕНАМ

Адъюнкт-профессор маркетинга в Тринити-колледже (Дублин), директор Центра цифрового бизнеса Трини-

ти Лоран Музеллец считает, что причина отставания электронной коммерции в B2B от B2C кроется в обеих сторонах процесса.

По его мнению, компании по-прежнему неохотно отказываются от офлайн-продаж в пользу электронной коммерции, в то время как в промышленном и коммерческом секторе покупки все еще совершаются на основе укоренившихся привычек.

Однако Лоран Музеллец уверен, что это сопротивление можно преодолеть, сделав процесс более плавным и повсеместным. По его словам, увеличение инвестиций в интернет-решения по управлению поставками — это верный шаг вперед.

Генеральный директор DHL Express в Европе Джон Пирсон также отмечает, что B2B-компании должны мотивировать своих клиентов, создавая отвечающие их запросам решения и пользовательский опыт, подобный представленному на розничных онлайн-платформах. «Все мы делаем онлайн-покупки. Эта установка формировалась некоторое время и сейчас укрепились настолько, что мы готовы транслировать этот опыт и на работу, — говорит он. — B2B-компании должны многое учитывать. И пользовательский опыт — один из ключевых моментов: если он невелик, его польза равна нулю».

Также важную роль, особенно в трансграничной электронной торговле, играет логистика. По словам Джона Пирсона, скорость и надежность доставки и отслеживания являются основой основ. Чтобы добиться успеха, электронная коммерция в B2B должна предлагать то, что уже является нормой в онлайн-ритейле: стратегию логистики с несколькими вариантами доставки, предоставляющую покупателю выбор и удобство.

«Более того, развитие электронной коммерции в B2B должно рассматриваться как непрерывный процесс, а не разовое отклонение, — комментирует Джон Пирсон. — Вы должны постоянно внедрять инновации и инвестировать средства в эту сферу, будь то обновление вашего сайта или активации в цифровом маркетинге. Вам необходимо оставаться на волне, поскольку рынок все время развивается».

9 СПОСОБОВ ПРЕВРАТИТЬ ПОСЕТИТЕЛЕЙ САЙТА В ПОКУПАТЕЛЕЙ



КОМПАНИИ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИЕ ПРОДАЖУ ТОВАРОВ ЧЕРЕЗ СВОЙ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН, ЧАСТО СТАЛКИВАЮТСЯ С ПРОБЛЕМОЙ НИЗКОЙ КОНВЕРСИИ. ВРОДЕ БЫ ЕСТЬ ОТЛИЧНЫЙ САЙТ, СТИЛЬНЫЕ ФОТОГРАФИИ И ИНТЕРЕСНЫЙ КОНТЕНТ, ПОРАБОТАЛИ НАД ФУНКЦИОНАЛОМ И ЮЗАБИЛИТИ, А КЛИЕНТЫ ВСЕ РАВНО УХОДЯТ, ТАК И НЕ СДЕЛАВ ЗАКАЗ. НАШИ РЕКОМЕНДАЦИИ ПОМОГУТ ВАМ ИЗБЕЖАТЬ ПУСТЫХ КОРЗИН.

1 ПРАВИЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ ПОКУПАЮТ БОЛЬШЕ

Освойте принципы поискового маркетинга и выделите бюджет на Google Adwords, Яндекс.Директ или Facebook. Чем более заинтересованные пользователи приходят на ваш сайт, тем больше товаров они купят.

2 НАЙМИТЕ SEO-СПЕЦИАЛИСТА

Найдите профессионала в области поисковой оптимизации, который хорошо разбирается в современных тенденциях, или используйте инструменты для выбора эффективных ключевых слов, аналогичные Яндекс Wordstat и Google Keyword Planner. При этом тексты на вашем сайте должны быть понятными для пользователей.

3 УЧИТЕСЬ У ЭКСПЕРТОВ

Можно найти большое количество рекомендаций по повышению конверсии: например, одним из инструментов является кнопка "call to action" (CTA). Изменение ее размера, цвета, положения или текста на ней может значительно улучшить ваши показатели.

