

ДОСТАВЛЕНО

DHL Express – Excellence. Simply delivered

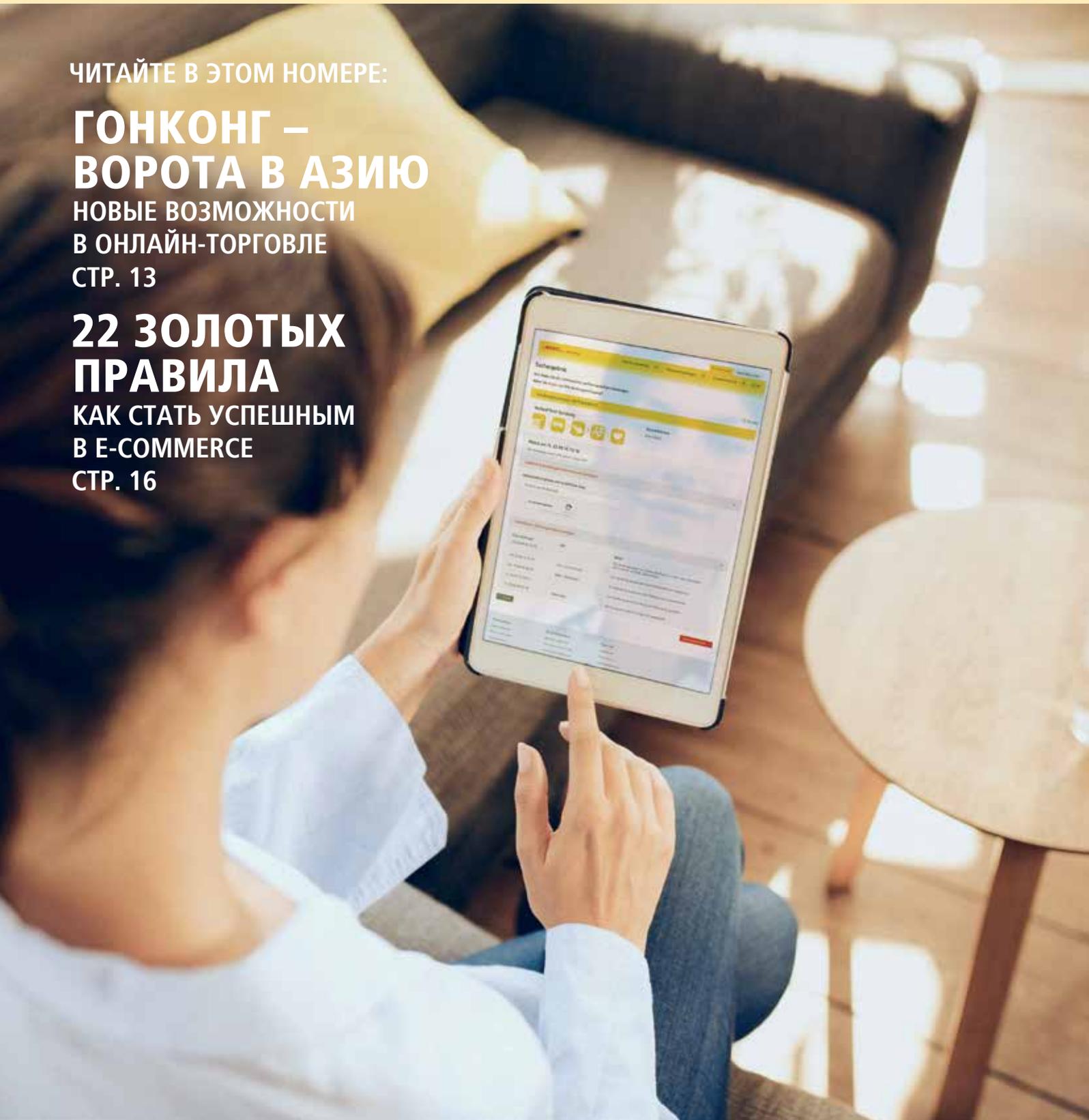
ЧИТАЙТЕ В ЭТОМ НОМЕРЕ:

ГОНКОНГ – ВОРОТА В АЗИЮ

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ
В ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЕ
СТР. 13

22 ЗОЛОТЫХ ПРАВИЛА

КАК СТАТЬ УСПЕШНЫМ
В E-COMMERCE
СТР. 16





ДОРОГИЕ ЧИТАТЕЛИ,

Наступившая эпоха digital ведет к серьезным изменениям, которые влияют на жизнь каждого из нас. Стираются границы и расстояния, технологии дают бизнесу новые возможности, но вместе с тем и меняют правила игры, и чтобы быть успешными сегодня, необходимо максимально оперативно реагировать на эти тенденции и изменения.

Очевидно, что электронная торговля демонстрирует сегодня динамичный рост по всему миру.

В 2017 году аналитики eMarketer.com оценили его в 23,2% (он достиг

2,290 трлн долларов США). Вполне закономерно, что от того, насколько эффективно вы используете электронную коммерцию, зависит успех и доходность вашего бизнеса. Когда покупатели находятся в разных странах мира, ритейлерам необходим партнер в области экспресс-доставки с глобальной инфраструктурой. DHL Express — настоящий эксперт в сфере электронной коммерции. Мы знаем, как оптимизировать веб-сайты для повышения конверсии продаж, как развивать бренды, формируя доверие со стороны потребителей. На страницах журнала мы представляем вам «22 золотых правила», которые помогают ведущим интернет-брендам успешно продавать по всему миру, а также рассказываем, какие перспективы и возможности открывают перед российскими производителями разные страны. В этом номере мы расскажем про удивительный Гонконг. Открывайте для себя новые рынки уже сегодня, это может оказаться проще, чем вы думаете.

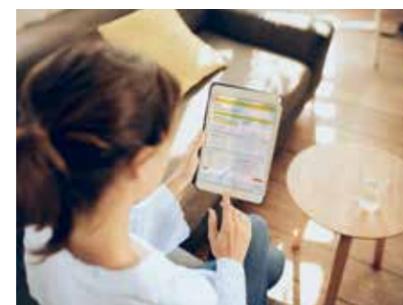
Мы занимаемся логистикой почти 50 лет, тем не менее постоянно получаем задачи, требующие поиска новых решений и альтернативных подходов. Погрузитесь в мир будущего и трендов завтрашнего дня, которые представлены в рубрике Photostory,

посвященной инновационным центрам DHL. Именно здесь посетители могут почти в буквальном смысле прикоснуться к таким тенденциям, как Big Data, Интернет вещей, робототехника, 3D-печать.

Вдохновляют нас не только новые тренды, но и истории успеха наших клиентов, когда из локальных предприятий вырастают бизнесы, завоевывающие сердца покупателей во всем мире. В этом номере мы расскажем вам историю двух сибирских молодых людей, которые создали в Красноярске компанию BREVNO. Очки и аксессуары, которые она производит, — это отражение духа Сибири с её суровой и красивой природой и открытыми людьми, которые вкладывают душу в своё дело.

Одним словом, наступившая осень — это не повод для грусти, а время новых историй и поиска новых возможностей. Почаще бывайте на природе, смотрите на солнце и проводите время в приятной компании, объединенной яркими мгновениями этого сезона.

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



4 НОВОСТИ

- НЕБО — НАША СТИХИЯ
- «БЕЗОПАСНОСТЬ — НЕ ТОЛЬКО НЕСОМНЕННЫЙ ПЛЮС, А АБСОЛЮТНАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ»
- РАДАР ЛОГИСТИЧЕСКИХ ТРЕНДОВ DHL
- КРАСНЫЙ И ЖЕЛТЫЙ ВСЕГДА В МОДЕ

8 PHOTOSTORY

DHL В АВАНГАРДЕ ИННОВАЦИЙ

11 ШАГ ВПЕРЕД

КЛИНИЧЕСКИЕ ИСПЫТАНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

13 КАК НАЧАТЬ ПРОДАЖИ В ...

