

# ДОСТАВЛЕНО

DHL Express – Excellence. Simply delivered

ЧИТАЙТЕ В ЭТОМ НОМЕРЕ:

## ШАГ ВПЕРЕД

ТРЕНДЫ E-COMMERCE В 2020 ГОДУ  
СТР. 11

## PHOTOSTORY

SUSTAINABLE FASHION:  
ДЖЕССИКА МИН АН И DHL  
СТР. 16





## ДОРОГИЕ ЧИТАТЕЛИ!

Начало этого года ознаменовано не самой приятной новостью – вспышкой и распространением коронавируса COVID-19 и признанием его Всемирной организацией здравоохранения пандемией. Безусловно, эта новость затрагивает и нас как глобальную компанию, действующую в масштабах всего мира. При этом, учитывая все внешние фак-

торы и всегда ставя на первое место здоровье и благополучие наших сотрудников, мы будем по-прежнему делать все возможное, чтобы соответствовать обещанию, данному нашим клиентам: «Объединять людей, улучшая их жизнь».

В этом номере мы подготовили большое интервью, в котором я постарался рассказать о том, как DHL Express помогает клиентам быть успешными в меняющихся реалиях и способствует повышению эффективности вашего бизнеса. Говоря о возможностях и достижениях нашей компании, невозможно оставить без внимания наших сотрудников – команду единомышленников, связанных общей идеей – обеспечивать высочайший уровень сервиса и удовлетворять потребности наших клиентов. И мне приятно отметить, что уже шестой год подряд DHL Express подтверждает статус «Лучшего работодателя» по программе сертификации Top Employer Global по итогам проведения сертификации в 63 странах, в том числе и в России.

Мы по-прежнему делаем большую ставку на развитие электронной торговли и считаем ее одним из ключевых

драйверов развития целого ряда отраслей и роста экономики в целом. В этом номере предлагаем вам посмотреть на тренды, которые, на наш взгляд, будут определять развитие e-commerce в 2020 году, и даем 10 рекомендаций, следуя которым можно добиться впечатляющего охвата аудитории и обеспечить успешные продажи в социальных сетях.

Что бы ни происходило в эти дни, чем бы ни были наполнены ваши будни, остановитесь, посмотрите вокруг, и вы увидите, что наш мир прекрасен! Весна – это время перемен и начала новой жизни, время, когда еще есть возможность начать реализовывать обещания, которые мы давали себе в новогоднюю ночь. Давайте беречь себя и своих близких и сохранять веру и оптимизм! А DHL Express, как всегда, позаботится о доставке ваших грузов и будет обеспечивать эффективность вашего бизнеса!

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



## 4 НОВОСТИ

- «ДИДЖИТАЛИЗАЦИЯ, ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ, УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ» – DHL EXPRESS ПРЕДСТАВИЛА СТРАТЕГИЮ 2025
- АВИАПАРК DHL EXPRESS ПОПОЛНИТСЯ ШЕСТЬЮ НОВЫМИ BOEING 777 FREIGHTERS В 2020 ГОДУ
- DHL EXPRESS И СБЕРБАНК ВРУЧИЛИ ЛУЧШИМ РОССИЙСКИМ ЭКСПОРТЕРАМ ПРЕМИЮ «ЭКСПОРТЕРЫ. НОВЫЙ УРОВЕНЬ»
- DHL EXPRESS ПОДТВЕРЖДАЕТ СТАТУС ЛУЧШЕГО РАБОТОДАТЕЛЯ ПО ПРОГРАММЕ СЕРТИФИКАЦИИ TOP EMPLOYER НА ГЛОБАЛЬНОМ УРОВНЕ ШЕСТОЙ ГОД ПОДРЯД

## 8 ПРЯМАЯ РЕЧЬ

АДРИАН МАРЛИ, УПРАВЛЯЮЩИЙ ДИРЕКТОР DHL EXPRESS В СНГ И СТРАНАХ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ: «МЫ ДОСТИГЛИ ВПЕЧАТЛЯЮЩИХ РЕЗУЛЬТАТОВ В РОССИИ, И Я ОЧЕНЬ ГОРЖУСЬ НАШЕЙ КОМАНДОЙ»

## 11 ШАГ ВПЕРЕД

ТРЕНДЫ E-COMMERCE, КОТОРЫЕ БУДУТ ОПРЕДЕЛЯТЬ ВАШ БИЗНЕС В 2020 ГОДУ

## 14 ИСТОРИЯ УСПЕХА С DHL

НЕ ХАНГОМ ЕДИНЫМ

## 16 PHOTOSTORY

УСТОЙЧИВАЯ МОДА: ПОКАЗ ДЖЕССИКИ МИН АН В ТЕРМИНАЛЕ DHL В НЬЮ-ЙОРКЕ

## 20 ИНФОГРАФИКА

## 21 DHL SOCIALIZER

## 22 DHL WORLDWIDE

## «ДИДЖИТАЛИЗАЦИЯ, ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ, УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ» – DHL EXPRESS ПРЕДСТАВИЛА СТРАТЕГИЮ 2025

В конце прошлого года DHL Express представила новую Стратегию 2025. Презентация стратегии состоялась в рамках открытия ультрасовременного хаба компании в аэропорту Кельн/Бонн, инвестиции в который составили 123 млн евро. Новая стратегия опирается на такие приоритеты, как диджитализация, электронная торговля и устойчивое развитие, которые должны обеспечить дальнейшее улучшение качества сервиса и рост бизнеса компании. Ежегодные инвестиции в размере свыше 1 млрд евро в технологии и инфраструктуру DHL, а также открытие нового экологичного логистического центра ясно свидетельствуют об амбициозных целях компании. Необходимый температурный режим нового хаба будут поддерживать система сохранения энергии с льдогенератором емкостью свыше 1,3 млн л и около 18 км труб. Такая система в сочетании с тепловым насосом и солнечными батареями на крыше здания позволит логистическому комплексу работать без выбросов углекислого газа в атмосферу.

«С момента основания компании 50 лет назад DHL продолжает успешно внедрять инновационные решения и способствовать динамичному развитию индустрии экспресс-доставки в це-



лом. Новые технологии в хабе в Кельне не только еще раз подтверждают это, но и демонстрируют один из основных приоритетов нашей новой Стратегии 2025», – заявил генеральный директор DHL Express Джон Пирсон. «Как эксперты в области экспорта и импорта мы можем обеспечить рост бизнеса благодаря превосходному качеству сервиса, поэтому мы ежегодно инвестируем более миллиарда евро в обучение сотрудников, инфраструктуру и диджитализацию. Наша основная цель – увели-

чить производительность нашей сети для доставки срочных международных грузов, чтобы удовлетворить растущий спрос в сфере электронной коммерции».

DHL завершила модернизацию хаба в аэропорту Кельн/Бонн в августе 2019 года после двух лет ремонтно-строительных работ. Ряд новых технологий в сортировочном центре хаба площадью 15 000 м<sup>2</sup> позволит DHL Express обрабатывать на конвейерной ленте длиной 2,5 км до 20 000 грузов в час. Другие нововведения, в том числе 3D-сканеры и вакуумные подъемники, помогут облегчить условия работы 340 сотрудников хаба, являющихся выходцами из 34 стран мира.

«Мы ожидаем дальнейший рост в ближайшем будущем, особенно в сфере трансграничной электронной торговли, – заявил исполнительный вице-президент по международной операционной деятельности DHL Тревис Кобб. – Модернизируя наш авиапарк, мы увеличиваем количество межконтинентальных рейсов, при этом снижая расход топлива и уровень выбросов углекислого газа в атмосферу. В 2020 году мы начнем эксплуатацию еще шести новых самолетов в рамках сделки, которую заключили с компанией Boeing в 2018 году».



