



www.dhl.ru

DHL является мировым лидером экспресс-доставки и логистики, предлагая клиентам полный спектр новаторских и индивидуальных решений. DHL имеет богатый опыт работы в области экспресс-доставки, воздушных, наземных, морских перевозок, а также логистических решений. DHL сочетает в себе обширную территорию обслуживания с глубоким пониманием местных рынков. Сеть DHL охватывает более 220 стран мира. В DHL работают 300 тыс. высокопрофессиональных сотрудников, благодаря которым компания предоставляет быстрый и надежный сервис, учитывающий все потребности клиентов DHL. DHL вышла на российский рынок в 1984 г. За это время территория, обслуживаемая компанией, расширилась до более чем 500 населенных пунктов в России. На сегодняшний день компания имеет более 130 собственных и агентских офисов. Транспортный парк составляют 550 коммерческих транспортных средств.

Ценности бренда

Ключевыми характеристиками работы DHL по всему миру давно стали скорость, профессионализм, точность, а также значительные инвестиции в развитие персонала компании. DHL предлагает своим клиентам полный спектр услуг в области экспресс-доставки как в зарубежные страны, так и в населенные пункты на территории России. При отправке документов или грузов за рубеж клиенты компании могут воспользоваться следующими услугами:

- Доставка до 9:00 за границу
- Доставка до 12:00 за границу
- Доставка до 18:00 за границу

- Экспресс-Фрахт за границу
 - Импорт-Экспресс
 - Услуги по таможенному оформлению
 - Международная почтовая рассылка
- Для оформления отправок по территории России DHL предлагает следующие услуги:

- Доставка в тот же день по России
 - Доставка до 9:00 по России
 - Доставка до 12:00 по России
 - Доставка до 18:00 по России
 - Экспресс-Фрахт по России
 - Доставка по городу
 - Логистические услуги
- DHL предлагает дополнительные услуги, включающие в себя страховое покрытие,

прием отправок и доставку в субботу, проактивное отслеживание отправок, доставку в удаленные регионы, доставку специальным курьером и т. д.

Интерактивные решения DHL предназначены для отслеживания клиентом статуса его груза:

DHL On-line Tracking: решение расположено на сайте компании и предназначено для отслеживания груза по номеру авианакладной. Клиент может отследить до 10 номеров авианакладных одновременно.

DHL Toolbar: ссылка от интернет-браузера клиента к разделу «Отслеживание» на сайте DHL. Панель инструментов DHL встраивается непосредственно в окно интернет-

браузера клиента и обеспечивает постоянный доступ к оперативной информации о состоянии и местонахождении грузов, при этом у клиентов компании нет необходимости каждый раз заходить на сайт DHL.

DHL eTrack: решение позволяет клиенту отправить электронное сообщение, в которое он может включить до 100 номеров авианакладных и получить ответ с информацией о статусе и местонахождении каждого груза через несколько секунд.

DHL ExpressSMS: клиент может получить информацию о статусе груза по SMS.



Эти решения популярны среди клиентов DHL. Только в России компания получает более 100 тыс. запросов в месяц на отслеживание грузов через сайт в Интернете.

Инновации и продвижение

С момента основания компании в 1969 г. работа строилась по принципу «от двери до двери». Это был новый и невероятно удобный вид доставки грузов и документов. Основатели компании стали родоначальниками индустрии, существенно повлиявшей на принципы ведения бизнеса во всем мире.

Первый маршрут для доставки документов воздушным путем пролегал от Сан-Франциско до Гонолулу. Главное преимущество новой услуги – документы, необходимые для таможенного оформления груза, доставлялись в порт назначения до фактического прибытия корабля. Это сокращало время на оформление грузов и затраты клиентов компании на транспортировку.

Подход к транспортировке грузов, предложенный DHL, был по-настоящему инновационным. За два года с момента создания сеть DHL значительно расширилась, а к 1974 г. услугами DHL пользовались 3052 компании, в штате фирмы было 314 сотрудников.

С 1979 г. DHL предлагает новую услугу – экспресс-доставку грузов, подлежащих таможенному оформлению.

В 1983 г. DHL становится первой компанией по авиаэкспресс-доставке, которая вышла на восточноевропейский рынок. Тогда же в американском городе Цинциннати создан международный транспортно-сортировочный центр DHL. Следующий такой центр, оснащенный самым современным оборудованием, был открыт в Брюсселе в 1985 г. Ежедневно там обрабатывается более 165 тыс. отправок.

DHL выступила как первопроходец и на китайском рынке, создав в КНР совместное предприятие по авиаэкспресс-доставке грузов и корреспонденции.

В 1993 г. DHL инвестировала \$60 млн. в строительство нового транспортно-сортировочного цеха в Бахрейне.