ГОНКОНГ — ВОРОТА В АЗИЮ

16 HOW TO...

КАК СТАТЬ УСПЕШНЫМ В E-COMMERCE

18 ИСТОРИЯ УСПЕХА С DHL

MADE IN SIBERIA

20 ИНФОГРАФИКА

FORMULA 1®: ДОСТАВЛЕНО DHL

21 DHL SOCIALIZER

22 DHL WORLDWIDE

НЕБО – НАША СТИХИЯ



DHL Express продолжает развивать свой бизнес: в ходе проведения международного авиасалона в британском Фарнборо компания объявила о приобретении четырнадцати новых Boeing 777 Freighter. Сделка также предусматривает приоритетное право на покупку семи дополнительных самолетов. Такая инвестиция поможет DHL удовлетворить растущий спрос на экспресс-доставку и обслуживать еще больше стран с помощью прямых авиарейсов.

По словам генерального директора DHL Express Кена Аллена, новые самолеты Boeing постепенно заменят прежний межконтинентальный парк подразделения. «Это самолеты с минимальным потреблением топлива и самым высоким уровнем надежности, оптимально подходящие для перевозок на дальние расстояния. Их использование поможет нам достичь поставленных целей по сокращению

вредных выбросов и позволит напрямую обслуживать еще большее число регионов», – подчеркнул он.

При прежней грузоподъемности новые самолеты отличает улучшенная экономичность и эффективность, а также повышенный уровень надежности. Покупка Boeing станет частью планового долгосрочного обновления парка DHL Express, которое началось в 2016 году. Однако до недавнего времени компания использовала пассажирские самолеты, перепроектированные для грузоперевозок. Контракт с Boeing станет первой инвестицией DHL Express в новые грузовые B777.

Решение об инвестициях в Boeing 777 Freighter было принято с учетом растущего спроса на экспресс-перевозки по всему миру. Ожидается, что объем международных торговых операций, совершаемых через Интернет, к 2021 году достигнет 4,48 трлн долларов США. Таким образом, еже-

годный рост составит 19,2 %. Являясь самым большим в мире двухмоторным грузовым самолетом, Boeing 777 Freighter способен преодолеть расстояние в 9070 км с грузом массой 102 тонны.

Помимо удовлетворения международного спроса на услуги экспресс-доставки DHL Express рассчитывает с помощью современных воздушных судов снизить объем выбросов CO² на 18 % по сравнению с прежним парком. Это поможет достичь цели группы DPDHL по сведению к нулю вредных выбросов, связанных с логистической деятельностью, к 2050 году.

В настоящее время DHL Express эксплуатирует свыше 260 самолетов в 220 странах мира в сотрудничестве с 17 партнерскими авиакомпаниями, ежедневно доставляя грузы более чем 600 рейсами. Первые четыре новых Boeing пополнят авиапарк компании уже в 2019 году.

«БЕЗОПАСНОСТЬ – НЕ ТОЛЬКО НЕСОМНЕННЫЙ ПЛЮС, А АБСОЛЮТНАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ»

DHL Express получила трехсотый сертификат соответствия международному стандарту безопасности Ассоциации по защите перевозимых грузов (ТАРА). Международную сертификацию прошел сервисный центр компании DHL Express в Бирмингеме (Великобритания), ставший 300-м сертифицированным объектом глобальной сети компании.

Получение независимого сертификата ТАРА является признанием высоких стандартов безопасности при перевозке грузов, внедренных в DHL Express. Это знаковое событие подтверждает серьезный подход компании соответствовать стандартам безопасности грузоперевозок TAPA Freight Security Regulations (FSR) по всему миру.

«DHL Express работает в более чем 220 странах и территориях и является самой международной компанией в мире. Безопасность всегда была и остается для нас основным приоритетом. Безусловно, мы давно внедрили и следуем нашим внутренним стандартам безопасности, вместе с тем крайне важно проходить независимую проверку и сертификацию. В первую очередь это важно для наших клиен-

тов – чтобы они были уверены, что ценные грузы, которые они отправляют, находятся в надежных руках. Первым нашим объектом, прошедшим сертификацию ТАРА, стал терминал в Пенанге (Малайзия) в 2001 году, и мы гордимся, что в настоящий момент сертифицирован уже 300-й объект нашей инфраструктуры», – заявил директор по вопросам безопасности DHL Express на глобальном уровне Адриан Уилан. «Забота о наших клиентах и их потребностях всегда стоит у нас на первом месте, поэтому безопасность – это не только несомненный плюс, а абсолютная необходимость», – подчеркнул он.

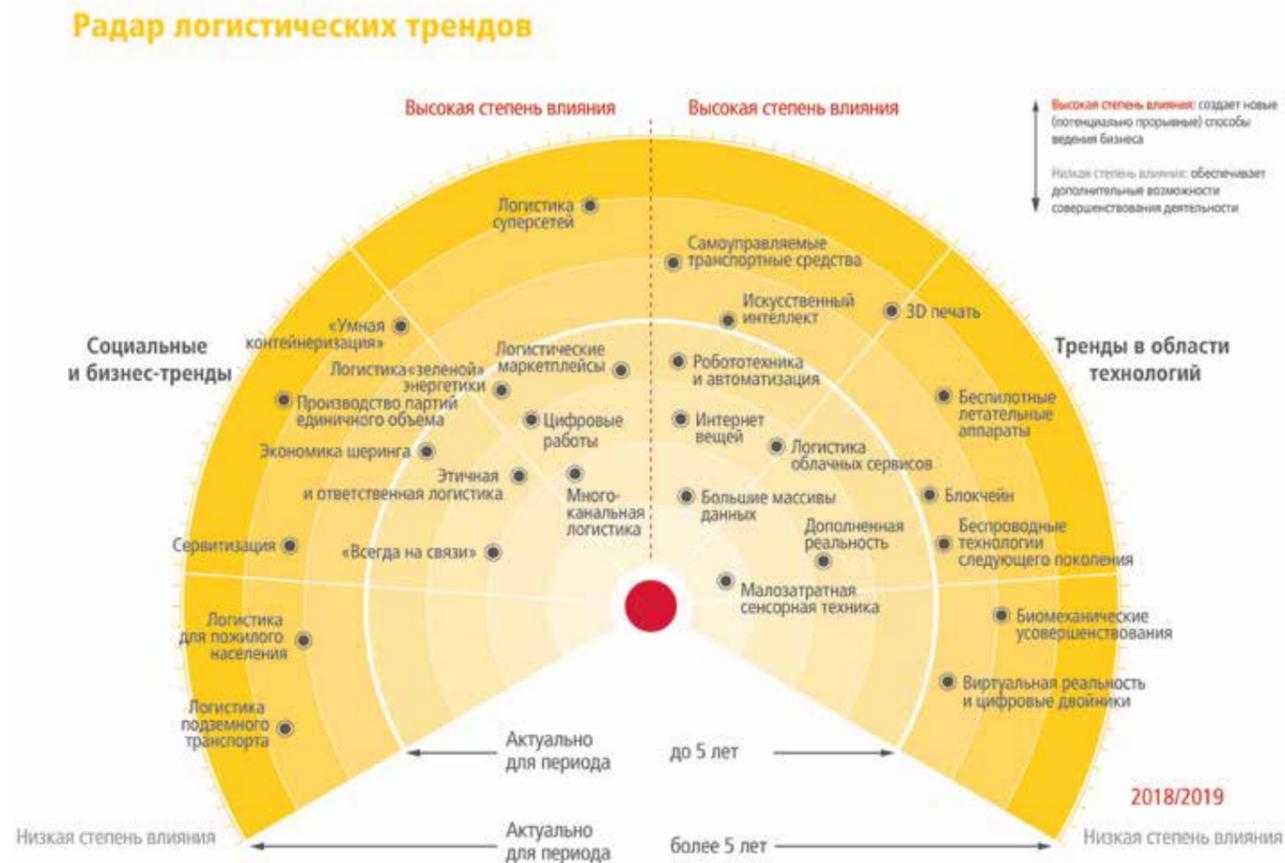
Признанная во всем мире сертификация ТАРА является одной из самых строгих систем оценки стандартов безопасности в сфере логистики и управления цепями поставок. Сертификация проводится в форме независимого аудита и уделяет особое внимание тому, как построена складская и транспортная логистика высокостоймых грузов. Являясь мировым лидером в сфере логистики и экспресс-доставки, компания DHL Express делает все возможное, чтобы процессы и услуги компании отвечали самым высоким стандартам в индустрии.