## АВИАПАРК DHL EXPRESS ПОПОЛНИТСЯ ШЕСТЬЮ НОВЫМИ BOEING 777 FREIGHTERS В 2020 ГОДУ



В феврале первый самолет из новой партии грузовых самолетов Boeing 777F-200 совершил успешную посадку в аэропорту Цинциннати/Северный Кентукки (CVG), который станет его операционной базой. В 2018 году DHL заключила сделку о приобретении 14 новых самолетов Boeing 777F, четыре из которых были доставлены в 2019 году, шесть должны быть получены в течение этого года, а оставшиеся четыре – в 2021 году. Переход на новые воздушные суда и замена старых моделей проводится в рамках модернизации авиапарка дальнемагистральных самолетов и развития межконтинентальных перевозок. Boeing 777F оборудован новейшей технологией по оптимизации расхода топлива и имеет наибольшую

дальность полета при полной коммерческой загрузке по сравнению с любым другим широкофюзеляжным грузовым самолетом. Это позволит DHL повысить операционную эффективность в условиях растущего глобального спроса на экспресс-доставку.

По грузоподъемности (до 102 тонн) и дальности полета (9 200 км) Boeing B777F превосходит все остальные двухдвигательные грузовые самолеты. Также он является более экономичным и надежным по сравнению с предыдущими моделями, что позволяет сократить выбросы CO<sub>2</sub> на 18%. DHL Express эксплуатирует свыше 260 самолетов в сотрудничестве с 17 авиакомпаниями и ежедневно совершает более 3 000 рейсов в 220 стран и территорий.

«Мы рады, что парк DHL Express в этом году пополнится новыми Boeing 777F, – заявил генеральный директор DHL Express Джон Пирсон. – Модернизация нашего межконтинентального авиапарка поможет нам не только укрепить позиции для удовлетворения растущего спроса, но и гарантировать превосходное качество сервиса нашим клиентам и уменьшить экологический след от нашей деятельности. Компания DHL Express всегда отличалась инновационными решениями и технологиями. Мы рады вновь продемонстрировать нашим партнерам и клиентам достижения, которые выведут экспресс-доставку на новый уровень и помогут нам достичь целей Стратегии 2025».

## DHL EXPRESS И СБЕРБАНК ВРУЧИЛИ ЛУЧШИМ РОССИЙСКИМ ЭКСПОРТЕРАМ ПРЕМИЮ «ЭКСПОРТЕРЫ. НОВЫЙ УРОВЕНЬ»



Компания DHL Express и Сбербанк отметили лучших российских экспортеров совместной премией «Экспортеры. Новый уровень». Церемония награждения состоялась 27 февраля в Москве в рамках ежегодной конференции Сбербанка для участников внешнеэкономической деятельности «ВЭД. Новые рынки».

Конкурс на премию «Экспортеры. Новый уровень» проводился среди представителей малого и среднего бизнеса, юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, активно экспортирующих свою продукцию, по трем номинациям: «Экспортный пример», «Экспортер-новатор года» и специальная номинация компании DHL Express «Экспортер года в сфере e-commerce».

Победителем конкурса в номинации «Экспортный пример» стало ООО «Евро Декор и К», в номинации «Экспортер-новатор года» – АО «Русская механика». В специальной номинации DHL Express «Экспортер года в сфере e-commerce» были выбраны три победителя. 1-е место и Золотой контракт DHL получило ООО «Ходоор» (г. Москва, торговая марка HODOOR Performance), которое занимается дистрибуцией автомобильных товаров и оборудования для тюнинга автомобилей премиум-класса. 2-е место и Серебряный контракт DHL полу-

чило ООО «Дженте» (г. Санкт-Петербург, торговая марка Lefren), которое специализируется на изготовлении кожаных портфелей, сумок и аксессуаров ручной работы. 3-е место и Серебряный контракт DHL – ИП Громова Надежда Васильевна (г. Ижевск, Республика Удмуртия, торговая марка BUNGLY BOO), производство и экспорт детской одежды.

«Стремительный рост трансграничной электронной торговли открывает

большие возможности для российских предпринимателей. Компания DHL Express прикладывает всесторонние усилия, чтобы как можно больше российских предпринимателей, которые производят интересную и качественную продукцию здесь, в России, выходили на международные рынки с использованием каналов электронной торговли. Мы рады поддержать проекты и компании, ориентированные на развитие экспорта», – заявила на церемонии награждения вице-президент по продажам и маркетингу DHL Express в России Анна Клинькова.

Премия «Экспортеры. Новый уровень» – ежегодный национальный конкурс для предпринимателей, учрежденный Сбербанком и DHL Express и направленный на выявление, поддержку и продвижение лучших российских практик в сфере экспортной деятельности. При отборе победителей учитываются динамика роста экспортных продаж, расширение географии экспортных поставок, стратегия продвижения продукта на иностранные рынки, инновационность экспортируемого продукта, а также использование онлайн-каналов в экспортных продажах.



## DHL EXPRESS ПОДТВЕРЖДАЕТ СТАТУС ЛУЧШЕГО РАБОТОДАТЕЛЯ ПО ПРОГРАММЕ СЕРТИФИКАЦИИ TOP EMPLOYER НА ГЛОБАЛЬНОМ УРОВНЕ ШЕСТОЙ ГОД ПОДРЯД



Top Employers Institute удостоил DHL престижного звания «Лучший работодатель» (Top Employer Global) по итогам проведения сертификации в 63 странах. Таким образом, наша компания превзошла конкурентов, возглавив список компаний с наибольшим количеством стран, прошедших сертификацию. DHL Express, прошедшая сертификацию во всех регионах, подтверждает статус лучшего работодателя шестой год подряд. Среди наиболее сильных сторон DHL Express в рамках сертификации отмечены успехи компании в развитии лидерства и управлении талантами.

«Мы гордимся тем, что прошли сертификацию во многих странах по всему миру», – отметил генеральный директор DHL Express Джон Пирсон. «Наш успех в бизнесе и лидерство на рынке во многом зависят от замечательных, высокомотивированных сотрудников компании. Эта награда является для нас признанием усилий по созданию комфортных условий труда, которые способствуют развитию сотрудников и достижению ими высоких результатов. DHL Express – самая международная компания в мире, и звание «Лучший работодатель» еще раз свидетельствует об успешной реализации HR-стратегии и созданию благоприятной рабочей среды во всех регионах. Получение награды – прекрасный повод отметить наши достижения в этом направлении».

Сертификация Top Employer отмечает достижения компаний в об-

ласти создания высоких стандартов в работе с персоналом. Первый этап сертификации проводится в форме исследования HR Best Practices Survey – всесторонний анализ процесса управления персоналом организации. После его завершения Top Employers Institute определяет организацию, HR-деятельность которой соответствует стандартам статуса «Лучший работодатель». На следующем этапе полученные выводы подтверждаются, в том числе с помощью внешнего аудита, после чего проводится окончательная сертификация. Сертификаты Top Employer и Top Employer Global обеспечивают дополнительное признание компаний, ориентированных на улучшение условий работы для своих сотрудников как на региональном, так и на глобальном уровнях.