4 МОТИВИРУЙТЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ К РЕГИСТРАЦИИ

До трети пользователей покидают сайты, когда им требуется пройти регистрацию. Вы можете предложить потенциальному покупателю зарегистрироваться, но регистрация не должна быть обязательной. Вместо этого расскажите о ее преимуществах. Сделайте форму для ввода данных простой и запрашивайте только самую необходимую информацию.



5 ВСЕГДА ТЕСТИРУЙТЕ

Постоянное тестирование и отслеживание поведения пользователей с непрерывным совершенствованием взаимодействия с покупателями – вот рецепт успеха таких гигантов электронной торговли, как Amazon, ASOS и Made.

6 АПСЕЙЛ – ЛУЧШАЯ СТРАТЕГИЯ

Основной принцип апсейла — предложение улучшенного товара или дополнительных продуктов. Например, если клиент хочет купить смартфон с камерой 12 Мп, высока вероятность, что он сможет заинтересоваться и более дорогим гаджетом с камерой на 16 Мп и объемом памяти 128 Гб.

7 ПОСТАВЬТЕ СЕБЯ НА МЕСТО КЛИЕНТА

Некоторые клиенты охотно откликаются на предложения, стимулирующие к увеличению объема заказов, а других подобные приемы могут, напротив, демотивировать. Старайтесь думать так же, как ваш покупатель, и продолжайте тестировать различные подходы, пока не найдете оптимальный именно для вас.

8 БУДЬТЕ ОСТОРОЖНЫ СО СКИДКАМИ

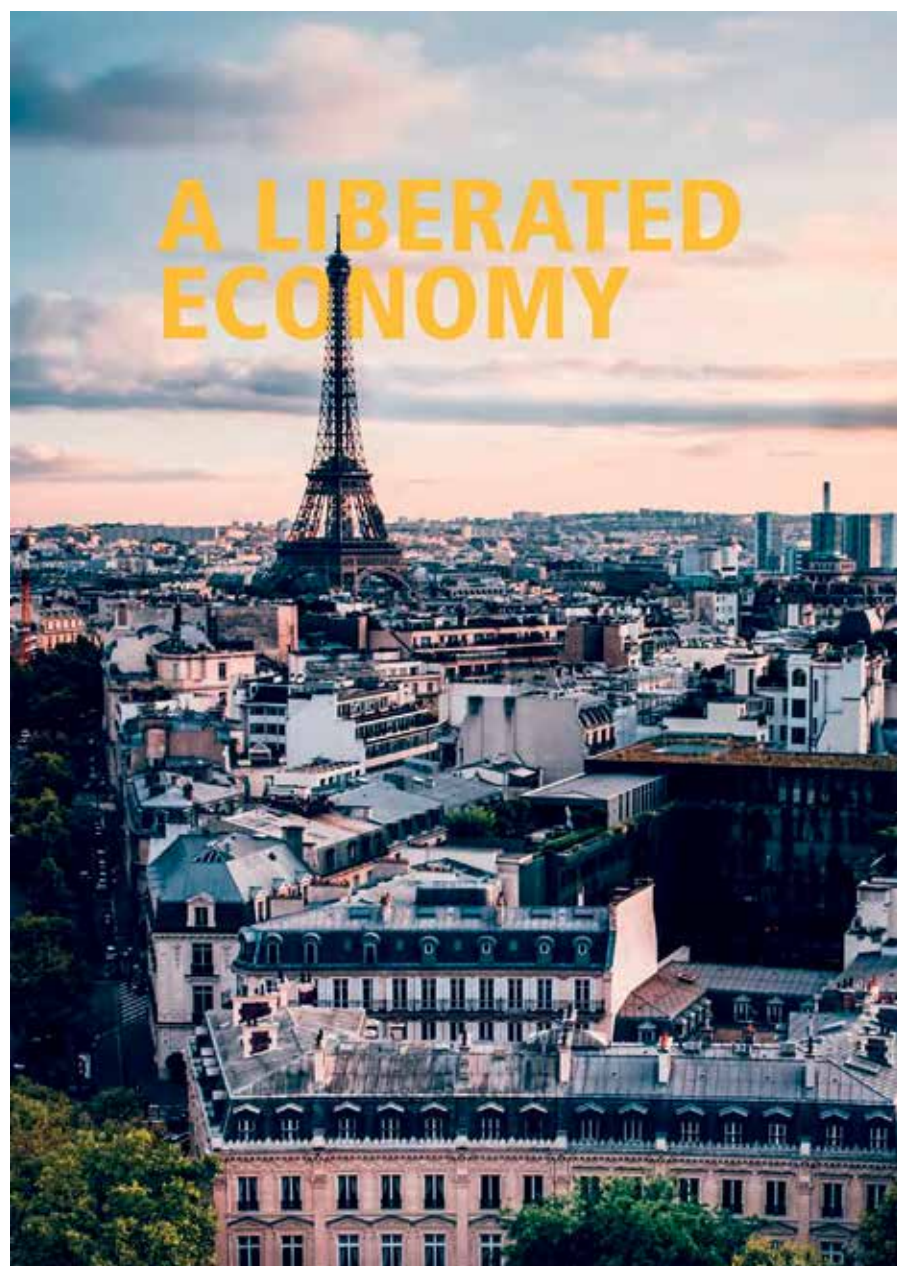
Скидки помогают привлечь трафик и увеличить объем продаж в краткосрочной перспективе, но без четкой постановки целей такие кампании могут привести к обесцениванию вашей продукции. Поэтому, даже если скидки привлекают большую потребительскую аудиторию, оцените их влияние на вашу прибыль.

