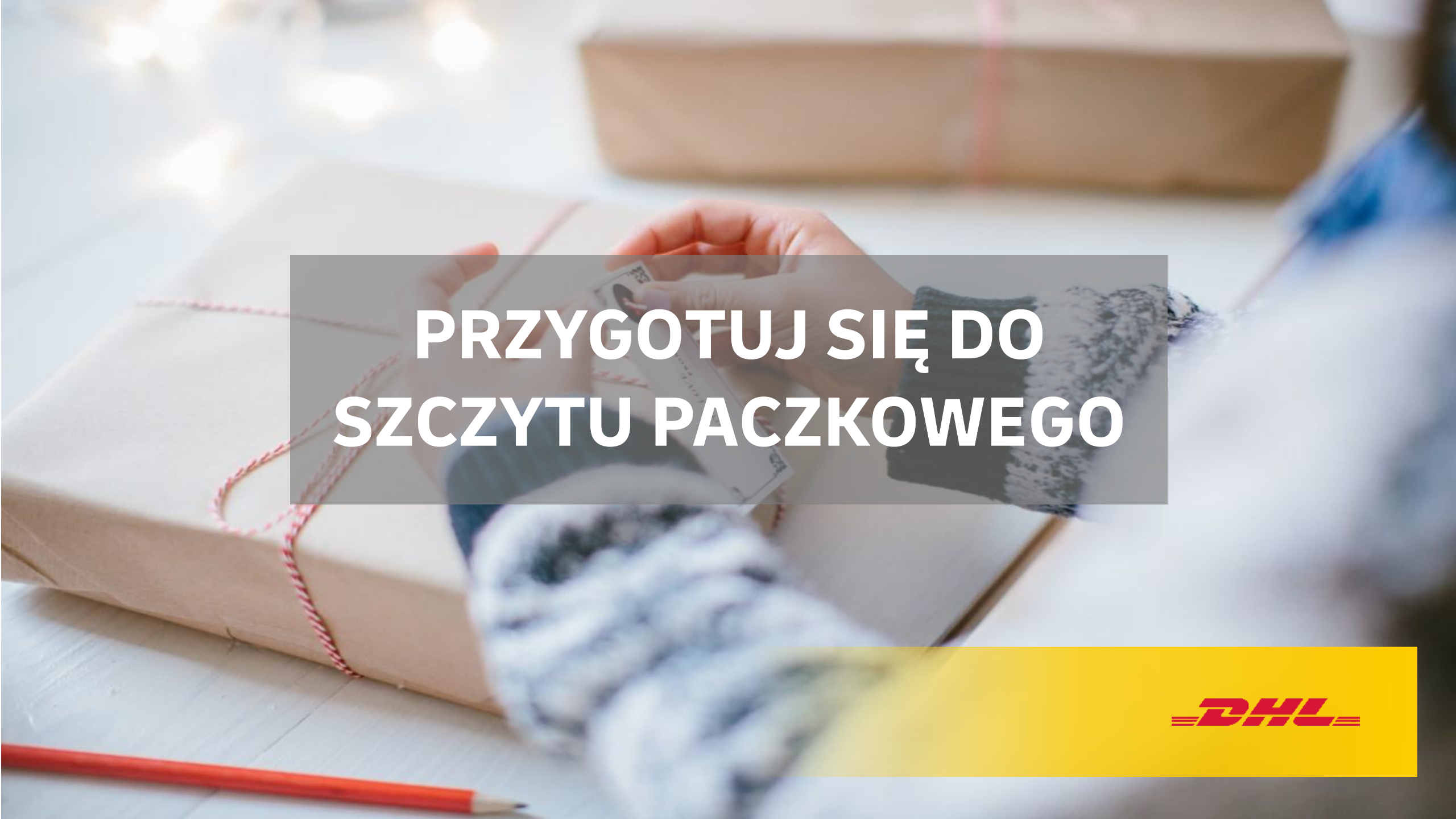




**PRZYGOTUJ SIĘ DO
SZCZYTU PACZKOWEGO**

DHL



WSKAZÓWKI DOTYCZĄCE DOSTAW W OKRESIE ŚWIĄTECZNYM

ŚWIĘTA SĄ JUŻ TUŻ, TUŻ

DLA WIELU BIZNESÓW E-COMMERCE OKRES PRZEDŚWIĄTECZNY BĘDZIE NAJBARDZIEJ PRACOWITYM W CIĄGU ROKU. DLATEGO W KONTEKŚCIE PRZYGOTOWAŃ NA TEN CZAS, LICZY SIĘ KAŻDA CHWILA.

W DHL DOSKONALE WIEMY, JAK SPRAWNIE DOSTARCZAĆ PRZESYŁKI W OKRESIE SZCZYTU PACZKOWEGO. MAMY DLA CIEBIE KILKA WSKAZÓWEK, KTÓRE POMOGĄ CI SIĘ DO NIEGO PRZYGOTOWAĆ.

DHL Express. Excellence. Simply Delivered.



Szczyt paczkowy

Ograniczenia, które zostały globalnie wprowadzone w czasie kryzysu oznaczały, że klienci robili więcej zakupów w internecie. Niektórzy z nich po raz pierwszy w internecie realizowali swoje potrzeby zakupowe.

77% Niedawny raport firmy Adobe wykazał, że sprzedaż online w maju 2020 r. wyniosła 82.5 mld USD, co oznacza wzrost rok do roku o 77%, i przyspieszenie rozwoju e-commerce o poziom, który miał osiągnąć dopiero za „od 4 do 6 lat”.