DHL Express является мировым лидером среди логистических компаний по числу объектов, сертифицированных ТАРА. Сегодня 300 объектов компании в 82 странах имеют сертификацию ТАРА уровней А и В: 96 – в Европе, 87 – в Азиатско-Тихоокеанском регионе, 25 – в Китае, 43 – в Северной и Южной Америке, 30 – в Центральной и Западной Африке и 19 – в странах Ближнего Востока и Северной Африки. В России шесть объектов компании DHL Express имеют сертификацию уровня А по стандартам Ассоциации защиты перевозимых грузов (ТАРА).

По словам президента ТАРА в Европе, на Ближнем Востоке и Африке Торстена Ньюманна, DHL Express признает, что стандарты безопасности ТАРА являются передовыми в отрасли и позволяют гарантировать защиту грузов клиентов компании. «Сегодня все больше клиентов задаются вопросом: имеют ли объекты их логистических партнеров сертификацию ТАРА, поскольку это стандарт безопасности, которому они доверяют. Мы надеемся, что все больше компаний будут следовать примеру DHL Express», – отметил Торстен Ньюманн.



РАДАР ЛОГИСТИЧЕСКИХ ТРЕНДОВ DHL



DHL представила новый выпуск «Радара логистических трендов». В исследовании приводятся 28 ключевых трендов в сфере бизнеса, технологий и общества, которые могут оказать существенное влияние на развитие индустрии логистики в ближайшие 5-10 лет.

При подготовке исследования проводится анализ макро- и микротрендов, а также используются данные партнерских организаций — исследовательских институтов, технологических игроков, стартапов и клиентов. Большая часть данных получена напрямую от более чем 10 000 экспертов в области логистики и технологий, которые ежегодно посещают инновационные центры DHL. Таким образом «Радар логистических трендов» аккумулирует всю полученную информацию и является стратегическим инструментом прогнозирова-

ния, который отражает динамичные изменения и развитие ключевых трендов в сравнении с предыдущими периодами, а также выявляет новые перспективные тенденции в отрасли.

В новом выпуске «Радара логистических трендов 2018/2019», подготовленном исследовательским подразделением DHL (DHL Trend Research), основное внимание уделяется цифровой революции, которая происходит в индустрии, и ее влиянию на четыре ключевых фактора, определяющих будущее логистики: клиентоориентированность, экологическая устойчивость, технологии и люди.

Клиентоориентированность будет ключевым элементом при удовлетворении запросов клиентов, все больше стремящихся получить быструю и удобную логистику. Рост количества товаров, приобретаемых онлайн,

особенно, в сегменте B2B, стимулирует потребность в омниканальных логистических решениях. Потребности клиентов также способствуют росту числа грузов, которые требуют соблюдения сроков и температурного режима доставки. Таким образом, речь идет о необходимости инноваций в упаковке, хранении и доставке для таких типов грузов, как, например, продукты питания и лекарственные препараты.

Экологическая устойчивость и рациональное использование ресурсов станут обязательным условием функционирования логистической отрасли. Государственные органы, муниципалитеты и поставщики услуг все чаще берут на себя обязательства по сокращению вредных выбросов и отходов. Одно из решений по переходу на экологически чистую логистику — перевод логистического парка

и инфраструктуры на электричество в качестве источника энергии. «Умная контейнеризация» в перевозках также будет важна для развития экологически чистых форматов для доставки в перенаселенные города.

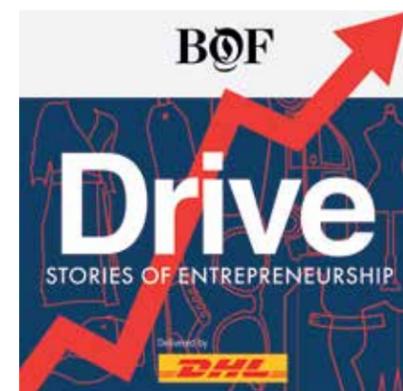
Развитие технологий в логистике станет одним из способов сокращения затрат при одновременном улучшении соотношения цены и производительности в ближайшие годы. Это, в частности, касается таких ключевых трендов, как Интернет вещей и Искусственный интеллект. Одна из тенденций, которая может ускорить развитие отрасли — это распространение беспроводных

сетей следующего поколения, которые могут значительно повысить экономическую выгоду и ценность от подключения цепочки поставок к Интернету. Еще один тренд, который освещается в новом издании — это блокчейн-технология, которая активно обсуждается в информационном пространстве и имеет значительные перспективы для развития, но внедрение которой может оказаться крайне проблематичным для индустрии.

Люди по-прежнему будут в центре логистической деятельности, несмотря на тенденцию по роботизации и автоматизации. Вместе с тем, автома-

тизация технологических процессов и производств с помощью программных средств будет определять структуру персонала в сфере логистики в будущем. Современные технологии будут помогать в выполнении рутинных, требующих значительных физических усилий заданий, что позволит людям концентрироваться на более важных задачах, связанных с принятием управленческих решений, аналитикой и инновациями. Программы цифровой занятости будут способствовать привлечению и удержанию в логистике талантливых миллениалов, а также поддержке существующих кадров.

КРАСНЫЙ И ЖЕЛТЫЙ ВСЕГДА В МОДЕ



Week Russia, которая проходит в Москве 13-17 октября, DHL Express продолжит поддержку главного мероприятия в области моды в России и Восточной Европе.

DHL обладает широкой экспертизой в области доставки для модной индустрии, всегда стремится развивать инновационные решения и предоставлять участникам мира моды возможности по-новому посмотреть на свой быстро развивающийся бизнес.

Недавно DHL и влиятельный портал о моде Business of Fashion запустили серию подкастов «Драйв: Истории предпринимательства». В рамках проекта будут выпущены 6 эксклюзивных интервью, в которых талантливые предприниматели, дизайнеры и эксперты в области моды расскажут о том, как они построили свой успешный глобальный модный бизнес.

«Очень часто истории успеха предпринимателей преподносятся так: кого-то посетила гениальная идея, после чего он проснулся знаменитым. Но это слишком далеко от реальности. Как вы услышите в этих очень личных и вдохновляющих интервью, успех в бизнесе не достигается по прямой, это не так-то просто. У всех бывают взлеты и падения, крутые повороты, но с каждым неожиданным вызовом появляется и новая возможность за углом. Залог успеха — способность адаптироваться к новым вызо-

вам и возможностям, а также особая страсть, стойкость и дисциплина, которые помогают создавать устойчивый глобальный бизнес. То, что мы называем «драйв», — прокомментировал запуск новой серии подкастов основатель и генеральный директор портала The Business of Fashion Имран Амед.

В первом сезоне «Драйв: Истории предпринимательства» выдающиеся предприниматели в сфере моды на собственных примерах расскажут, что действительно нужно для создания глобального fashion-бизнеса с нуля. Первым героем подкаста стал основатель и генеральный директор Farfetch Жозе Невеш. Слушатели узнали вдохновляющую историю молодого португальского программиста, который в 2007 году создал самодантируемый стартап и затем превратил его в глобальный модный маркетплейс. «В личном плане я был абсолютно одержим мыслью создать что-то на стыке технологий и моды, и именно тогда возникла идея Farfetch», — отмечает Жозе Невеш.

Серия подкастов «Драйв: Истории предпринимательства» будет интересна всем, кто задумывается о создании собственного бизнеса, интересуется предпринимательством и увлечен модой. Послушать подкасты можно на сайте Business of Fashion, в iTunes и на Soundcloud.