9 НЕ ГОНИТЕСЬ ЗА ПРИВЛЕЧЕНИЕМ НОВЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Затраты на каждого нового потребителя могут быть до 5 раз больше, чем на существующего клиента. Поэтому так важно разработать стратегию удержания покупателей. Чем более долгосрочные отношения вы выстраиваете с клиентами, тем меньше вложений требуется для сохранения их лояльности.

ФРАНЦИЯ: «СВОБОДА, РАВЕНСТВО, БРАТСТВО»

В НАШЕЙ РУБРИКЕ «КАК НАЧАТЬ ПРОДАЖИ В ...» МЫ РАССКАЗЫВАЕМ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ СТРАН И РЕГИОНОВ И ВОЗМОЖНОСТЯХ В E-COMMERCE, КОТОРЫЕ ОНИ ОТКРЫВАЮТ. ТАК, НАПРИМЕР, ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЯ ВО ФРАНЦИИ ПОКАЗЫВАЕТ БЫСТРЫЙ РОСТ – КАК ОЖИДАЕТСЯ, СЕГМЕНТ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ БУДЕТ РАСТИ ПРИМЕРНО НА 8,5 % ЕЖЕГОДНО ДО 2022 ГОДА.



СТРУКТУРА ФРАНЦУЗСКОЙ ЭКОНОМИКИ

УСЛУГИ – 79,3 %
ПРОИЗВОДСТВО – 18,3 %
СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО – 2,4 %

ИНДУСТРИИ С НАИБОЛЬШИМ ПОТЕНЦИАЛОМ ДЛЯ ЭКСПОРТА ВО ФРАНЦИЮ

МАШИНОСТРОЕНИЕ

Отрасль машиностроения показала в 2016-2017 гг. рост на 20 %. От турбин и реактивных двигателей до бойлеров и оборудования по производству микрочипов – на машиностроение высокий спрос.

МЕТАЛЛ И СТАЛЬ

Металл, сталь и другое сырье в течение 2016-2017 гг. показали невероятный прирост – на 60 %. Цинк, никель, свинец, железная руда, шлак, зола – все демонстрируют рост.

МОДА

Учитывая, что Франция – родина высокой моды, неудивительно, что мода – крупнейший сектор онлайн-продаж в этой стране, который растет на 8 % ежегодно.

ЭКОНОМИКА ВОЗРОЖДЕНИЯ

ВВП показывает самые высокие цифры роста с 2011 года, в то время как президент Франции Эммануэль Макрон намерен провести ряд изменений, благоприятных для бизнеса. После того, как несколько лет подряд цифры роста французской экономики оказывались ниже ожидаемых, ей придали новый импульс.



ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЯ. БОЛЬШИЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Франция – высокоразвитая страна, 86 % населения которой пользуются Интернетом. Хотя по этому показателю Франция слегка отстает от соседних стран, это все равно огромная покупательская аудитория: 56 миллионов человек.

Во Франции 56,6 % интернет-пользователей совершают онлайн-покупки, и эта цифра растет с каждым годом.