## АДРИАН МАРЛИ, УПРАВЛЯЮЩИЙ ДИРЕКТОР DHL EXPRESS В СНГ И СТРАНАХ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ: «МЫ ДОСТИГЛИ ВПЕЧАТЛЯЮЩИХ РЕЗУЛЬТАТОВ В РОССИИ, И Я ОЧЕНЬ ГОРЖУСЬ НАШЕЙ КОМАНДОЙ»

НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ DHL ЯВЛЯЕТСЯ САМЫМ УЗНАВАЕМОМ БРЕНДОМ И САМОЙ УСПЕШНОЙ КОМПАНИЕЙ В ОБЛАСТИ ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ И ЛОГИСТИКИ. НАШИ ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ ВОСТРЕБОВАНЫ ДАЛЕКО ЗА РАМКАМИ ИНДУСТРИИ, А ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКА СТАЛА ОДНИМ ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА НАШИХ КЛИЕНТОВ. О ТОМ, КАК DHL EXPRESS ПОМОГАЕТ КЛИЕНТАМ БЫТЬ УСПЕШНЫМИ В МЕНЯЮЩИХСЯ РЕАЛИЯХ, РАССКАЗАЛ УПРАВЛЯЮЩИЙ ДИРЕКТОР DHL EXPRESS В СНГ И СТРАНАХ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ АДРИАН МАРЛИ.



– В прошлом году компания DHL отметила 50 лет в мире и 35 лет в России. Расскажите о результатах и достижениях, которые, на Ваш взгляд, являются предметом особой гордости.

– 50 лет назад DHL совершила настоящий прорыв в мировой экономике, открыв новую индустрию международной экспресс-доставки. За эти полвека небольшой стартап превратился в глобального лидера отрасли, который при-

существует во всех уголках земного шара. Все это время мы помогаем людям быть ближе друг к другу и стремимся упростить их задачи в повседневной жизни – как личной, так и профессиональной.

С момента основания компании нашей главной движущей силой являются инновации. В инновационных центрах DHL в Германии, Сингапуре и США создаются современные решения, которые помогают повышать нашу эффективность и отвечать ожиданиям наших клиентов, а также позволяют играть важную роль в формировании логистики будущего.

Мы всегда опережаем время и смело смотрим в будущее, что подтверждает, например, собственная разработка Группы компаний Deutsche Post DHL – электрическое транспортное средство StreetScooter, которое используется компанией и позволяет значительно снизить загрязнение воздуха, уровень шума и транспортные издержки. Мы доставляем документы и грузы в даже в самые труднодоступные населенные пункты. Так, благодаря автоматизированным дронам DHL мы можем обеспечить быструю доставку грузов в отдельные

участки Баварских Альп или лекарств на остров на африканском озере Виктория.

– Насколько успешна DHL Express в России? Какое место занимает Россия в бизнесе DHL?

– Из 50 лет, которые компания DHL существует на рынке, 35 лет мы работаем в России и все это время занимаем лидирующие позиции на российском рынке экспресс-доставки и логистики. DHL стала первой компанией из международных экспресс-операторов, которая начала работать еще в Советском Союзе. Сегодня территория, обслуживаемая DHL Express, охватывает более 6 000 населенных пунктов по всей России, 130 офисов компании открыты в более 120 крупнейших городах страны.

Наш бизнес в России неизменно показывает высокие результаты по всем функциям, а российские практики и решения, инициированные и апробированные нашими сотрудниками, впоследствии имплементируются по всему миру. Абсолютным лидером является наш департамент по работе с клиентами, который постоянно получает призовые места как в российских конкурсах, которые

проводятся среди компаний из разных отраслей, так и во внутренних рейтингах DHL по всему миру.

– Какие факторы оказывают влияние на развитие индустрии экспресс-доставки? Назовите основные драйверы роста рынка экспресс-доставки.

– Транспортно-логистическая отрасль и, в частности, отрасль экспресс-доставки как индустрия сервиса зависит от темпов развития отраслей, которым этот сервис предоставляется. Кроме того, как и любая компания, мы находимся под влиянием экономики страны в целом. Конечно, влияние могут оказывать и социально-политические изменения, как показала нынешняя ситуация с новой коронавирусной инфекцией COVID-19. Как глобальная компания, которая осуществляет свою деятельность во всему миру, мы, безусловно, отработываем подобные сценарии и всегда имеем план Б по работе в новых реалиях.

Если говорить о драйверах рынка экспресс-доставки, то наряду с нашим ключевым B2B-направлением мы также делаем большую ставку на развитие электронной торговли. Приятно отметить, что высокими темпами растет в том числе и B2C экспорт из России. Российские предприниматели, малый и средний бизнес, стали обращать внимание на глобальный рынок e-commerce.

– Какие позиции занимают российские предприниматели на глобальном рынке электронной торговли? В какие страны экспортируется российская продукция? Какие категории товаров пользуются наибольшим спросом у зарубежных покупателей?

– Глобальный рынок трансграничной онлайн-торговли растет очень высокими темпами, его объем составляет около триллиона долларов США. Российский рынок занимает пока не очень большую долю, но хорошая новость заключается в том, что у российских производителей есть большой потенциал для роста и покупатели со всего мира, которые готовы купить интересный товар по интернету за рубежом.

В последние годы Российский экспортный центр со своими региональными подразделениями, Московский экспортный центр, а также отдельные компании прикладывают большие усилия к развитию российского экспорта. DHL Express – не исключение. Наша миссия с момента основания 50 лет на-



зад – способствовать развитию международной торговли, и здесь, в России, мы активно общаемся с предпринимателями, рассказываем о тех возможностях, которые открываются в результате выхода на глобальный рынок, даем практические инструменты и помогаем максимизировать продажи.

У нас есть истории успеха российских предпринимателей на глобальном рынке из абсолютно разных отраслей, регионов России как среди крупного, так и малого бизнеса. Например, несколько лет назад мы поддержали запуск экспортного направления крупнейшего мультикатегорийного интернет-магазина Ozon. Оказалось, что книги на русском языке очень востребованы у российских покупателей, живущих за рубежом. Кроме того, их заказывают библиотеки крупнейших мировых университетов. Впоследствии ассортимент экспортируемой продукции расширился, и сегодня экспортное направление охватывает детские игрушки, товары для дома, одежду и многое другое.

Если говорить о малом и среднем бизнесе, то это, конечно же, дизайнеры, которые успешно экспортируют свою одежду, обувь, аксессуары. Есть и необычная продукция, например, фотофоны – поверхности для профессиональной фотосъемки, которые производит компания Woodville в Самаре, варганы Oberton.pro из Санкт-Петербурга или язычковые барабаны RAV Vast из Перми.

Еще один интересный бренд Central Library из Томска производит уникальные сумки-клатчи в виде томов книг. Русская литература занимает значительное место в мировой культуре, а Россия

известна своей любовью к чтению. Эта концепция пришлась по вкусу многим известным людям из мира моды, которые появлялись на крупнейших мировых светских мероприятиях с томиком «Войны и мира», «Лолиты» или сборника стихов Пушкина. А ижевский бренд «Танцующие» производит профессиональную одежду и обувь для танцев и гимнастики. Постоянным клиентом «Танцующих» является национальная сборная Великобритании по художественной гимнастике.

И таких примеров очень много.

Если говорить о странах, куда экспортируются российские товары, то сеть DHL охватывает 220 стран и территорий мира, и мы можем доставить приглянувшийся товар покупателю в любую из них. Это страны Европы, Северной и Южной Америки, Япония, Сингапур, ОАЭ, ЮАР, Австралия, Новая Зеландия...

– Компания DHL, в том числе российское подразделение, регулярно находится в топе всевозможных рейтингов лучших работодателей в мире. Расскажите о своих принципах работы с персоналом.

– Успех нашего бизнеса напрямую зависит от качества предоставляемого сервиса. Чтобы удовлетворять потребности наших клиентов и обеспечивать высочайший уровень сервиса, который они от нас ожидают, крайне важно, чтобы наши сотрудники были всегда мотивированы и нацелены на лучший результат. На мой взгляд, это возможно, только если они чувствуют поддержку и уважение со стороны руководства. Я – сторонник доверительных отношений с сотрудниками и придерживаюсь «принципа открытой двери». Дверь мое-



го кабинета всегда открыта: каждый, кто хочет обсудить со мной какие-то вопросы, может это сделать. То же самое могу сказать и обо всех остальных кабинетах топ-менеджмента в нашем офисе.