DHL В АВАНГАРДЕ ИННОВАЦИЙ

ПОГРУЗИТЕСЬ В МИР ИННОВАЦИЙ В ЛОГИСТИКЕ. В ИННОВАЦИОННЫХ ЦЕНТРАХ DHL ВЫ СМОЖЕТЕ ВДОХНОВИТЬСЯ НОВЫМИ РЕШЕНИЯМИ И СЕРВИСАМИ, КОТОРЫЕ ПОМОГУТ ПРЕОДОЛЕТЬ ВЫЗОВЫ В ОБЛАСТИ ЛОГИСТИКИ, ВСТАЮЩИЕ ПЕРЕД НАМИ СЕГОДНЯ И ТЕ, ЧТО ПОЯВЯТСЯ ЗАВТРА.



ФОТО 1

Будучи международным лидером в области логистики, DHL постоянно проводит оценку своих инновационных, клиенто-ориентированных технологий и внедряет передовые решения во всех областях для повышения качества сервиса и удовлетворения растущих потребностей своих клиентов.

ФОТО 2

Вдохновлять, соединять, взаимодействовать – три ключевые задачи, на которые мы ориентируемся в наших инновационных центрах. Мы вдохновляем наших посетителей



ФОТО 3

Инновационный центр DHL в Тройсдорфе (Германия) и Азиатско-Тихоокеанский инновационный центр в Сингапуре регулярно проводят для клиентов, партнеров и стейкхолдеров практические семинары, экскурсии, деловые встречи и специальные мероприятия, посвященные новым трендам и инновациям.

ФОТО 4

Участники экскурсий могут погрузиться в мир будущего, трендов завтрашнего дня и новых решений, которые предлагаются уже сегодня. В «Зале перспектив» представлено впечатляющее исследование потенциала и будущего логистики к 2050 году. Посетители «Зоны тенденций» смогут в интерактивной форме узнать о социальных, деловых и технологических трендах, включая Big Data, Интернет вещей, робототехника, 3D-печать. В «Пространстве решений» демонстрируется весь диапазон самых современных решений и сервисов DHL в разных отраслях.

через содержательные дискуссии и анализ новейших отраслевых тенденций. Соединяя посетителей с экспертами в области инноваций DHL и представителями партнерских организаций, мы предоставляем им возможность установить ценные контакты и долгосрочное сотрудничество. Мы развиваем стратегическое взаимодействие с клиентами, которое позволяет изучить различные механизмы влияния технологического развития на DHL и наших клиентов.

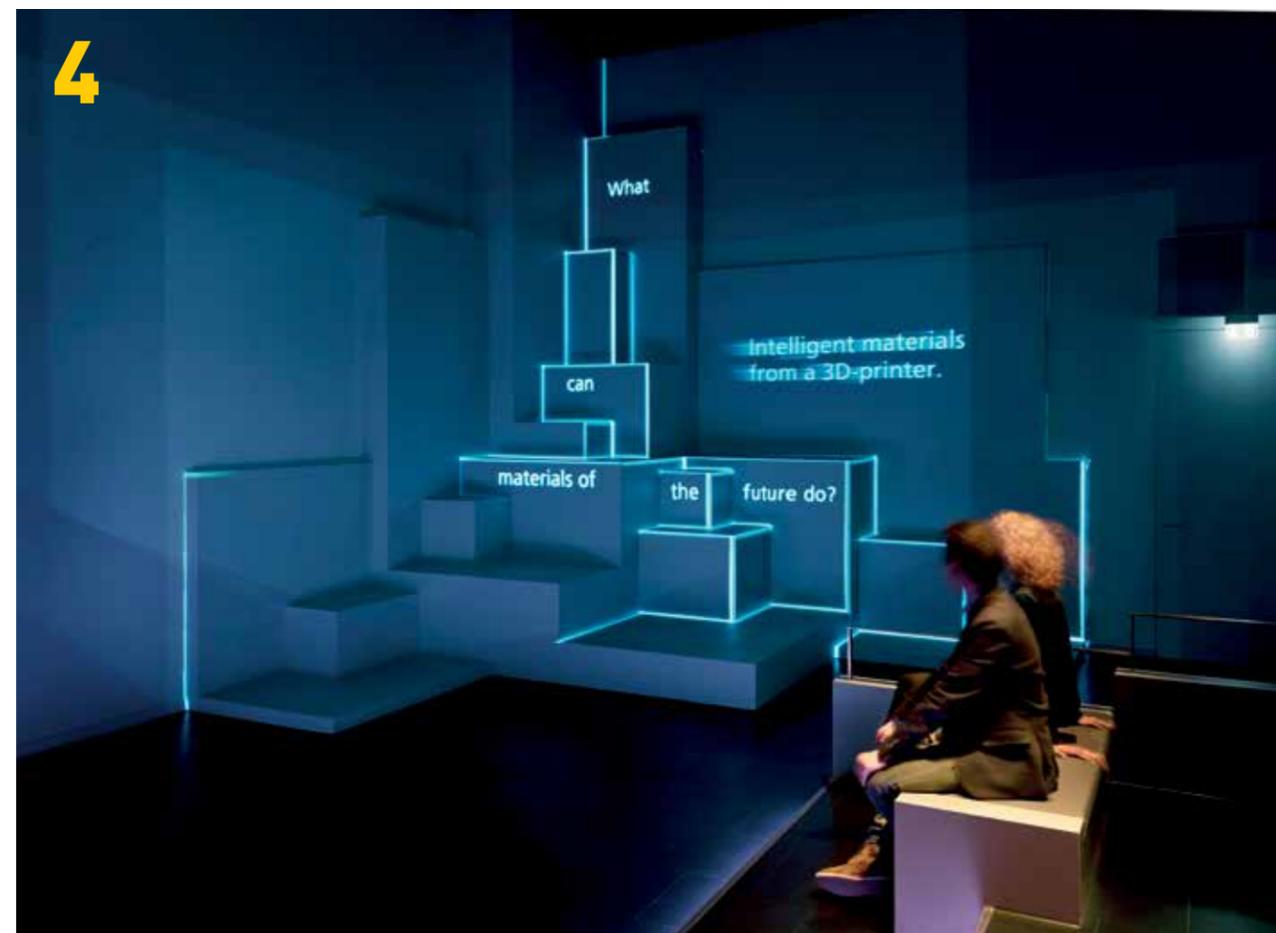




ФОТО 5

Инновационные центры DHL особенно известны своими вдохновляющими мероприятиями. Именно здесь лидеры со всего мира встречаются и делятся своими идеями, мнениями и изобретениями. Здесь проводятся специальные мероприятия, посвященные новейшим технологическим трендам, демонстрирующие

потенциал этих тенденций и их существенное влияние на отрасль логистики. Одно из таких событий – День инноваций DHL.

ФОТО 6

Летом 2019 года DHL откроет новый Инновационный центр в Роузмонте (штат Иллинойс, США) и таким образом расширит свой глобальный

инновационный потенциал в Северной и Южной Америке. Новый центр станет платформой для демонстрации технологий и инноваций в логистике, которые DHL уже внедряет в регионе, и будет способствовать развитию логистических решений будущего.



Виртуальный тур по инновационным центрам DHL

КЛИНИЧЕСКИЕ ИСПЫТАНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ



КЛИНИЧЕСКИЕ ИСПЫТАНИЯ ИМЕЮТ РЕШАЮЩЕЕ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ И УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ. ОДНАКО ЭТО СЛОЖНЫЙ, ТРЕБУЮЩИЙ БОЛЬШИХ ВРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ И ЧРЕЗВЫЧАЙНО ДОРОГОЙ ПРОЦЕСС. ВНЕДРЕНИЕ НОВОГО, ИНТЕГРИРОВАННОГО ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОДХОДА МОЖЕТ ПРИВЕСТИ К ТОМУ, ЧТО ОДНОЙ ЗАБОТОЙ У ФАРМКОМПАНИЙ СТАНЕТ МЕНЬШЕ.

Серьезные клинические испытания являются основой современной медицины. Прежде чем новый препарат будет одобрен регулируемыми органами, его производители должны доказать эффективность и безопасность лекарства в ходе строго контролируемого тестирования на репрезентативной выборке пациентов.