МОДА ОНЛАЙН

Мода – самый крупный сектор онлайн-продаж Франции, что выражается в 15 млрд долларов США из 49 млрд долларов США общего объема онлайн-торговли Франции.

ЕЖЕГОДНЫЙ РОСТ НА 8,5 %

Как и на аналогичных рынках, например, в Великобритании, онлайн-торговля во Франции показывает быстрый рост – как ожидается, сегмент онлайн-продаж будет расти примерно на 8,5 % ежегодно до 2022 года.

ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА И ТАМОЖЕННЫЕ ПРАВИЛА

€ 150 – пороговая стоимость. Товары, стоимость которых ниже, освобождаются от уплаты таможенной пошлины, но могут облагаться НДС.

Пошлина на товары, импортируемые внутри ЕС, составляет 0 %. Тарифы на импорт из стран, которые не являются членами ЕС, различаются.



EORI

Если вы импортируете во Францию из страны, не входящей в ЕС, вам нужен номер EORI (номер в системе регистрации и идентификации экономических операторов). Для получения более подробной информации свяжитесь с Генеральным директором по налогообложению и таможенному союзу.



ВЫСОКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ РАЗВИТИЯ ОБЛАДАЕТ КАТЕГОРИЯ МЕБЕЛИ И БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ. ПО ПРОГНОЗАМ ЭТОТ СЕГМЕНТ БУДЕТ РАСТИ НА 11,2 % КАЖДЫЙ ГОД В ТЕЧЕНИЕ 2019-2022



31-Е МЕСТО В РЕЙТИНГЕ ИЗ 190 СТРАН

С Францией легко вести торговую деятельность. В рейтинге стран по легкости ведения бизнеса от Всемирного банка Франция занимает 31-е место из 190 стран.

ИМПОРТ ИЗ СТРАН, НЕ ВХОДЯЩИХ В ЕС

Таможенная очистка требуется для всех товаров. Не забудьте подать таможенную декларацию на ввоз товаров в Таможенную службу Франции и заплатить ввозную пошлину и НДС. Для товаров весом менее 1 000 кг и стоимостью менее € 1 000 достаточной является устная декларация на таможне и предоставление чека на покупку.

РАСИДА ЛАКОБА: «DHL EXPRESS – ЭТО ПО- НАСТОЯЩЕМУ СИЛЬНОЕ ПЛЕЧО ПОДДЕРЖКИ»

В НОВОГОДНЮЮ НОЧЬ МЫ ВСЕ ЛЮБИМ СОБИРАТЬСЯ ЗА ПРАЗДНИЧНЫМ СТОЛОМ, НАСЛАЖДАТЬСЯ ЗВОНОМ БОКАЛОВ, ОТСЧИТЫВАТЬ БОЙ КУРАНТОВ И ЗАГАДЫВАТЬ ЖЕЛАНИЯ. В ЭТОТ САМЫЙ ВОЛШЕБНЫЙ ВЕЧЕР ГОДА, КОГДА КАЖДОЙ ЖЕНЩИНЕ ХОЧЕТСЯ ВЫГЛЯДЕТЬ НЕОБЫКНОВЕННО, КАК НЕЛЬЗЯ КСТАТИ БУДУТ РОСКОШНЫЕ ПЛАТЬЯ МАРКИ RASARIO, КОТОРЫЕ УЖЕ УСПЕЛИ ЗАВОЕВАТЬ ЛЮБОВЬ КАК МОСКОВСКИХ МОДНИЦ, ТАК И ГОЛЛИВУДСКИХ ЗВЕЗД. ОСНОВАТЕЛЬНИЦА И ДИЗАЙНЕР БРЕНДА РАСИДА ЛАКОБА РАССКАЗАЛА О ТОМ, ЧТО ЕЕ ВДОХНОВЛЯЕТ, ГДЕ ОНА И ЕЕ КОМАНДА ЧЕРПАЮТ НОВЫЕ ИДЕИ, И КАК DHL EXPRESS СПОСОБСТВУЕТ УСПЕХУ КОМПАНИИ.

Расида, потрясающие вечерние наряды Rasario широко известны и пользуются популярностью не только в России, но и за рубежом. Что вас вдохновляет, где вы черпаете новые идеи для своих коллекций?