Prognozy branżowe przewidują, że nowe zachowania związane z zakupami online utrzymają się w przyszłości, nawet po ponownym otwarciu sklepów.

W DHL Express szczyt sezonu paczkowego trwa zwykle od Black Friday (koniec listopada) do Bożego Narodzenia, kiedy to wielkość dostaw jest o ponad 40% więcej wyższa niż średni dzienny wolumen w trzecim kwartale. A to wielkości podane jeszcze zanim weźmiemy pod uwagę COVID-19 i jego bezprecedensowy wpływ na sektor handlu elektronicznego. Przewidujemy, że tegoroczny szczyt paczkowy w handlu elektronicznym będzie dużo większy. Prognozujemy także wcześniejszy jego początek, ponieważ wielu sprzedawców rozpocznie wyprzedaże wcześniej, w porównaniu do lat poprzednich.

Rozpoczęło się odliczanie do Bożego Narodzenia!

Wraz ze wzrostem sprzedaży online wyzwania stojące przed firmami E-commerce są większe niż kiedykolwiek, szczególnie w okresie przedświątecznym.

Badania Google wykazały, że 70% brytyjskich kupujących, którzy planują dokonywać zakupów w ramach przygotowań do świąt potwierdziło, że będzie robić zakupy w formie online częściej niż w poprzednich latach. Podobny odsetek stwierdził, że „będzie szukać pomysłów na prezent w Internecie, a nie w sklepach stacjonarnych”. Oznacza to dla sprzedawcy e-commerce, że ma większą szansę na zamianę takiego „poszukiwacza” w swojego Klienta.

27%

Konsumentów stwierdziło że planuje rozpocząć zakupy świąteczne wcześniej niż w poprzednich latach.

27%

Wzrost ilości zapytań online w porównaniu z zeszłym rokiem w serwisie eBay dla słów kluczowych „Christmas” lub „Xmas” od marca do maja tego roku.

28%

konsumentów stwierdziło, że oferty promocyjne będą głównym czynnikiem wpływającym na to, co zdecydują się kupić w tym roku, ze względu na niepewność finansową spowodowaną pandemią.

Przygotuj się dodatkowo do wysyłek międzynarodowych

Jeśli prowadzisz działalność na skalę globalną, pora rozważyć dodatkowe przygotowania do wysyłek międzynarodowych, którego pomogą sprostać zwiększonemu popytowi.

Biorąc pod uwagę złożoność globalnego handlu oraz dodatkowe zasady i zmieniające się przepisy, niezwykle ważne jest, aby Twoje przesyłki mogły przemieszczać się między granicami krajów, tak szybko, jak by robiły to lokalnie.

- Aby Twoja firma mogła przygotować się na przedsięwzięczny szczyt paczkowy i dostarczyć na czas, w wyznaczone miejsce i w jednym kawałku to co zamówili Twoi Klienci musisz przygotować strategię wysyłek na ten okres.
- Najlepszym sposobem opracowania wydajnej, opłacalnej i niezawodnej strategii wysyłkowej jest współpraca z doświadczonym partnerem logistycznym, który wie jak zaplanować transport dużej ilości przesyłek.

Nasze 5 wskazówek

Pamiętaj o podstawach

-  **Dobrze zaplanuj strategię wysyłkową**
Zapewnienie gwarantowanej dostawy w okresie świąt może zwiększyć Twoje zyski w tym czasie i uszczęśliwić Twoich Klientów, dając Ci podwójne powody do świętowania w nowym roku.
-  **Ustal ostatni dzień wysyłki przed świętami**
Ustalenie tej daty jest kluczowe dla wywiązania się z obietnicy dostarczenia przesyłki na czas. Upewnij się, że Twoje Warunki Dostawy są przejrzyste i konkurencyjne i jasno komunikuj opcje dostawy na swojej stronie głównej.
-  **Znaj swoje możliwości**
Zidentyfikuj z wyprzedzeniem najbardziej prawdopodobne dla Twojej firmy szczyty wysyłkowe, a następnie upewnij się, że podołasz zwiększonej aktywności zakupowej Klientów.
-  **Zoptymalizuj swoją witrynę**
Dla Klientów nie ma nic bardziej zniechęcającego niż powolnie działająca strona internetowa. Już teraz podejmij działania, aby przyspieszyć czas ładowania się strony i zoptymalizować doświadczenia Klientów, aby kupowali Twoje produkty, a nie tylko przeglądali Twoją stronę
-  **Znaj zawartość swojego magazynu i optymalizuj realizację zamówień.**
Zawsze. Jeśli jakiś produkt się wyprzeda musisz mieć możliwość natychmiastowej aktualizacji informacji na swojej stronie. Pamiętaj, że Twoje centrum realizacji zamówień jest sercem Twojej firmy. Upewnij się, że jest idealnie zoptymalizowane. Od kompletowania zamówień, pakowania i etykietowania, po znajomość ceny przesyłki do niemal dowolnego miejsca na świecie, Twoja realizacja zamówień musi być klasą samą dla siebie. Rozczarowani klienci nie wracają...

The DHL logo is displayed in red on a yellow rectangular background in the top left corner.

DHL

Powodzenia!

The logo features a yellow power button icon inside a circle, followed by the text "POWER UP YOUR POTENTIAL" in yellow.

**POWER UP
YOUR POTENTIAL**