Перед тем как попасть на прилавок аптеки, новое средство проходит три или четыре этапа испытаний. На каждом из них постепенно увеличивается число испытуемых: начиная с менее 100 человек в самых первых тестах, в ходе которых исследуется безопасность и эффективность препарата, до нескольких тысяч в третьей и чет-

вертой фазах испытаний, направленных на подтверждение его безопасности и эффективности у обширной популяции пациентов.

На глобальном уровне фармацевтическая промышленность тратит около 40 млрд долларов в год на проведение клинических испытаний, и затраты ежегодно растут более чем на 5%.

Это связано с возрастающим уровнем сложности современной фармацевтической продукции, необходимостью тестирования лекарственных средств у многочисленных групп пациентов в разных частях мира, а также с проблемами поиска и набора участников испытания препаратов для лечения редких заболеваний. Для фармацевтических компаний важно провести все должным образом. На них ложится много обязательств: безопасность участников испытаний, результаты лечения будущих пациентов, а также инвестиции в размере около 2,8 млрд долларов, необходимые для поиска, разработки и испытания нового лекарства.

При этом логистика является как существенной составляющей затрат, так и наиболее уязвимым местом в клинических испытаниях. Проведение тестирования требует скоординированного распределения и доставки целого ряда элементов различным объектам. Это может быть что угодно: от чувствительных и дорогостоящих биофармацевтических продуктов, требующих специализированной (с контролируемой температурой) транспортировки, до компьютеров, диагностического оборудования и клинических материалов. Сегодня логистическая деятельность высокофрагментирована и включает многочисленных поставщиков

и провайдеров услуг. Обеспечить, чтобы все необходимое было в нужном месте в нужное время и было готово для проведения исследования, — это исключительно сложный, требующий много времени и подверженный ошибкам процесс. Неудивительно, что 20 ведущих мировых фармацевтических компаний ежегодно тратят около 3,2 млрд долларов на логистику в сфере исследований и разработок.

Принимая во внимание проблемы, с которыми сталкивается отрасль, команда Стартап-лаборатории DHL разрабатывает инновационный подход, который будет способствовать упрощению и оптимизации всего процесса логистики клинических испытаний, ставя на первое место пациента. Название новой системы DHL — iNebu, и оно вдохновлено библейским царем Навуходоносором (Nebuchadnezzar, — прим. ред.), под председательством которого было проведено первое в истории «клиническое испытание», когда сравнивался эффект десятидневного рациона, состоящего из воды и овощей, с царской роскошной кухней, содержащей мясо и вино.

«DHL понимает, насколько важны клинические исследования для отрасли, и осознает необходимость совершенствования логистики в этой сфере, — объясняет Клаудиа Роа, вице-президент Life Science & Healthcare, Customer

Solutions & Innovation Americas, DHL. — Наша задача — быть надежным партнером для наших клиентов и улучшать процессы для исследовательских организаций и других заинтересованных в клинических испытаниях сторон. Оцифровывая наши сервисы, мы можем значительно упростить соответствующие процессы и создать большую наглядность и управляемость грузами. В конце концов, речь идет о том, чтобы обеспечить своевременную, гибкую и экономически выгодную доставку».

Проект требует хорошо продуманной интеграции «за кадром», в том числе необходимо связать существующую экосистему DHL Global Forwarding с системами DHL Express и DHL Supply Chain. Также есть человеческий фактор: специалисты по логистике клинических испытаний координируют доставку и работают с проблемами и исключениями, если они возникают. Вместе с тем, все это остается скрытым от конечного пользователя, который получает визуальную доступность всех грузов, связанных с отдельным испытанием или пациентом, через единый интерфейс или безопасное мобильное приложение. В настоящее время iNebu в пилотном режиме используется двумя клиентами. Широкий запуск запланирован на конец этого года.



ГОНКОНГ — ВОРОТА В АЗИЮ

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ РАЗВИВАЕТСЯ СРЕМИТЕЛЬНЫМИ ТЕМПАМИ. СЕГОДНЯ КОМПАНИИ ЛЮБОГО РАЗМЕРА И СПЕЦИАЛИЗАЦИИ, ПРОИЗВОДИТЕЛИ И РИТЕЙЛЕРЫ, А ТАКЖЕ ТОЛЬКО НАЧИНАЮЩИЕ СВОЙ ПУТЬ СТАРТАПЫ МОГУТ ЛЕГКО НАЧАТЬ ПРОДАВАТЬ ЗА РУБЕЖ. В НАШЕЙ НОВОЙ РУБРИКЕ МЫ РАССКАЖЕМ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ СТРАН И РЕГИОНОВ И ВОЗМОЖНОСТЯХ В ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЕ, КОТОРЫЕ ОНИ ОТКРЫВАЮТ.





ПЯТОЕ МЕСТО СРЕДИ 190 СТРАН

Гонконг — это мировой финансовый центр с репутацией одного из наиболее благоприятных мест для ведения бизнеса. Это подчеркивает и рейтинг стран по легкости ведения бизнеса от Всемирного банка. Гонконг занимает пятую строчку среди 190 стран.

40% ТОРГОВЛИ КИТАЯ

Более трети всей торговой деятельности Китая проходит через Гонконг. Являясь порто-франко, Гонконг представляет собой «ворота» к переполненным азиатским рынкам.

ВРЕМЯ ПЕРЕМЕН ДЛЯ ГОНКОНГА

Гонконг был британской колонией до 1997 года, когда суверенитет был передан Китаю. Политика Китая «Одна страна, две системы» до сих пор поддерживает важную роль Гонконга в мировой экономике. Этот мегаполис остается крупнейшим инвестором материкового Китая и его главным посредником в торгово-экономических отношениях КНР со многими странами.

БОЛЬШИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ВАС В ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЕ

На каждую квадратную милю в Гонконге приходится по торговому

центру. Поэтому до сих пор онлайн-торговля росла не такими темпами, как в других странах. Но с учетом того, что из 7,4 миллионов населения 5 миллионов имеют доступ в Интернет, рост сегмента онлайн-продаж в ближайшие годы гарантирован.

НЕГАТИВНЫЙ ОПЫТ ПОКУПОК ОНЛАЙН

Онлайн-покупателей в Гонконге не устраивают стандарты обслуживания. Только 38% опрошенных сказали, что они удовлетворены сервисом (по сравнению с 83% в США, 78% в Европе и 60% в Китае).

СТРУКТУРА ЭКОНОМИКИ ГОНКОНГА
УСЛУГИ – 92,7%
ПРОИЗВОДСТВО – 7,2%
СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО – 0,1%

ИНДУСТРИИ С НАИБОЛЬШИМ ПОТЕНЦИАЛОМ ДЛЯ ЭКСПОРТА В ГОНКОНГ

ЗДРАВООХРАНЕНИЕ

В Гонконге высокая продолжительность жизни и стремительно стареющее население. Это означает возможности для зарубежных поставщиков продукции в области здравоохранения.

КОСМЕТИКА

Сегмент косметики и продукции для здоровья в течение 2015-2016 гг. вырос на 22%. Этот сегмент рынка в Гонконге очень активно растет.

ЭЛЕКТРОНИКА

Долгосрочные тренды рисуют оптимистичную картину в области импорта телекоммуникаций, электрических схем и смартфонов, несмотря на небольшое снижение этого рынка в Гонконге в 2015-2016 гг.

МОДА

41% миллениалов в Гонконге планируют в ближайшие два года покупать предметы одежды онлайн. Эта цифра значительно выросла с 28% в 2016 году.

Предложите высокий уровень сервиса онлайн — и ваши шансы на успех значительно возрастут.

МОЛОДАЯ АУДИТОРИЯ

Почти 100% жителей младше 44 лет пользуются Интернетом. В категории жителей старше 65 лет таких только 44%.

ЧЕГО ХОТЯТ ОНЛАЙН-ПОКУПАТЕЛИ В ГОНКОНГЕ

- Бесплатную доставку
- Возможность делать покупки в любое время, в любом месте
- Специальные скидки для покупок онлайн

ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА И ТАМОЖЕННЫЕ ПРАВИЛА

0% — ввозная пошлина.