Лично для меня ключевыми характеристиками, которые позволяют добиваться успеха и ведут к превосходным результатам, являются гордость за компанию, уважение и чувство юмора. Сочетание этих качеств может значить больше, чем MBA или какая-то другая серьезная степень. В нашей корпоративной культуре есть целый ряд принципов, которые также основываются на взаимной поддержке и обмене опытом между коллегами; немаловажными качествами для работы каждого и нашего успеха в целом являются оптимизм и энтузиазм, с которыми мы подходим к нашим клиентам, коллегам и ежедневным задачам. Выплачивая вовремя достойную заработную плату, уважая друг друга и предоставляя сотрудникам возможность профессионально развиваться, мы получаем идеальную формулу успеха. Я работаю в этой индустрии уже 40 лет, причем в разных странах, и должен сказать, что наибольший успех, которого удалось добиться, применяя эту формулу, был здесь, в России. Мы достигли впечатляющих результатов, и я очень горжусь нашей командой.

**– Устойчивое развитие – один из самых важных приоритетов сегодня, и ожидания от логистических компаний высоки. Какой вклад вносит DHL в защиту окружающей среды?**

– Безусловно, мы осознаем всю ответственность, которая лежит на нас как

на глобальной логистической компании и делаем все возможное, чтобы уменьшить экологический след от нашей деятельности.

Группа Deutsche Post DHL поставила перед собой амбициозную цель Mission 2050: Zero Emissions – к 2050 году обеспечить нулевые выбросы углекислого газа, связанные с логистической деятельностью. Мы уже начали движение в этом направлении: используем альтернативные виды транспорта, например, автомобили с электродвигателями,



предлагаем нашим клиентам экологичные решения при доставке грузов, а также вместе с партнерами высаживаем миллион деревьев каждый год.

Мы активно продвигаем философию ответственного потребления и отношения к жизни в целом среди наших сотрудников и проводим в офисе различные акции, например, сбор и передача на переработку пластиковых крышечек и макулатуры, ненужной одежды и т. д.

Эти инициативы активно поддерживаются нашими сотрудниками. Приятно отметить, что в 2019 году число волонтеров-сотрудников компании DHL в России увеличилось на 500 человек, которые в том числе поддерживают инициативы в сфере экологии и защиты окружающей среды.

**– Поделитесь своими прогнозами развития рынка экспресс-доставки в целом и DHL Express в частности. Каковы ваши планы, цели, видение?**

– Мы ожидаем, что темпы роста международной экспресс-доставки в 2020 году сохранятся, прежде всего, благодаря росту импорта, а также экспорта российской продукции. Самым многообещающим сегментом бизнеса выглядит экспортная доставка российских интернет-магазинов.

Благодаря усилиям ряда игроков рынка экспортно-ориентированной торговли, среди которых и компания DHL Express, мы смогли добиться внесения поправок в налоговый кодекс, что позволит российским розничным экспортерам с апреля 2020 года применять 0% НДС при продаже товаров зарубежным покупателям. Подтверждение правомерности применения 0% НДС будет максимально простым для экспортеров, благодаря электронному обмену данными между таможенными, налоговыми

органами и экспортерами. Это огромный прорыв, который, на наш взгляд, позволит экспортной электронной торговле в России выйти на новый уровень и будет способствовать развитию несырьевого экспорта из России. Мы делаем большую ставку на развитие этого сегмента бизнеса и будем и дальше помогать российским предпринимателям, чтобы они смогли занять достойное место на глобальном рынке электронной коммерции.

## ТРЕНДЫ E-COMMERCE, КОТОРЫЕ БУДУТ ОПРЕДЕЛЯТЬ ВАШ БИЗНЕС В 2020 ГОДУ

КОГДА-ТО 2020 ГОД КАЗАЛСЯ ДАЛЕКИМ БУДУЩИМ, НО БУДУЩЕЕ СТРЕМИТЕЛЬНО СТАНОВИТСЯ НАСТОЯЩИМ, И РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ ОТ ЭТОГО ТОЛЬКО ВЫИГРЫВАЕТ. ИННОВАЦИИ В ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЕ, КАК, НАПРИМЕР, RESOMMERCE – ПРОДАЖА ПОДЕРЖАННЫХ ВЕЩЕЙ И ПЕРЕХОД НА СТАНДАРТ СВЯЗИ 5G, ОТКРЫВАЮТ НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РИТЕЙЛЕРОВ, ПОКУПАТЕЛЕЙ, ОПТОВИКОВ И ОСТАЛЬНЫХ УЧАСТНИКОВ РЫНКА E-COMMERCE. ПРЕДЛАГАЕМ ПОСМОТРЕТЬ НА ТРЕНДЫ, КОТОРЫЕ, НА НАШ ВЗГЛЯД, БУДУТ ОПРЕДЕЛЯТЬ РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В 2020 ГОДУ.

### ЧАТ-БОТЫ, ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И ИНТЕРАКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ



Машинное обучение представляет невероятно сложным процессом, но в последнее время эти технологии становятся все более удобными в использовании. По сути, это не только отличный способ сэкономить время и уделить его другим аспектам бизнеса, но и инструмент для удержания и привлечения клиентов. Современные сложные алгоритмы помогут выявить предпочтения онлайн-покупателей в отношении стоимости и бренда, а также определить пол, размер, любимый цвет и многое другое, что в итоге может повлиять на принятие решения о покупке.

Отказ от неавтоматизированных систем делает ваш бизнес эффективнее и помогает вашим клиентам почувствовать свою значимость, ведь при каждой покупке вы все лучше понимаете их предпочтения. Благодаря способности искусственного интеллекта анализировать привычки онлайн-посетителей, вы гораздо быстрее поймете, что работает, а что нет. Кроме того, выявив общие тенденции, можно исправить ошибки и улучшить пользовательский опыт.

Самое простое, что может обеспечить искусственный интеллект в онлайн-торговле, это управление запасами продукции и предупреждение в нужный момент о необходимости пополнить сток. Однако в 2020 году мы ждем настоящего прорыва в применении чат-ботов (и интерактивного маркетинга). Чат-боты в e-commerce существуют уже давно, но их уровень сейчас значительно превосходит весь предыдущий опыт. В прошлом году чат-ботами хотя бы раз пользовались 67% онлайн-покупателей (некоторые из них даже не осознавая

этого), а 40% посетителей онлайн-магазинов отмечают, что им все равно, кто отвечает на их вопросы, человек или робот, ведь главное – получить компетентный ответ. Согласно исследованию Grand View Research, 45% потребителей признались, что если у них есть вопрос по работе онлайн-магазина с клиентами, они в первую очередь обратятся к чат-боту.

Конечно, многое зависит от позиционирования компании. Если основной акцент при обслуживании клиентов делается на личный контакт, то чат-бот может отпугнуть клиентов. Тем не менее, в условиях активного роста бизнеса и быстрого расширения клиентской базы важно соответствовать ожиданиям клиентов. В такой ситуации чат-бот поможет ответить на вопросы онлайн-покупателей максимально оперативно.

Еще один инструмент, который стоит взять на вооружение, – это динамическое ценообразование. Ваша задача – повысить продажи своей продукции при сохранении нормы прибыли. Для этого необходимо отслеживать цены

конкурентов и спрос на аналогичные товары и, соответственно, менять информацию на своем сайте в режиме реального времени, чтобы привлечь покупателей. Это полезно, если вы продаете свою продукцию за рубежом или ваш товар конкурирует с продукцией других компаний со схожими характеристиками.