Очень часто получается так, что не мы как-то специально ищем вдохновения, а оно само находит нас. Это всегда разные истории, связанные с кино, книгами, природой, искусством. Мы погружаемся в какие-то мысли, общаемся с близкими людьми, проживаем какие-то истории — так и рождается наша новая коллекция.

А что самое сложное и самое приятное в вашем деле?

Самое сложное — это то, что мы производим четыре коллекции в год, и надо постоянно быть в динамике, находиться в очень интенсивном ритме. Самое приятное — это съемка лукбука каждой коллекции — определенный результат нашей работы. Именно так мы понимаем: к чему пришли, как мы смогли все наши мысли и идеи отраз-

ить в коллекции и в отдельных платьях. Это большое удовольствие!

Расскажите, пожалуйста, о своей команде.

Бренду RASARIO уже 7 лет. Самое дорогое, что есть лично у меня — это наша дружная, большая и классная команда. Некоторые сотрудники работают у нас давно, еще с момента открытия, а некоторые пришли совсем недавно, но уже работают с нами в унисон. В данный момент в команде — 75 человек, и объединяет нас, что все мы любим то, что делаем. Мы начинали с маленького ателье площадью 16 м², где работали 4 человека, а сегодня — это гигантское производство, ориентированное на общую цель — сделать женщину, нашу клиентку, безупречной и уверенной в себе.

На какую аудиторию нацелен ваш бренд? Совпадают ли вкусы и предпочтения у российских и зарубежных покупателей?

Мы взаимодействуем с крупнейшими ритейлерами по всему миру, продаем





платья из наших коллекций на официальном сайте, а также работаем в формате ателье, что позволяет нам каждый день напрямую общаться с нашими клиентами — прекрасными дамами. Поэтому мы хорошо понимаем, чего именно они хотят. Колоссальное количество времени мы уделяем крою и посадке изделия и, зная, что не все женщины — Синди Кроуфорд, создаем не только красивые, но и очень комфортные вещи. Мы получаем заказы как от российских, так и от мировых стилистов, у них абсолютно разные вкусы и запросы на различные изделия. Делая коллекцию, мы не отдаем предпочтение той или другой клиентке, мы ориентируемся на женщину как таковую, со всеми ее желаниями и слабостями.

Что, на ваш взгляд, привлекает в Rasario зарубежных покупательниц, которые имеют неограниченный выбор в своих странах?

Прежде всего, это, конечно, дизайн. То, как выглядят наши платья, как они превосходно подчеркивают фигуру, то, что они очень узнаваемы, их невозможно ни с чем спутать. В каждую коллекцию мы привносим что-то новое, какое-то новое прочтение, но это всегда остается в рамках нашей концепции. Наверное, это и нравится нашим клиентам, независимо от места проживания.

Что вам дает партнерство с DHL Express? Какие преимущества вы могли бы отметить?

Мы счастливы, что в России есть DHL Express, и что мы сотрудничаем с этой прекрасной компанией! Для нас это по-настоящему сильное плечо поддержки и уверенность в том, что наши платья будут доставлены клиенту в целости и сохранности и вовремя. Очень часто речь идет о значимых мировых событиях, и это действительно важно! Большое спасибо DHL за это!

Что бы вы порекомендовали начинающим предпринимателям, которые производят и продают интересные вещи в России, что нужно делать, чтобы добиться успеха на международном уровне?

Много работать, ставить перед собой цели и постепенно идти к ним. Мы только выходим с большими заказами в Европу, Америку и, конечно, это очень сложно, но, ежедневно преодолевая трудности, ты понимаешь, что находишься на верном пути. Как только мы полностью наладим эту систему, мы с удовольствием будем делиться опытом с молодыми предпринимателями, которые хотят продавать свою продукцию за рубежом. Но на сегодняшний день это не так просто, серьезное внимание и время нужно уделять документам, логистике. К сожалению, пока в России все, что связано с экспортом товаров, это такая нехоженная тропа, по которой мы идем в числе первых.

В Новый год принято строить планы и загадывать желания. Расскажите о ваших планах на будущее.