Гонконг — это порто-франко, поэтому вам не придется платить таможенные сборы при ввозе и вывозе товаров.

РАССЧИТАТЬ РАЗМЕР ПОШЛИН

Вы можете рассчитать полную стоимость товара на складе (включая пошлины, налоги и другие ввозные сборы) для грузов, отправляемых в Гонконг, воспользовавшись приложением TAS (Trade Automated Services) от DHL Express на сайте: tas.dhl.com.

В TAS также доступна информация о соответствии установленным требованиям и другая торговая документация.

КАКИЕ ЕСТЬ ИСКЛЮЧЕНИЯ?

Правительство Специального административного района Гонконг облагает акцизной пошлиной четыре типа продукции (импортируемой или местного производства):

- табачные изделия,
- нефтепродукты,
- алкогольные напитки,
- метиловый спирт.

В целом любое лицо или компания, осуществляющие импорт или экспорт товаров, обязаны подать соответствующую декларацию в Таможенное и акцизное министерство Гонконга в течение 14 дней с момента ввоза или вывоза товаров.



КАК СТАТЬ УСПЕШНЫМ В E-COMMERCE

ХОТИТЕ ПРИВЛЕЧЬ ПОСЕТИТЕЛЕЙ В СВОЙ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН? ВОЛШЕБНОГО РЕЦЕПТА ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЭТОЙ ЗАДАЧИ НЕ СУЩЕСТВУЕТ, НО ВАМ ДОСТУПЕН ЦЕЛЫЙ СПЕКТР ЭФФЕКТИВНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ. ОПИРАЯСЬ НА УСПЕШНЫЙ ОПЫТ, НАКОПЛЕННЫЙ ЗА ВРЕМЯ СОТРУДНИЧЕСТВА С ТЫСЯЧАМИ ОНЛАЙН-РИТЕЙЛЕРОВ, МЫ СФОРМУЛИРОВАЛИ ДЛЯ ВАС «22 ЗОЛОТЫХ ПРАВИЛА» ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ.



ПРАВИЛО № 1: ВСЕГДА ТЕСТИРУЙТЕ

Описание продукта, фотографии, дизайн, скидки, ссылки, апсейл, перекрестные продажи, цветовые решения — все это влияет на эффективность бизнеса и нуждается в постоянном тестировании. Для успешных продаж нужен систематический подход к тестированию. Например, сообщение «Не удастся отобразить страницу» — самый настоящий демотиватор. Если не выявлять такие проблемы проактивно, они могут сохраняться очень долго.

ПРАВИЛО № 2: ИЗБЕГАЙТЕ ХАОСА

Сделайте свой сайт простым и понятным вне зависимости от того, что вы продаете. Не поддавайтесь соблазну: не перегружайте страницы сайта. Не стоит слишком активно экспериментировать со шрифтами, flash-элементами и всплывающими окнами.

ПРАВИЛО № 3: ИСПОЛЬЗУЙТЕ ИНДИКАТОРЫ ОБРАТНОГО ОТСЧЕТА

Они показывают, как долго будет действовать конкретная акция и какое количество товара имеется в наличии. Если эти индикаторы отображают подлинными цифрами (т. е. клиенты не видят те же значения, что и неделю назад), они могут помочь вам сыграть на желании покупателей не упустить выгодное предложение.

ПРАВИЛО № 4: ПРЕДЛОЖИТЕ УСЛОВНО-БЕСПЛАТНУЮ ДОСТАВКУ

Это стимулирует продажи. Разумеется, в этом случае стоимость доставки включается в цену товара, однако такие предложения всегда являются отличным коммерческим аргументом. Не забудьте упомянуть об этом на главной странице и в рекламе.

ПРАВИЛО № 5: ИСПОЛЬЗУЙТЕ ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ

Ничто так не помогает в убеждении потребителей, как рекомендации других людей. Поэтому чем больше

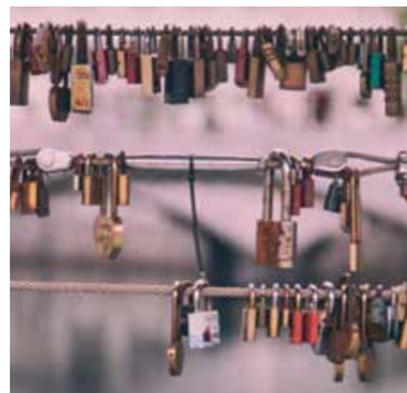
положительных отзывов будет на страницах вашего сайта, тем лучше. Попробуйте сотрудничать со знаменитостями — их мнения особенно ценны для широкой аудитории. Добавьте ссылку на независимую платформу отзывов, например TrustPilot, и уделите внимание реагированию как на положительные отзывы, так и на критику.

ПРАВИЛО № 6: ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ НА ТЕКСТЫ

Сделайте описания продуктов привлекательными и убедительными. Они должны быть достаточно подробными, чтобы удовлетворить любопытство клиента. Но не забывайте и о том, что покупателей больше интересуют преимущества товара, нежели длинный список его характеристик.

ПРАВИЛО № 7: ЗАПУСТИТЕ ПРОГРАММУ РЕКОМЕНДАЦИЙ

Схема, при которой существующие клиенты приводят новых клиентов, основывается на приятных бонусах, таких как скидки для одной или обеих сторон.



ПРАВИЛО № 8: ПРОДЕМОНСТРИРУЙТЕ БЕЗОПАСНОСТЬ

Опубликуйте политику конфиденциальности в отношении клиентов и добавьте значок сертификата SSL. Рассмотрите возможность использования надежных платформ для электронной торговли, например Shopify.

ПРАВИЛО № 9: НАЧНИТЕ ПИСАТЬ

Привлекайте новых клиентов с помощью публикаций в тематических блогах. Не стоит в открытую хвалить свой собственный магазин, но добавить кросс-ссылки в блоге и интернет-магазине будет вполне уместно.

ПРАВИЛО № 10: СДЕЛАЙТЕ ДЛЯ КЛИЕНТА ПРИЯТНУЮ МЕЛОЧЬ

Отправьте подарок вместе с первым заказом, добавьте небольшой бонус к сумме возврата и собственноручно подпишите благодарственные открытки для новых клиентов. Все это — быстрые и простые способы расположить к себе покупателя и повысить его лояльность.

ПРАВИЛО № 11: СТИМУЛИРУЙТЕ АКТИВНОСТЬ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Просите клиентов рассказывать о покупках в своих социальных сетях. Используйте такие инструменты, как Checkout Share, чтобы покупатели могли легко делиться информацией о ваших продуктах или услугах.

ПРАВИЛО № 12: СОЗДАВАЙТЕ ВИДЕОКОНТЕНТ

Это может быть демонстрация продукта, видеоинструкция или просто забавный короткий ролик о продукте. Люди любят смотреть видео и делиться им, и, как показывает практика, такой контент стимулирует продажи.

ПРАВИЛО № 13: БУДЬТЕ ОТЗЫВЧИВЫ — ОТВЕЧАЙТЕ НА ВОПРОСЫ КЛИЕНТОВ

Если вам редко поступают вопросы от клиентов, то вы сможете обрабатывать их по телефону или электронной почте. Но когда с вашего сайта каждый день приходит до нескольких

сотен сообщений, стоит рассмотреть возможность создания текстового чата или даже чат-бота.

ПРАВИЛО № 14: СТАВЬТЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ ВО ГЛАВУ УГЛА

Иными словами, оптимизируя интерфейс, всегда задумывайтесь о потребностях посетителей вашего сайта. Оформление заказа должно быть простым и логичным. Чем меньше кликов делает пользователь для поиска и оплаты нужного товара, тем лучше!

ПРАВИЛО № 15: НЕ ЭКОНОМЬТЕ НА ФОТО

Для производства основных имиджевых изображений стоит обратиться к профессиональному фотографу. Однако в случае с фотографиями товаров такие услуги могут быть непомерно дорогими, особенно если ваш ассортимент постоянно обновляется. В большинстве случаев для качественных снимков будет достаточно камеры на современном смартфоне, однотонного фона, естественного освещения и штатива.