В 2003 г. стартовал инвестиционный проект DHL в Китае. Общий размер вложений за пять последующих лет составит \$200 млн. Выполнение этой программы позволит DHL существенно расширить операционные возможности.

новый дизайн автомобилей, упаковочных материалов, оформление офисов DHL, корпоративная форма курьеров.

Экономика и финансы

Группа компаний Deutsche Post World Net является мировым лидером в области логистики. Deutsche Post, DHL и Postbank, входящие в Группу компаний, предлагают решения по транспортировке, управлению грузами, а также осуществлению платежей через международную сеть Группы. Продукты и услуги Deutsche Post World Net

То, чего вы не знали о бренде

Аббревиатура DHL образована от первых букв фамилий основателей компании – Адриана Дэлси (Dalsey), Ларри Хиллблома (Hillblom) и Роберта Линна (Lynn).

В 2005 г. DHL доставила костюмы на премьеру оперы «Мадам Баттерфляй», которая состоялась в Государственном академическом Большом театре России (ГАБТ).

Летом 2002 г. из Франции в Москву с помощью DHL были доставлены десять лошадей породы французская рысистая, которые уже на следующий день приняли участие в заездах, организованных в рамках «Дней Франции в Москве».

В разное время DHL перевезла: 200 пар туфель ближневосточной принцессы, забытых ею в поездке в США, трактор в Англию от фермера из Чикаго, африканского жирафа в Лондон, гигантскую барракуду с Виргинских островов в Бруклине (США), официальный символ Игр Содружества – касатку размером с человека в Канаду через аэропорт Хитроу.

В 1991 г. DHL доставила более четырех тонн радиовещательного оборудования и документации из США к 850 спутниковым станциям в Латинской Америке.

География обслуживания DHL охватывает более 120 тыс. городов и населенных пунктов по всему миру.

Ежегодно по сети DHL перевозится более 1 млрд отправок.

Каждые 58 секунд в мире взлетает самолет, на борту которого находится груз DHL.

В 2004 г. в Праге открылся глобальный центр информационных технологий DHL, который наряду с уже действующими в Скоттсдейле (США) и Куала Лумпуре (Малайзия) становится завершающим звеном в глобальной операционной IT-структуре DHL. Используя новейшие технологии обработки данных, Центр поддерживает работу всей IT-инфраструктуры DHL в Европе.

Особенность рекламной стратегии DHL заключается в одновременном продвижении на рынок конкретного продукта сразу во многих странах. Это характерно как для Запада, так и для России и стран СНГ. Рекламная концепция для каждой кампании прорабатывается на региональном уровне.

Активное продвижение бренда DHL в России началось в 1990-х годах. Тогда рекламная деятельность заключалась не просто в выводе бренда на новый для него рынок и формировании его узнаваемости. Потенциальных российских клиентов знакомили с новой для них отраслью – авиаэкспресс-доставкой как таковой, поскольку до DHL услуги такого рода в России никто не предлагал.

Сегодня узнаваемость бренда DHL превышает 90%. Для рекламы используются основные рекламные носители – печатные издания, ТВ, радио, Интернет и различные виды наружной рекламы. Кроме того, в рекламной стратегии DHL применяются инструменты BTL, включая директ-маркетинговые рассылки и телемаркетинг. Компания активно участвует в профильных выставках, ведет спонсорскую и благотворительную деятельность.

В 2003 г. произошло изменение корпоративного стиля DHL. Новыми фирменными цветами компании стали красный и желтый. В соответствии с этим разработан

в полной мере соответствуют потребностям клиентов, основаны на индивидуальном подходе, а также сочетают в себе мировую опыт Группы компаний с детальным знанием локальных рынков. На сегодняшний день штат Группы компаний насчитывает около 500 тыс. человек более чем в 220 странах мира. Выручка Deutsche Post World Net в 2006 г. составила €60 млрд.

Достижения и перспективы

Бренд DHL – синоним экспресс-доставки грузов и документов по всему миру. И это можно считать наивысшим достижением компании. Развиваясь, DHL постоянно расширяет спектр предоставляемых услуг, руководствуясь потребностями клиентов. Данный подход продиктован не только политикой руководства компании, но и необходимостью открывать все новые рынки и направления, с которыми сотрудничают клиенты DHL.

Структура компании DHL существенно изменилась в 2003 г., когда Deutsche Post World Net объединила несколько компаний-лидеров в области экспресс-доставки и логистики под единым брендом DHL. Обновленная компания предлагает широкий спектр услуг – от транспортировки корреспонденции до тяжелых контейнеров, перевозимых наземным, воздушным и морскими путями.

Проанализировав потенциал российского рынка экспресс-доставки и логистики, DHL приняла решение о расширении бизнеса за счет наращивания мощностей. В течение 2006–2010 годов DHL планирует инвестировать более \$250 млн в развитие оборудования, информационных технологий и обучение персонала компании.