### RECOMMERCE, ИЛИ РЫНОК ПОДДЕРЖАННЫХ ТОВАРОВ

Что для одного – хлам, для другого – сокровище. Другими словами, надоевшее вам платье может стать для кого-то модным открытием. Рынок подержанных товаров растет в геометрической прогрессии. И речь идет не только о eBay. Согласно результатам исследования Coresight Research, бизнес онлайн-продаж подержанных вещей растет в 20 раз быстрее, чем ритейл в целом, и в 5 раз быстрее, чем продажи в магазинах низких цен. Это огромный бизнес: в частности, большой потенциал есть у модных коллабораций, где такие вещи могут вырасти в цене до 374% (как, например, рюкзак Supreme x Louis Vuitton Dunabe в интернет-магазине Vestiaire Collective).



Компании Vestiaire, thredUp и The RealReal используют преимущества работы с прибыльным рынком одежды люксовых брендов, однако сегодня это не единственный растущий сегмент. Так, неуклонный рост показывают продажи подержанных кроссовок в онлайн-магазинах StockX, GOAT и Stadium Goods. По прогнозам, к 2025 году объем recommerce рынка достигнет 6 млрд долларов. Если вы хотите выйти на этот рынок, то чем быстрее вы это сделаете, тем лучше.

В Великобритании бренды начинают выкупать свои старые коллекции. Например, John Lewis и Adidas предлагают ваучеры за возврат старых вещей: их починят, перепродадут или переработают для создания новых вещей. Выгода очевидна как для клиента, так и для производителя, при этом важна и забота об окружающей среде, что приводит нас к следующему тренду.

### ЗЕЛЕНАЯ ЛОГИСТИКА И КРУГОВАЯ ЭКОНОМИКА



В последнее время все чаще звучит тема устойчивого развития – и на то есть причины. Потребители стали задумываться о влиянии, которое оказывает используемая ими продукция на окружающую среду. Кроме того, постоянно внедряются новые экологичные решения, в том числе в сфере логистики.

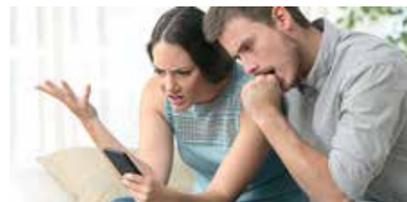
Появление электронных транспортных средств и инноваций в упаковке, а также растущее желание молодежи внести свой вклад в защиту окружающей среды позволяют обеспечивать дополнительный рост бизнеса. Следование принципам круговой экономики может стать выгодным для компаний, ведь это предполагает оптимизацию процессов и снижение отходов на всех этапах производства и доставки, а также увеличение срока эксплуатации продукции и материалов.

Безусловно, переход к зеленой логистике требует времени, но оно будет потрачено не зря. Например, размещение на сайте сертификатов, демонстрирующих заботу вашей компании об окружающей среде, может обеспечить приток покупателей. В 2020 году клиенты онлайн-магазинов будут уделять еще больше внимания вопросам устойчивого развития. Для них крайне важно, какие материалы или упаковку вы используете, каким образом осуществляется доставка их заказов и как вы информируете их обо всем этом.

### ПРОГРЕССИВНЫЕ ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЯ (PWA)

Вы когда-нибудь уходили с сайта из-за медленной скорости загрузки страниц? Скорее всего, да, потому что в e-commerce скорость всегда на первом месте. По статистике, 53% пользователей уйдут с сайта, если домашняя страница будет загружаться дольше трех секунд. Кроме того, скорость важна и при перемещении по страницам внутри сайта.

С этим могут помочь прогрессивные веб-приложения. Они сохранены на экране мобильного телефона и в любой момент готовы к запуску – ваши товары также всегда будут у пользователя под рукой. Преимуществом PWA воспользовался онлайн-магазин AliExpress, в результате число новых пользователей выросло на 104% с момента запуска приложения, а конверсия с iOS устройств – на 84%.



Есть и другие примеры, когда компании смогли оценить преимущества PWA. Так, благодаря push-уведомлениям, у индийской OLX на 250% вырос уровень повторного вовлечения пользователей, а Lancôme на 17% увеличила конверсию, на 53% – количество визитов с мобильных устройств на платформе iOS и на 8% – конверсию в заказы вернувшихся покупателей.

### СТАНДАРТ СВЯЗИ 5G

Какая связь между стабильной мобильной связью и рынком e-commerce? Прямая! Растет доля шопинга с мобильных устройств. Все чаще потребители взаимодействуют с брендом буквально на ходу, и надежная мобильная связь только поддерживает этот тренд. Поэтому для успешного развития вашего онлайн-магазина важно убедиться, что покупатели могут зайти на ваш сайт и создать заказ даже с небольшого экрана мобильного.



Как отмечалось выше, самый очевидный выбор – прогрессивные веб-приложения. Но это не означает, что теперь можно игнорировать свой сайт или мобильное приложение (если оно у вас есть). Среди всех активностей, которые осуществляются с помощью мобильных устройств, самый динамичный рост показывает онлайн-шопинг, в том числе

благодаря тому, что в телефоне легко хранить номера карт для оплаты покупки и в целом все удобно устроено. Учитывая, сколько времени мы проводим в телефоне каждый день, вполне логично перейти к следующей теме.

### ПРОДАЖИ В СОЦСЕТЯХ



55% потребителей в США совершают покупки онлайн после того, как увидят понравившуюся вещь в социальных сетях. Поэтому если вы хотите добиться успеха в 2020 году, важно тегировать свою продукцию в Инстаграм, добавлять pin на товары в Pinterest и открыть онлайн-магазин в Facebook.

Отличный пример показывает китайская социальная сеть WeChat. Оказывается, пользователи в Китае тратят почти треть экранного времени на WeChat, ведь это многофункциональное приложение, из которого можно не выходить часами. Такие платформы, как Instagram, активно развиваются в этом направлении, внедряя опцию оплаты и оптимизируя процесс для онлайн-покупателя. Интересно, какие шаги будут предпринимать другие соцсети? Держите руку на пульсе и пользуйтесь новыми возможностями – это поможет вам сделать настоящий прорыв в 2020 году!

### ВИРТУАЛЬНАЯ КОММЕРЦИЯ

Зачем клиенту брать в руки телефон, если можно просто сказать о своих желаниях умной колонке? Да, 2020-й обещает стать годом шопинга с голосовой активацией!



Потребители все охотнее поддерживают идею интеграции smart-технологий в домашние хозяйства. Так, выручка от продаж умных колонок бьет все рекорды – с 900 млн долларов

в 2016 году до почти 12 млрд долларов в 2019 году. По оценкам, объем продаж этих устройств к 2025 году может составить 35,5 млрд долларов. А чем больше умных колонок у потребителей, тем выше вероятность совершить онлайн-покупку. По прогнозам, объем онлайн-продаж через умные колонки к 2022 году может достичь 40 млрд долларов.

Звучит неплохо, да? И здесь тоже открываются возможности для онлайн-магазинов. Но сначала вам необходимо оптимизировать свой сайт под голосовой поиск (напечатанные поисковые запросы значительно отличаются от голосовых). Поэтому ваш главный приоритет на ближайшие несколько месяцев – понять, чего хотят ваши клиенты и как они могут построить свой запрос. Но разобравшись с этим, вы точно останетесь довольны результатом.

### ОФЛАЙН-РИТЕЙЛ



Возможность потрогать товар, повертеть его в руках может играть важную роль. Если ваши клиенты только размышляют о покупке, это может стать одним из факторов, который повлияет на принятие окончательного решения. Для потребителей, которые еще не знакомы с вашим брендом, это возможность познакомиться и понять вашу продукцию, а для вас это шанс заявить о своем бизнесе.