ПРАВИЛО № 16: НЕ ПЕРЕУСЕРДСТВУЙТЕ С ПРЕДЛОЖЕНИЯМИ И ВЫБОРОМ

Если человек собирается сделать конкретную покупку, слишком большой объем информации может его оттолкнуть.

ПРАВИЛО № 17: НЕ ИГНОРИРУЙТЕ МОБИЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Серьезную коммерческую стратегию в Интернете невозможно выстраивать без учета мобильных устройств. Согласно одной из недавних статей в журнале Forbes, «прогнозируется, что объем электронной торговли на мобильных платформах к 2019 году составит 218 млрд долл. США. По некоторым оценкам, к 2020 году 45 % покупок в Интернете будут совершаться с мобильных устройств». Другими словами, время, потраченное на оптимизацию сайта для мобильных пользователей, действительно может окупиться.

ПРАВИЛО № 18: НЕ ЗАБЫВАЙТЕ О КЛИЕНТАХ

Через некоторое время после размещения заказа напомните клиенту о себе по электронной почте. Предложите бонус при покупке тех же или похожих продуктов — например, скидку или бесплатную доставку.

ПРАВИЛО № 19: НЕ СКРЫВАЙТЕ ИНФОРМАЦИЮ О ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ЗАТРАТАХ

Нередко случается, что, когда довольный клиент переходит к оформлению заказа, стоимость доставки становится для него неприятным сюрпризом. Именно дополнительные затраты на доставку чаще всего вынуждают покупателей отказаться от заказа. Платформа Shopify предлагает три варианта решения этой проблемы: опция бесплатной доставки от определенной минимальной суммы покупки, включение стоимости доставки в цену или инструмент, позволяющий клиенту ввести свои данные и узнать стоимость доставки в режиме реального времени. Какой бы из них вы ни выбрали, прозрачность всегда важна.



ПРАВИЛО № 20: НЕ УСЛОЖНЯЙТЕ ЖИЗНЬ ПОКУПАТЕЛЯМ

Даже если они хотят вернуть приобретенные товары. У них все равно останется положительное впечатление, если процесс возврата будет быстрым и простым.

ПРАВИЛО № 21: НЕ ТРЕБУЙТЕ РЕГИСТРАЦИИ БЕЗ СЕРЬЕЗНЫХ ПРИЧИН!

Когда клиент приходит в обычный магазин, регистрация ему не требуется. Тогда зачем она нужна в Интернете? Не забывайте: покупки должны быть максимально комфортными.

ПРАВИЛО № 22: СЕРЬЕЗНО. НЕ ТРЕБУЙТЕ РЕГИСТРАЦИИ БЕЗ СЕРЬЕЗНЫХ ПРИЧИН

Напоминаний об этом не бывает слишком много. Не упускайте свою прибыль!

MADE IN SIBERIA



«СИБИРСКАЯ МАРКА ДЕРЕВЯННЫХ ОЧКОВ И АКСЕССУАРОВ. СДЕЛАНО В СИБИРИ С ТЕПЛОМ И ЗАБОТОЙ», – ИМЕННО ТАКОЙ ФРАЗой ВСТРЕЧАЕТ СВОИХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН BREVNO. КРАСНОЯРСКАЯ КОМПАНИЯ BREVNO ДЕЛАЕТ ВЕЩИ, КОТОРЫЕ РАССКАЗЫВАЮТ МИРУ О ПРЕКРАСНОЙ СИБИРСКОЙ ЗЕМЛЕ, А DHL EXPRESS ПОМОГАЕТ ЕЙ В ЭТОМ, ОТПРАВЛЯЯ ЗАКАЗЫ ЗАРУБЕЖНЫМ КЛИЕНТАМ, В ТОМ ЧИСЛЕ В ИСПАНИЮ И ШВЕЙЦАРИЮ.

Компанию BREVNO основали сибиряки Федор Смирнов и Артем Коровин. В 2013 году они решили делать очки в деревянной оправе, сначала параллельно со своей основной работой, в качестве хобби. Работали, где придется: в гараже, в рекламной мастерской у знакомых, на кухне. Попробовали – получилось, и уже в следующем году парни арендовали мастерскую

и полностью погрузились в развитие бизнеса. Сейчас в команде BREVNO – десять человек, которые за месяц могут сделать 500 пар очков.

Сегодня под маркой BREVNO компания выпускает стильные экологичные очки ручной работы в оправе из березы, корня ореха, граба. Каждая модель имеет свое название: REKA, ZIMA, PROSTOR, SVOBODA, RADOST.

Процесс производства занимает целый ряд этапов. Сначала из нескольких слоев дерева склеивается заготовка нужного радиуса, затем на фрезере с ЧПУ вырезается форма очков. В результате получается крепкая и симметричная заготовка. Вес оправ BREVNO – отдельная гордость. Несмотря на визуальную массивность, очки весят от 44 до 53 граммов.



Далее очки вручную обтачиваются и шлифуются. После контроля качества оправа отправляется в цех покраски, где покрывается влагозащитными и укрепляющими составами. На каждое изделие бережно наносится надпись: «Сделано в Сибири». Для клиентов, которые ценят индивидуальность, выполняется специальная гравировка с именем на внутренней стороне левой дужки.

На следующем этапе происходит сборка очков: устанавливаются металлические петли, оснащенные пружинным механизмом. Использование таких механизмов в очках увеличивает срок службы и комфорт от ношения очков. Дужки подстраиваются под форму и размер головы, поэтому ничто не давит на уши и виски, очки не сваливаются при движении. Затем устанавливаются поляризованные ацетатные линзы с защитой от УФ-излучения.

Финальному этапу – упаковке – компания BREVNO уделяет большое внимание. Каждая оправа помещается в картонную коробку и дополняется льняным чехлом, тряпочкой из микрофибры и открыткой с сибирскими пейзажами. Весь процесс производства очков занимает около 30 часов, причем этот показатель актуален как для одной, так и для десяти оправ.

Ключевая компетенция компании – актуальный промышленный дизайн. Поэтому после успешного запуска производства очков молодые предприниматели решили не останавливаться на достигнутом, а включить в линейку продукции и сибирские сувениры, которые приятно дарить. В настоящее время, помимо очков, BREVNO

производит также блокноты, зажимы для денег, флешки, светильники. Компания активно развивает направление корпоративной сувенирной продукции и создает оригинальные и запоминающиеся подарки в духе своего бренда – свободном, теплом, душевном. При этом производители готовы как адаптировать имеющиеся сувениры под нужды и ДНК бренда каждой отдельной компании, так и взяться за идею клиента и воплотить ее в абсолютно новом бизнес-подарке.

Как отмечает один из основателей компании BREVNO Федор Смирнов: «Моя цель в бизнесе – изменить восприятие Сибири остальным миром, нанести ее на карту как место, в котором природа и технологии живут в неповторимом симбиозе. Создание бренда очков и аксессуаров из Сибири,

который будет котируется на международном рынке – первый шаг».

Сегодня география заказов превышает 100 стран мира и постоянно расширяется. Очки и деревянные аксессуары BREVNO продаются не только во многих городах России – в Красноярске, Магадане, Владивостоке, Иркутске, Кемерове, Самаре, Оренбурге, Краснодаре, Сочи, Архангельске, Санкт-Петербурге и Москве, но и в США, Германии, Италии, Испании, Швейцарии, Марокко, Коре и других странах.

DHL Express помогает компании BREVNO отправлять заказы зарубежным клиентам, в том числе в Испанию и Швейцарию. Среди преимуществ партнерства с DHL руководители компании BREVNO отмечают скорость, надежность и возможность внедрения новых удобных сервисов.

Компания не разделяет своих покупателей на российских и зарубежных и считает, что бренд нацелен на городских жителей, скучающих по природе, любителей свободы и путешествий. Главное, что привлекает клиентов в бренде BREVNO, это необычность и новизна продукции.