Иногда ты начинаешь что-то планировать, а это наступает уже завтра. Мы очень быстро несемся в будущее. И самые ближайшие планы — это создание свадебного кутюра, который мы покажем в начале 2019 года. Это новый виток и амбиция компании. И конечно, мы делаем упор на новых клиентов, активную работу с байерами и успешное продвижение на международные рынки.



ЛУЧШИЕ РОЖДЕСТВЕНСКИЕ ЯРМАРКИ МИРА

НОВОГОДНИЕ ПРАЗДНИКИ И РОЖДЕСТВО – ЭТО ВСЕГДА ГОРЯЧАЯ ПОРА ДЛЯ ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ. И НАМ ОЧЕНЬ ПРИЯТНО ДОСТАВЛЯТЬ ПОДАРКИ И ПРИНОСИТЬ РАДОСТЬ РОДНЫМ, ДРУЗЬЯМ, КОЛЛЕГАМ И ПАРТНЕРАМ НАШИХ КЛИЕНТОВ. ИНОГДА НАШ МАРШРУТ ПРОХОДИТ ЧЕРЕЗ ЦЕНТРАЛЬНЫЕ ПЛОЩАДИ ГОРОДОВ, КОТОРЫЕ ВО МНОГИХ СТРАНАХ МИРА В ЭТОТ ПЕРИОД ПРЕВРАЩАЮТСЯ В РОЖДЕСТВЕНСКИЕ ЯРМАРКИ. ПОСЕЩЕНИЕ ЯРМАРОК – ВЕРНЫЙ СПОСОБ ПРИБЛИЗИТЬ ПРАЗДНИКИ, ПРИКОСНУТЬСЯ К ТРАДИЦИЯМ И ВПУСТИТЬ В СВОЮ ЖИЗНЬ ВОЛШЕБСТВО!



1. СТОКГОЛЬМ, ШВЕЦИЯ

Рождеcтвенская ярмарка на площади Стурторьет – самый старый рождественский рынок в Швеции: он впервые открылся в 1837 году. Согрейтесь традиционной кружечкой сладкого глëга (шведский аналог пряного глинтвейна) и найдите идеальную пару вязаных варежек или другой сувенир у местных умельцев. Обязательно попробуйте традиционные шведские рождественские блюда. Самые вкусные: pepparkakor (имбирное печенье) и saffransbullar (булочки с шафраном), и не пропустите типичные местные блюда вроде мяса лося, копченых колбасок и оленины.



2. ТОРОНТО, КАНАДА

Европа безусловно лидирует по качеству и количеству рождественских ярмарок, но рождественские ярмарки проводятся не только там. Чтобы немного разбавить ванильные европейские традиции, езжайте в район Дистиллери-Дистрикт в Торонто. Мощные улицы и кирпичные фасады промышленных зданий служат отличным историческим антуражем. А мерцающие огни, деревянные ларьки и пряничный дом в натуральную величину создают необходимый дух праздника.



3. СИБИУ, РУМЫНИЯ

Рождеcтвенская ярмарка Сибиу на красивойейшей Великой площади Старого города – очень романтическое место, приютившееся между трех прекрасных горных цепей. Сибиу очень красив, и его стоит посетить независимо от времени года. Но выгодное расположение в горной местности Трансильвании делает его особо приятным зимой: шансы на снежное Рождество здесь невероятно высоки. Добавьте к этому концерт рождественской музыки или волшебное световое шоу, и получится настоящая сказка.

4. МОСКВА, РОССИЯ

Рождеcтвенская ярмарка на Красной площади в Москве впечатляет декорациями: фон – величественный храм Василия Блаженного, а по сторонам – внушительные стены Кремля. Ярмарка окружает крупнейший в стране каток, а рядом находится небольшой парк развлечений для самых маленьких. Наша рождественская ярмарка – наша во всех смыслах. Вместе со всей страной она отмечает Рождество 7 января и работает до конца месяца.

5. НЮРНБЕРГ, ГЕРМАНИЯ

История нюрнбергской рождественской ярмарки – одной из старейших и крупнейших в Германии – уходит корнями в XVII век. 180 красно-белых киосков расставлены на центральной площади в Старом городе и прилегающих улицах. Здесь можно отведать традиционные деликатесы, такие как пряники в шоколаде и легендарные нюрнбергские жареные колбаски ростбратвурст.