Перспектива перехода от онлайн-офлайн-продажам может показаться устрашающей, но это отличная возможность передать суть вашего бизнеса и лицом к лицу пообщаться с потенциальными клиентами. В современных реалиях клиентам не обязательно идти в магазин для совершения покупки, но для вас это шанс продемонстрировать все преимущества продукции. Сделайте этот опыт запоминающимся для клиентов: используйте визуальные эффекты, предложите интересные варианты взаимодействия с продуктом или поведайте увлекательную историю бренда – все это поможет вам увеличить продажи, привлечь новых покупателей

и повысить свою востребованность на рынке.

Например, британский производитель бритвенных лезвий Harry's в 2019 году пошел на решительный шаг и арендовал торговые площади в 300 аптеках в ответ на вызов, связанный с сервисами по подписке, такими как Dollar Shave Club. И так, чего вы ждете? Отправляйтесь в офлайн и делайте продажи!

### ПЕРЕХОД НА HEADLESS E-COMMERCE

И наконец, мы бы хотели обратить ваше внимание на e-commerce решения, которые предполагают удаление шаблона или темы сайта и работу исключительно с backend-функционалом, что в итоге обеспечивает вам (и вашим клиентам) более удобный и эффективный пользовательский опыт. Речь идет о так называемой headless («безголовой») e-commerce. Разработчики пользовательского интерфейса могут в таком случае сосредоточиться на создании оптимального пользовательского опыта для клиентов и максимальном его соответствии ключевым потребностям бизнеса, вместо того чтобы думать об изменении баз данных в серверных приложениях. Теперь они могут просто вывести информацию на любое устройство с помощью интерфейса прикладного программирования (API).



Такие платформы, как Magento 2, Shopify Plus и Core dna, уже предлагают онлайн-магазинам воспользоваться преимуществами нового подхода для успешной конкуренции и быстрого ответа на изменения рынка. Так как интерфейсы API могут взаимодействовать с любым новым устройством или каналом, которые появятся в 2020 году или позже, ваш контент всегда останется актуальным независимо от того, какие инновации появятся на рынке мобильных устройств. Если вы думаете о переходе на headless e-commerce в этом году, то есть много информации о плюсах и минусах. В одном мы уверены точно: в 2020 году эти решения выйдут на первый план.

## НЕ ХАНГОМ ЕДИНЫМ

СРЕДИ НАШИХ КЛИЕНТОВ – РОССИЙСКИХ ЭКСПОРТЕРОВ В2С – ЕСТЬ ПРОИЗВОДИТЕЛИ ПОИСТИНЕ УНИКАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ, КОТОРАЯ ЗАВОЕВЫВАЕТ ЗАРУБЕЖНЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ БЛАГОДАРЯ УСПЕШНОМУ СОЧЕТАНИЮ ВЫСОКОГО КАЧЕСТВА, ИННОВАЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ И ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПОДХОДА К КЛИЕНТАМ. ПОДТВЕРЖДЕНИЕ ТОМУ – СЕГОДНЯШНИЙ ГЕРОЙ НАШЕЙ РУБРИКИ – КОМПАНИЯ RAV LABS.

Слышали ли вы о таком барабане, как ханг (нем. Hang) или hang drum? Это один из самых молодых (инструмент был создан в 2000 году в Швейцарии. – Прим. ред.) и, пожалуй, самый загадочный музыкальный инструмент в мире. Музыка ханга очень необычная, инструмент часто используется для медитации и релаксации, но на нем можно сыграть практически любую мелодию, которая сразу приобретает космическое звучание.

Еще в начале 2010-х гг. пермский инженер и музыкант Андрей Ремянников загорелся идеей самостоятельно создать ханг, и в результате многолетней работы ему удалось разработать инструмент, принципиально отличающийся от существующих аналогов. RAV Vast – это инновационный музыкальный инструмент с волшебным расслабляющим звуком. Он относится к типу стальных



язычковых идиофонов, но отличается от аналогов уникальной конструкцией, благодаря которой удалось добиться максимально полного и глубокого звука. На каждом язычке барабана настроено не по одной ноте, а целый аккорд, что придает ему насыщенное звучание.

Производители инструмента отмечают, что «RAV – это удивительное открытие для каждого. Это полноценный музыкальный инструмент, но научиться играть на нем может каждый буквально за пару часов». Все ноты на инструменте превосходно сочетаются друг с другом, поэтому как бы вы ни играли, мелодия все равно получится красивой и гармоничной. Каждый RAV проходит жесткий 6-ступенчатый контроль качества, поэтому клиенты могут быть уверены – инструмент будет идеально настроен.

Более 10 000 человек из разных точек планеты уже открыли для себя волшебный звук уникальных пермских

барабанов RAV и обрели нового друга. Большинство заказов на инструмент поступают из-за рубежа, в том числе из таких экзотических стран, как Новая Зеландия, Гваделупа, ЮАР и Гавайские острова. В России о продукте знают немногие. «Скорее всего, это связано с тем, что большинство людей за рубежом уже привыкли придерживаться совершенно другого подхода к жизни», – рассуждает Андрей Ремянников, создатель инструмента и основатель компании RAV Labs. «Наши покупатели стремятся к гармонии во всех смыслах этого слова: стараются заботиться о природе, собственном эмоциональном и физическом здоровье, развиваться в разных сферах, культивировать свое творческое начало. В России мы пока находимся в самом начале пути к такому осознанному подходу к своей жизни», – отмечает Андрей.

Среди клиентов RAV Labs есть как профессиональные музыканты, так и те,

для кого музыка имеет не первостепенное значение. Но, несмотря на разнообразный бэкграунд, всех покупателей объединяет живой интерес к музыке, способность по достоинству оценить инструмент и желание дать позитивную обратную связь. Клиенты часто возвращаются за новыми инструментами, рекламируют их и рекомендуют знакомым и в целом высоко ценят труд команды RAV.

«Именно самоотверженная работа всей нашей команды – от ребят в мастерской, шлифующих заготовки, до менеджеров в офисе, помогающих с выбором покупателям – привлекает к нам людей с осознанным мышлением со всего света, которых с каждым днем становится все больше. Более того, наш продукт уникален, ни один другой производитель не в состоянии повторить его звучание, и члены нашего комьюнити это точно знают», – говорит глава отдела продаж Дмитрий Лушкаревич.

Команда офисных сотрудников в компании RAV совсем небольшая – около 20 человек, включая руководство. Все члены команды прошли строгий, как минимум двухступенчатый отбор при приеме на работу. Некоторые из них продолжают обучение в вузах на заочной или очной основе. По словам Дмитрия, поскольку сотрудников совсем немного, то отношения в коллективе очень близкие и теплые, «кто-то обнимается при встрече, кто-то регулярно балует коллег своими кулинарными шедеврами, и все важные события в жизни друг друга, будь то свадьба или день рождения, мы отмечаем все вместе».

Основная задача, стоящая перед командой – сохранять позиции, которые удалось завоевать. Для российского рынка RAV Labs, скорее, необычная компания – с удивительным продуктом, непростым покупателем, высокими ценами и еще более высоким качеством. При этом разработчики инструмента продолжают совершенствоваться, стремятся наращивать обороты и открывать новые возможности. «Наша главная особенность – честность. Возможно, это еще один аргумент в нашу пользу на зарубежном рынке. Мы во всем следуем закону и строим наш бизнес абсолютно прозрачно. Постоянная работа над собой – это непросто, но она приносит столько удовлетворения, что, пожалуй, это также и самая приятная сторона на-



шей деятельности», – отмечает операционный директор Александр Чазов.

