
Η DHL Express παρουσιάζει τις αγοραστικές συνήθειες των online αγοραστών, ενισχύοντας τις διεθνείς ταχυμεταφορές

2018/06/20 09:11 στην κατηγορία TAXYΔΡΟΜΕΙΑ

Η DHL Express λανσάρισε το “Where Everything Clicks”, μια ψηφιακή καμπάνια σε όλο τον κόσμο με στόχο την ανάπτυξη του κλάδου των ταχυμεταφορών για το ηλεκτρονικό εμπόριο και την καθοδήγηση των διαδικτυακών εμπόρων, καθώς διεισδύουν στην ταχύτατα αναπτυσσόμενη παγκόσμια αγορά.

Η DHL βοηθά τις εταιρείες να δραστηριοποιούνται στο διεθνές περιβάλλον, όπου το 70% των online αγοραστών πραγματοποίησαν τουλάχιστον μία αγορά από διεθνές website το 2017, ποσοστό αυξημένο κατά 6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Η DHL Express στοχεύει με την καμπάνια της σε επιχειρήσεις κάθε μεγέθους, από νεοφυείς επιχειρήσεις έως μεγάλους οργανισμούς, συμβουλεύοντάς τις πώς να διευρύνουν τις δυνατότητές τους για διεθνείς μεταφορές ηλεκτρονικού εμπορίου και τον τρόπο με τον οποίο θα απευθυνθούν σε αγοραστές με υψηλή τεχνογνωσία, όπως τους “millennials”, από τους οποίους το 68% είναι πιθανό να επιλέξει κατάστημα με βάση τις προσφερόμενες επιλογές παράδοσης.

«Το διεθνές ηλεκτρονικό εμπόριο αυξάνεται με αξισημείωτο ρυθμό και επιθυμούμε οι πελάτες μας να κατακτήσουν το δικό τους μερίδιο σε αυτή την αγορά – αυτό σημαίνει προστιθέμενη αξία στην πρόταση ηλεκτρονικού εμπορίου τους», δηλώνει ο κ. John Pearson, Διευθύνων Σύμβουλος Ευρώπης για την DHL Express.

«Η επιτυχία των πελατών μας είναι στενά συνδεδεμένη με την ικανοποίηση των δικών τους αγοραστών, με την εμπειρία παράδοσης και τις προσφερόμενες επιλογές παράδοσης. Η DHL έχει αναπτύξει υπηρεσίες που ενισχύουν την εμπειρία των πελατών και υποστηρίζουν τους διαδικτυακούς εμπόρους, καθώς αυτοί επεκτείνονται σε νέες αγορές.

Η παγκόσμια marketing εκστρατεία μας θα παρουσιάσει αυτές τις υπηρεσίες, από την υπηρεσία παράδοσης κατ’ απαίτηση (“On Demand Delivery”) που παρέχει ευέλικτες επιλογές παράδοσης για τους αγοραστές, μέχρι και τις έξυπνες αναλύσεις websites, οι οποίες είναι προσαρμοσμένες στους εμπόρους».

Με τη χρήση προηγμένων εργαλείων ανάλυσης της αγοράς, η DHL μπορεί γρήγορα να **εντοπίσει websites πωλήσεων που δέχονται κίνηση από διεθνείς τοποθεσίες, επισημαίνοντας έτσι πιθανές πωλήσεις εκτός της βασικής αγοράς του πωλητή.**

Επιπλέον, η DHL μπορεί να συγκρίνει τις μετρήσεις της επισκεψιμότητας ενός website με εκείνες των ανταγωνιστών, εντοπίζοντας ευκαιρίες για τη μείωση των ποσοστών εγκατάλειψης (bounce rates), με την προσθήκη δυνατότητας διεθνούς ταχυμεταφοράς.

Χάρη σε μία προσέγγιση που βασίζεται σε λίστα συγκεκριμένων σημείων ελέγχου, η DHL Express συμβουλεύει τους εμπόρους **για το πώς να βελτιστοποιήσουν τα websites τους για διεθνείς πωλήσεις και πώς να δημιουργήσουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μέσω των προσφερόμενων επιλογών παράδοσης.**

Με την παράδοση κατ' απαίτηση ("On Demand Delivery"), οι αγοραστές ειδοποιούνται προληπτικά μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή SMS σχετικά με την πρόοδο μιας αποστολής.

Οι αποδέκτες μπορούν να προγραμματίσουν την παράδοση για μια άλλη μέρα, να κανονίσουν την παράδοση σε ένα κοντινό σημείο εξυπηρέτησης της DHL ή μια εναλλακτική διεύθυνση ή ακόμη και να ζητήσουν να κρατηθεί σε αναμονή μια αποστολή κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.

Η DHL Express προσφέρει ήδη την υπηρεσία "On Demand Delivery" σε περισσότερες από 100 χώρες, με περίπου 50 ακόμη χώρες να προστίθενται φέτος.

Η καμπάνια "Where Everything Clicks" περιλαμβάνει μελέτες και χρηστικά βίντεο που παρουσιάζουν οδηγίες, τάσεις και στοιχεία ανάλυσης της αγοράς.

Η καμπάνια θα λάβει χώρα σε πολλαπλά κανάλια διαδικτυακού marketing, όπως οργανική και πληρωμένη αναζήτηση, τοποθετήσεις διαφημίσεων με «πλούσιο» περιεχόμενο, προγραμματισμένη διαφήμιση, online PR και influencer marketing. Η DHL Express ξεκίνησε την εκστρατεία στις Ηνωμένες Πολιτείες, το Ηνωμένο Βασίλειο και τη Νότια Αφρική, επεκτείνοντάς την στην Κίνα, τη Γερμανία, το Μεξικό και άλλες επιλεγμένες αγορές κατά τη δεύτερη φάση – και εν τέλει σε όλον τον κόσμο.

«Το “Where Everything Clicks” αποκαλύπτει τις αγοραστικές συνήθειες των online αγοραστών, συμπεριλαμβανομένων των προτιμήσεων παράδοσης που είναι πάντα σημαντικές και δείχνει στους εμπόρους πώς να χρησιμοποιούν αυτές τις πληροφορίες με σκοπό την αύξηση των πωλήσεων.

Θέλουμε να εκπαιδύσουμε τους υπάρχοντες πελάτες και να βοηθήσουμε τους δυνητικούς διεθνείς διαδικτυακούς εμπόρους να εξελιχθούν», αναφέρει ο κ. Pearson.

«Είμαστε πεπεισμένοι ότι το διασυνοριακό ηλεκτρονικό εμπόριο έχει μια τεράστια ανοδική τάση, την οποία πολλοί έμποροι – B2C και B2B – δεν έχουν ακόμη αξιοποιήσει.

Στόχος μας είναι να υποστηρίξουμε τους διαδικτυακούς εμπόρους καθώς αυτοί επεκτείνονται στην παγκόσμια αγορά και να αποτελέσουμε τον ταχυμεταφορέα που προτιμούν οι διαδικτυακοί έμποροι διεθνώς».