6. РИГА, ЛАТВИЯ

Главный рождественский рынок латвийской столицы — словно страница из книжки детских сказок. Его проводят на Домской площади, в самом сердце исторического центра Риги. Эта жемчужина стиля ар-нуво входит в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Согрейтесь ароматным глинтвейном, который прекрасно дополняет жареный миндаль. И обязательно попробуйте вкусные глазированные пряники, съешьте местного копченого мяса и купите домой банку знаменитого латвийского меда.

7. СТРАСБУРГ, ФРАНЦИЯ

Классический образец великой европейской традиции рождественских ярмарок — страсбургская ярмарка младенца Христа — одна из старейших в Европе. С 1570 года местные жители успели отточить мастерство ее обустройства, и это заметно. 300 деревянных шале разбиты на 11 тематических деревень по всему центру города. Попробуйте рождественские лакомства: шукрут и бекеоффе, жаркое по-эльзасски, печенье бределе с разными вкусами — от ореха и апельсина до корицы и пралине — и, конечно, vin chaud. Bon appétit!



9. МАНЧЕСТЕР, АНГЛИЯ

Ярмарку Манчестера на Альберт-Сквер уж точно нельзя пропустить. Ежегодно ее посещают 9 миллионов человек! Она состоит из 300 киосков, разделенных на секции: мировой рынок, французский рынок, немецкий рынок, семейный квартал с катком в Кафедральных садах. Здесь также проходит выставка светящихся огромных фигур и выступления музыкантов и артистов. Особым символом манчестерской ярмарки стала фигура Деда Мороза, размещенная у здания мэрии. Развлечений хватит на целый день.

По материалам туристического сайта www.momondo.ru

КОНЕЦ ГОДА ТРАДИЦИОННО СВЯЗАН С ОЖИВЛЕНИЕМ БИЗНЕС-СРЕДЫ. НА НАШИХ СТРАНИЦАХ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ, ГДЕ МЫ РАССКАЗЫВАЕМ НОВОСТИ В ОБЛАСТИ ЛОГИСТИКИ И ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ, ДЕЛИМСЯ СПЕЦИАЛЬНЫМИ ПРЕДЛОЖЕНИЯМИ И ИНТЕРЕСНЫМИ ИСТОРИЯМИ, ТАКЖЕ НАБЛЮДАЕТСЯ ВЫСОКАЯ АКТИВНОСТЬ. СМОТРИТЕ ДАЙДЖЕСТ И ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ НА НАШИ СТРАНИЦЫ!



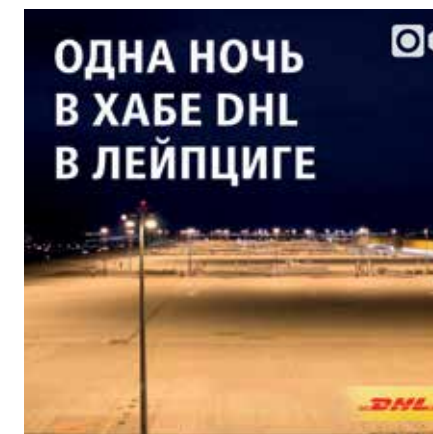
1. КРАСНЫЙ И ЖЕЛТЫЙ — ВСЕГДА В МОДЕ!

Как вы знаете, DHL Express в России — официальный логистический партнер недели моды Mercedes-Benz Fashion Week Russia, которая дважды в год проходит в Москве. В рамках последней недели моды мы представляли на нашем стенде предметы одежды из нашей коллаборации DHL x Vetements.