Такого же принципа компания придерживается и в вопросах доставки, предоставляя открытый выбор клиентам, каким перевозчиком им бы хотелось получить свой инструмент. DHL Express, являясь мировым лидером в области международной экспресс-доставки и действуя в 220 странах, обеспечивает надежную и быструю доставку такого необычного и хрупкого груза клиентам RAV Labs по всему миру. По словам специалиста по внешнеэкономической деятельности Александры Тулиной, «партнерство с DHL Express позволяет убедить клиентов в нашей надежности и статусности и обеспечить максимально быструю доставку их заказа. Выбирая DHL Express, наши клиенты уверены в качестве доставки ценной для них посылки».

В будущем компания стремится продолжить свой рост как с точки зрения расширения ассортимента, так и наращивания публичности. В прошлом

году в ассортимент было выведено шесть новых инструментов, и это еще не предел. А в копилке паблисити и специальных мероприятий – новинка в виде участия в крупнейшей международной выставке музыкального оборудования NAMM2020, которая прошла в США в январе. В ближайшее время команда планирует посетить и другие масштабные международные музыкальные события, чтобы дать миру возможность открыть для себя RAV Vast.

Обращаясь к начинающим предпринимателям, которые производят интересные товары в России и только размышляют о том, как начинать свой путь и добиться успеха на глобальном рынке, генеральный директор компании RAV Labs Владислав Михеев отмечает: «Держитесь своего уникального пути; если необходимо, идите против течения и ломайте устоявшиеся рамки. Несмотря ни на что, несите вашу личную, важную, новую миссию, и люди обязательно полюбят вас за искренность и честность».

# УСТОЙЧИВАЯ МОДА: ПОКАЗ ДЖЕССИКИ МИН АН В ТЕРМИНАЛЕ DHL В НЬЮ-ЙОРКЕ

СУПЕРМОДЕЛЬ И ПРОДЮСЕР МОДНЫХ ПОКАЗОВ ДЖЕССИКА МИН АН ПРЕВРАТИЛА ВЗЛЕТНО-ПОСАДОЧНУЮ ПОЛОСУ В МЕЖДУНАРОДНОМ АЭРОПОРТУ ИМЕНИ ДЖОНА КЕННЕДИ В НЬЮ-ЙОРКЕ В ПОДИУМ. ПОКАЗ КОЛЛЕКЦИИ J WINTER FASHION SHOW 2020 СТАЛ ЯРКИМ СОБЫТИЕМ В МИРЕ МОДЫ И УНИКАЛЬНЫМ ПОВОДОМ ДЛЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ДИСКУССИИ ОБ УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ.



Jessica Minh Anh



Jessica Minh Anh

2. В ходе показа J Winter Fashion Show 2020 были представлены восемь изысканных коллекций одежды haute couture и pret-a-porter и ювелирных изделий от дизайнеров с четырех континентов – Европы, Азии, Австралии и Америки. Таким образом были продемонстрированы многообразие и единство, творчество и устойчивое развитие.

3. Шоу проходило на фоне впечатляющих декораций – самолета, вертолета, электро- и автомобилей DHL Express – и привлекло внимание к вопросам логистики и доставки в рамках развития экологичной моды – проблеме, которая сегодня находит все больший отклик у молодого поколения дизайнеров.

1. Шоу в терминале DHL в Нью-Йорке стало 25-м проектом в череде успешных модных показов и съемок в поддержку идеи устойчивого развития, которые организовала Джессика Мин Ан (Вьетнам). Среди других необычных локаций – плотина Гувера в США, солнечная электростанция Gemasolar в Испании и тримаран Race for Water, который работает на солнечной энергии, водородном топливе и энергии ветра.



Jessica Minh Anh



4

4. Джессика Мин Ан: «Логистика и транспорт играют важную роль в индустрии моды, я поддерживаю необходимость перехода на «зеленые» логистические решения, чтобы минимизировать влияние на окружающую среду. В DHL меня привлекает ответственный подход к вопросам устойчивого развития. От оптимизации маршрутов и использования транспортных средств на альтернативных источниках энергии до операционных процессов на энергоэффективных терминалах – DHL прилагает максимум усилий для того, чтобы снизить выбросы CO<sub>2</sub>, связанные с логистической деятельностью. Для меня важно иметь партнера, который определяет в качестве своего приоритета здоровье нашей планеты».

Jessica Minh Anh

5. Супермодель появилась в образе настоящей богини в великолепном красном платье потрясающего кроя от перуанского дизайнера Ани Альварес Калдерон. Следуя концепции вторичного использования вещей, дизайнер – настоящий эксперт по работе с различными текстурами и созданию технологичного кроя – подарила каждой детали новую жизнь, изменив их форму и цвет, а также украсив вручную. Уникальный образ дополнила необычная прическа с яркими декоративными птицами от Эдварда Трикоми.



5

Jessica Minh Anh



6

Jessica Minh Anh

7. Знаменитый японский дом моды Yumi Katsura представил коллекцию умопомрачительных платьев, которые подчеркивают индивидуальность, уникальность и неповторимость женщин. Современные силуэты в сочетании с традиционным японским стилем добавили модному показу романтичности и чувственности.



7

Jessica Minh Anh



8

Jessica Minh Anh

6. Очаровательная и яркая ювелирная коллекция Blossom Vox гармонично сочетает в себе черты востока и запада. Дизайн изделий был разработан в Нью-Йорке, а лучшие мастера Индии воплотили его в жизнь, создав каждую деталь вручную. Роскошь ювелирных изделий подчеркнула одежда от австралийского модного дома Portia & Scarlett, который представил современное прочтение гламурного образа золотой эры Голливуда.

8. В финале Джессика Мин Ан и модели, принимавшие участие в шоу, вышли на подиум в одежде вьетнамского бренда VUNGOC&SON, которую отличает настоящая игра цвета и разнообразие фактур. Используя современные техники шитья вручную, дизайнерский дуэт создает невероятные шедевры в стиле «ню эйдж».

## НОВЫЕ ПОДХОДЫ К УПАКОВКЕ: ИССЛЕДОВАНИЕ DHL ПОДЧЕРКИВАЕТ ВАЖНОСТЬ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ И ЭФФЕКТИВНОСТИ В ЭПОХУ E-COMMERCE

ПРОБЛЕМА ОТХОДОВ ОТ УПАКОВКИ И РОСТА ВЫБРОСОВ УГЛЕКИСЛОГО ГАЗА В АТМОСФЕРУ С КАЖДЫМ ДНЕМ СТАНОВИТСЯ ВСЕ АКТУАЛЬНЕЕ. НЕДАВНЕЕ ИССЛЕДОВАНИЕ DHL «НОВЫЕ ПОДХОДЫ К УПАКОВКЕ» ПОКАЗЫВАЕТ, ЧТО В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И СТРЕМИТЕЛЬНОГО РОСТА ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ УПАКОВКА ПРИ ДОСТАВКЕ ЗАКАЗА СТАНОВИТСЯ ВАЖНОЙ ТОЧКОЙ СОПРИКОСНОВЕНИЯ МЕЖДУ ПОТРЕБИТЕЛЕМ И БРЕНДОМ.

### ТРЕНДЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ СТРАТЕГИИ УПАКОВКИ В ЛОГИСТИКЕ

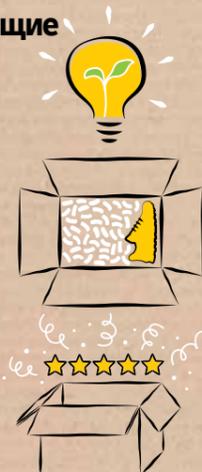
#### Важность упаковки в ближайшие 3-5 лет

Девять компаний из десяти отмечают, что упаковка занимает важное место в их повестке



#### Ключевые тренды, влияющие на стратегии упаковки

- 1 Спрос на экологичные упаковочные материалы
- 2 Осведомленность о проблеме отходов от упаковки
- 3 Создание исключительного клиентского опыта



#### Современные вызовы, связанные с упаковкой в логистике

- 1 Обеспечение приемлемого уровня расходов на упаковку
- 2 Случаи повреждения груза
- 3 Оптимизация загрузки транспорта



#### Приоритетные направления в сфере упаковки

- 1 Внедрение более экологичных упаковочных материалов
- 2 Применение многоразовой упаковки
- 3 Развитие решений «умной» упаковки



Исследование проведено командой DHL Trend Research среди 800 клиентов и партнеров

В ЭТОЙ РУБРИКЕ МЫ ТРАДИЦИОННО ПУБЛИКУЕМ ДАЙДЖЕСТ НАШИХ САМЫХ ИНТЕРЕСНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И ПРИГЛАШАЕМ ПОДПИСАТЬСЯ НА ОФИЦИАЛЬНЫЕ АККАУНТЫ DHL EXPRESS В РОССИИ В FACEBOOK, INSTAGRAM И ВКОНТАКТЕ! ТАК ВЫ СМОЖЕТЕ БЫТЬ В КУРСЕ НАШИХ СОБЫТИЙ, УЗНАВАТЬ О СПЕЦИАЛЬНЫХ АКЦИЯХ, УЧАСТВОВАТЬ В КОНКУРСАХ И МНОГОЕ ДРУГОЕ. ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ!

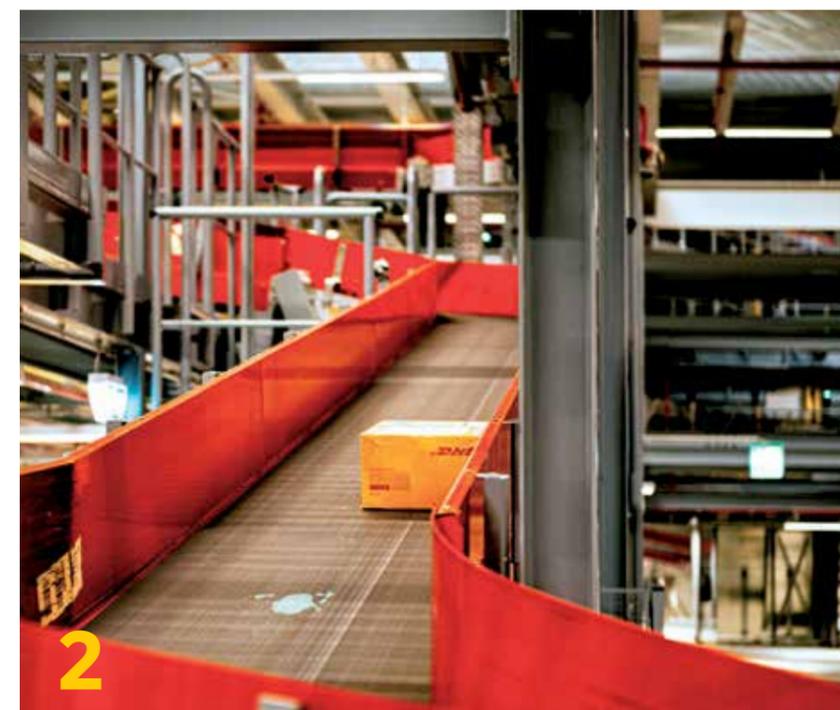


1

#### 1. С ВЕСНОЙ, ДРУЗЬЯ!

Мы всегда с нетерпением ждем весны. Так почему бы не оставить позади грустные мысли и начать мечтать, забыть о серых тучах и подставить лицо яркому солнышку?!

Фото: @p30\_prophoto



2

#### 2. ХАБ DHL В ЛЕЙПЦИГЕ

Каждый ваш груз преодолевает целый лабиринт конвейеров, попадая в наш суперсовременный хаб в Лейпциге, прежде чем оказаться в нужное время в нужном месте. Угадаете, сколько километров конвейерных лент в этом крупнейшем в Европе сортировочном центре DHL?



«Что бы о вас ни говорили, хуже может быть только одно – когда о вас совсем не говорят»

Оскар Уайльд

3

#### 3. #MONDAYMOTIVATION

Золотые слова мистера Уайльда – отличная рекомендация для интернет-магазинов!

Конструктивная обратная связь от ваших клиентов позволит улучшить качество сервиса и укрепить позитивную репутацию.



4

#### 4. ДОСТАВКА БУДУЩЕГО

Стремительное развитие технологий и возможности индустрии экспресс-доставки и, конечно, сети DHL Express позволяют уже сегодня отправить груз или документы в любую точку мира всего за пару кликов. Интересно, что нового ждет нас в новом десятилетии XXI века!

Присоединяйтесь к нашим сообществам:

<https://www.facebook.com/dhl.russia/>

<http://vk.com/dhlclub>

<https://www.instagram.com/dhlexpressrussia>

**ГУАЯКИЛЬ, ЭКВАДОР**

Наш самолет приземляется на закате в крупнейшем городе Эквадора Гуаякиле. По численности населения Гуаякиль даже превосходит столицу этой страны Кито и является одним из самых густонаселенных городов в Южной Америке.

**ВИЛЛЕМСТАД, КЮРАСАО**

Желтый автомобиль DHL отлично вписывается в городской пейзаж столицы Кюрасао. Этот карибский остров, расположенный к северу от Венесуэлы, занимает площадь в 444 кв. км и является частью Королевства Нидерландов. Центр столицы Кюрасао – города Виллемстада – включен в список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО.

**АМСТЕРДАМ, НИДЕРЛАНДЫ**

Амстердам – это город переменчивой погоды, велосипедов и музеев. Вот и наш коллега в дождливый день доставляет на велосипеде срочные грузы, проезжая мимо знаменитого Рейксмузеума, где собрана замечательная коллекция работ голландских мастеров.

**ГАМБУРГ, ГЕРМАНИЯ**

Какое удовольствие ходить по лужам, измерять их глубину и шлепать по воде, заставляя брызги разлетаться во все стороны! Есть даже такой веселый праздник – День прыгания по лужам и обрызгивания друзей 😊

**БОНН, ГЕРМАНИЯ**

Вот какой закат можно увидеть, глядя на здание нашей штаб-квартиры Post Tower, кстати, самое высокое здание в Бонне. Не правда ли, впечатляющее зрелище?!

**МОСКВА, РОССИЯ**

Бывает, календарная зима уже закончилась и даже природа просыпается под ярким мартовским солнцем – и неожиданно выпадает снег! Но наш самолет в Шереметьево готов к любым переменам погоды!

**САНА, ЙЕМЕН**

Как здорово, отложив в сторону зонтик после проливного дождя и приготовив себе ароматный кофе, насладиться восхитительными видами Сана – столицы Йемена, города с более чем тысячелетней историей.

**ИРКУТСК, РОССИЯ**

Это невероятной красоты озеро хотя бы раз в жизни, пожалуй, должен увидеть каждый человек! Байкал является не только самым древним – ученые полагают, что озеру около 25 млн лет, – но и самым глубоким озером на планете: его глубина составляет 1 642 м.



# КРАСНЫЙ И ЖЕЛТЫЙ ВСЕГДА В МОДЕ

Мы начали заниматься логистикой более 50 лет назад, как раз когда в моду вошли мини-юбки. Сегодня 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.

[express.dhl.ru](http://express.dhl.ru)

Mercedes-Benz  
FashionWeek  
RUSSIA

FASHION  WEEK



Официальный Логистический Партнер