«Нам приятно, что музыканты Limp Bizkit, Die Antwoord, Sunsay и Сергей Бабкин (участник группы «5'nizza» – прим. ред.) захватили с собой на память из Красноярска не магниты на холодильник и не берестяные корзинки, а вещи марки BREVNO. Это значит, что мы все делаем правильно», – отмечает Федор Смирнов.



FORMULA 1®: ДОСТАВЛЕНО DHL

28-30 СЕНТЯБРЯ В СОЧИ СОСТОЯЛАСЬ FORMULA 1® 2018 VTB RUSSIAN GRAND PRIX. DHL ЯВЛЯЕТСЯ ОФИЦИАЛЬНЫМ ЛОГИСТИЧЕСКИМ ПАРТНЕРОМ FORMULA 1® И В СЕЗОНЕ 2018 ГОДА «КОРОЛЕВСКИХ ГОНОК» ПРОДОЛЖИТ НАГРАЖДАТЬ ЛУЧШИХ ПИЛОТОВ ПРЕМИЕЙ DHL FASTEST LAP AWARD И ЛУЧШИЕ КОМАНДЫ ПРЕМИЕЙ DHL FASTEST PIT STOP.

Немногие спортивные состязания могут вызвать в нашем воображении головокружительную смесь скорости, гламура и жизненной силы, как это делает Formula 1® – легендарная гоночная серия и самое престижное событие в мире автоспорта. Начиная с первой гонки в 1950 году, желание увидеть самых высококвалифицированных гонщиков, развивающих рекордные скорости, охватило огромное число поклонников по всему миру: от Великобритании до Бахрейна и от Мексики до Японии. Вместе с тем за красивой картинкой каждый сезон стоят тысячи героев, которые помогают сделать все это возможным, в том числе команда DHL. Как официальный логистический партнер Formula 1®, DHL опирается на более чем 35-летний опыт работы в сфере сложной, с жестким временным режимом международной автоспортивной логистики.



Логистика FORMULA 1® Основные данные

10 команд
20 пилотов
21 гонка
5 континентов
9 месяцев



Поклонники Formula 1® могут насладиться гонками в 21 стране, в том числе Китае, Сингапуре, Азербайджане и России. В 2018 году в календарь чемпионата вернулись этапы во Франции и Германии.



Как официальный логистический партнер Formula 1®, DHL опирается на более чем 35-летний опыт работы в сфере сложной, с жестким временным режимом международной автоспортивной логистики. Доставка грузов Formula 1® осуществляется наземным, воздушным и морским транспортом. Детальное планирование маршрута является одним из наиболее важных элементов для обеспечения надежной доставки к началу гонки.



The F1 FORMULA 1 logo, F1 logo, F1, FORMULA 1, FIA FORMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP, GRAND PRIX and related marks are trade marks of Formula One Licensing BV, a Formula 1 company. All rights reserved.

В РУБРИКЕ, ПОСВЯЩЕННОЙ СОЦИАЛЬНЫМ СЕТЯМ, ТРАДИЦИОННО ПРЕДСТАВЛЯЕМ НАШ ДАЙДЖЕСТ САМЫХ ПОПУЛЯРНЫХ И ИНТЕРЕСНЫХ ПОСТОВ. И ЕСЛИ ВЫ ПОКА ЭТОГО НЕ СДЕЛАЛИ, ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ К НАШИМ СООБЩЕСТВАМ В ФЕЙСБУКЕ, ИНСТАГРАМЕ И ВКОНТАКТЕ, ЧТОБЫ БЫТЬ В КУРСЕ НОВОСТЕЙ В ОБЛАСТИ ЛОГИСТИКИ И ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ, А ТАКЖЕ НАШИХ СПЕЦИАЛЬНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ, АКЦИЙ И КОНКУРСОВ.

1. ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО ТАКОЕ RED BULL AIR RACE?

Прежде всего, это скорость и точность! В Red Bull Air Race участвуют пилоты высочайшего класса, задача которых как можно быстрее и точнее пройти воздушную трассу на легком гоночном самолете. DHL не первый год является официальным логистическим партнером этого самого зрелищного международного чемпионата по авиаслалому, доставляя самолеты и сопутствующее оборудование к местам проведения соревнований по всему миру. 25-26 августа чемпионат во второй раз состоялся в России (в Казани).



2. ВОЛОНТЕРСКИЙ ТЕАТР DHL EXPRESS

Наши сотрудники доставляют не только грузы, но и доброту тем, кто нуждается в ней больше всех. Недавно Волонтерский театр DHL Express представил свой спектакль «Буратино» особенным детям – подопечным Благотворительного фонда «Дети с небес».



3. МИГРАЦИЯ УССУРИЙСКИХ МЕДВЕДЕЙ

DHL всегда заботится об окружающей среде и охране природы. Недавно мы перевезли четырех уссурийских бурых медведей из Японии в Великобританию и помогли им обрести новый дом. Уссурийский бурый медведь находится под угрозой исчезновения и занесен в Красную книгу, в Японии их осталось всего 10 тысяч. Но теперь Ханако, Рику, Каи и Аму будут жить в Йоркширском парке дикой природы – ведущей мировой организации по сохранению редких и исчезающих видов животных.

4. ВСЕ, КАК ВЫ ЗАХОТИТЕ

Доставка с DHL Express бывает разной: заботливой, романтической, супергеройской, экологичной, технологичной и самой ценной!



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

ЦИНЦИННАТИ, США

Кое-где уже начались осенние ливни, но мы продолжаем выполнять свою работу быстро и на самом высоком уровне. Ведь, желтый – это цвет скорости.

**САНТО-ДОМИНГО, ДОМИНИКАНСКАЯ РЕСПУБЛИКА**

Что еще можно делать в Доминикане, как не наслаждаться отдыхом! Но если у кого-нибудь возникнет желание поделиться своим отличным настроением и отправить домой открытку или сувениры – нет проблем – наши коллеги в Ágora Mall и Megacentro работают по субботам и воскресеньям.

**ФИЛИПСБУРГ, СИНТ-МАРТЕН, КАРИБСКИЕ ОСТРОВА**

А на Карибах круглый год – лето! Некоторые Карибские острова обслуживает эта непревзойденная классика малой авиации – самолет Cessna 208B Caravan. Какая красота, будто птица в небе!

**ЛОНДОН, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ**

Проезжая Национальный либеральный клуб и роскошный отель Corinthia... Лондон может похвастаться не только богатой культурой, но и уникальной архитектурой, которая славится на весь мир.

**ТИФЕНКАСТЕЛЬ, ШВЕЙЦАРИЯ**

Даже в нашем беспокойном, суматошном мире, полном ежедневных вызовов и неотложных дел, иногда нужно просто остановиться и полюбоваться потрясающим видом, который открывается прямо перед вами.

**БОНН, ГЕРМАНИЯ**

Знаете ли вы, что 3 сентября отмечается День небоскребов?! Высота Post Tower – нашей штаб-квартиры – составляет 162,5 метра. Здание является самым высоким в Бонне и 11-м по высоте в Германии.

**ТОСКАНА, ИТАЛИЯ**

Какой волшебный момент в красно-желтых тонах! Маленькие поклонники DHL точно соответствуют дресс-коду для наблюдения этого яркого заката в знаменитой Тоскане и отлично гармонируют с красками неба.

**МОСКВА, РОССИЯ**

Несмотря на хмурое осеннее небо, у нас всегда светит солнце! С нашей российской командой ваши грузы – всегда в надежных руках!



КРАСНЫЙ И ЖЕЛТЫЙ ВСЕГДА В МОДЕ

Мы являемся экспертом в fashion-индустрии и предлагаем индивидуальные решения, помогающие нашим клиентам успешно вести бизнес в этой сложной отрасли.

Современная мода развивается благодаря международной торговле. DHL создает инструменты для этого развития.

dhl.ru
zakaz.dhl.ru

Mercedes-Benz
FashionWeek
RUSSIA

FASHION  WEEK



Официальный Логистический Партнер