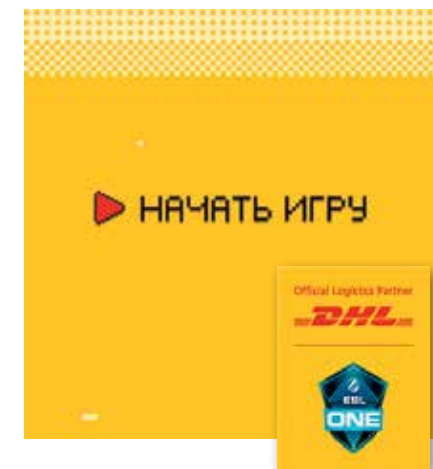
2. DHL PARCELCOPTER 4.0 СПЕШИТ НА ПОМОЩЬ

Наш дрон успешно доставил медикаменты на остров в Восточной Африке. В ходе тестирования, которое проходило в течение полугода, беспилотник совершал до 7 перелетов в день, осуществляя транспортировку лекарств с центрального аптечного склада в городе Мванза, крупного порта на озере Виктория, в районную больницу, расположенную на острове Укереве. Использование дрона позволило сократить время в пути: расстояние в 60 км Parcelcopter 4.0 преодолевает в среднем за 40 минут, в то время как переправа на пароме только в одну сторону занимает около 4 часов.



3. 10 ЛЕТ ХАБУ В ЛЕЙПЦИГЕ

Крупнейший европейский хаб DHL, расположенный в Лейпциге, отмечает свое десятилетие! Как он работает сегодня? Вы можете увидеть, посмотрев наш ролик.



4. СОТРУДНИЧЕСТВО DHL И ESL КИБЕРСПОРТ НАСТУПАЕТ, И МЫ НЕ МОЖЕМ ОСТАВАТЬСЯ В СТОРОНЕ!

В этом году DHL начала сотрудничество с европейской киберспортивной лигой ESL (Electronic Sports League) и помогает с доставкой оборудования для трёх турниров по Counter-Strike и двух — по Dota 2.



5. ВСЕМИРНЫЙ ДЕНЬ КАЧЕСТВА

Ежегодно в ноябре отмечается Всемирный день качества. Цель данного праздника — привлечь внимание общества к вопросам качества продукции и услуг и повысить его уровень. Мы в DHL Express активно поддерживаем данное мероприятие каждый день, доставляя грузы и документы в любую точку мира в целостности и сохранности и точно в срок.



6. АКЦИЯ «ДОБРЫЕ КРЫШЕЧКИ»

Суть инициативы: собранные пластиковые крышки от бутылок и пакетов отправляются на переработку, а вырученные за вторсырье средства идут на благотворительность. DHL Express Россия активно поддерживает этот эколого-благотворительный проект. Присоединяйтесь и вы! Помогать просто!

Присоединяйтесь к нашим сообществам: <https://www.facebook.com/dhl.russia/>
<http://vk.com/dhlclub> <https://www.instagram.com/dhlexpressrussia>

НЬЮ-ЙОРК, США

Статуя Свободы, «Свобода, озаряющая мир», была открыта 132 года назад. Именно в этой стране почти 50 лет назад была основана компания DHL.

**ЛОНДОН, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ**

Французский бульдог Хьюго любит наслаждаться прекрасным видом и свежим воздухом вместе с DHL Express! Наш помощник – всегда при деле!

**БРЕМЕН, ГЕРМАНИЯ**

Любите ли вы сладкое, как любим его мы?! Этот удивительный марципановый торт был изготовлен к открытию новой автоматизированной станции на севере Германии.

**МЮНХЕН, ГЕРМАНИЯ**

В этом году машины DHL использовались для хранения одежды участников полумарафона. Мы доставили вещи бегунов от стартовой площадки на Деннингерштрассе до финишной линии на Олимпийском стадионе. В забеге приняли участие около 21 000 бегунов из 120 стран мира.

**МОСКВА, РОССИЯ**

В предновогодний период курьерам DHL Express приходится даже обгонять сани Деда Мороза, чтобы успеть доставить все грузы точно в срок!

**ДУБАЙ, ОАЭ**

Как говорил американский философ бизнеса Джим Рон: «Ветер дует каждому из нас, разница лишь в том, как вы установите свой парус». Это же применимо и к воздушным змеям?!

**МОМБАСА, КЕНИЯ**

Даже прохладным, пасмурным утром мы спешим по городу, доставляя грузы нашим клиентам. А что помогает вам просыпаться по утрам?

**ПЕРИШЕР, АВСТРАЛИЯ**

Для нас нет непокоренных вершин! Как в профессиональной, так и в личной жизни. Мы не сдаемся перед лицом трудностей и смело продолжаем идти к поставленным целям.





**НОВЫЙ ГОД ПРИДЕТ САМ.
ОСТАЛЬНОЕ ДОСТАВИМ МЫ!**

DHL