



DISCOVER.DHL.COM

A DHL delivery person, wearing a yellow and red uniform, is handing a yellow DHL Express box to a smiling woman with blonde hair. They are standing on a balcony with a black metal railing. In the background, there is a large, ornate building with classical architectural features like arches and columns. The scene is brightly lit, suggesting daytime.

WYSYŁANIE PRZESYŁEK MIĘDZYNARODOWYCH PORADNIK DHL EXPRESS

WSTĘP

Świat jest mały, a globalny handel elektroniczny sprawia, że staje się on coraz mniejszy. Dzisiaj, o wiele łatwiej niż kiedykolwiek wcześniej, można zwiększyć sprzedaż, docierając do międzynarodowej społeczności e-commerce. Aby tego dokonać, potrzebujesz najwyższej jakości usług w zakresie przesyłek międzynarodowych połączonych z Twoją unikatową marką. Dzięki takiemu zestawowi narzędzi zdobędziesz kompleksową wiedzę potrzebną do tego, aby rozpocząć sprzedaż i wysyłkę na poziomie globalnym.

ZAWARTOŚĆ ZESTAWU

W niniejszym zestawie narzędzi dostarczymy Ci wszelkich informacji, niezbędnych do tego, aby rozpocząć realizację przesyłek międzynarodowych:

- Jak przygotować się do globalnych usług e-commerce?
- Jak zapobiegać porzucaniu koszyka?
- Jak zdefiniować własną globalną strategię marki?
- Jak wzmocnić własny łańcuch dostaw?
- Jak prawidłowo zorganizować last mile, czyli ostatni etap dostarczenia przesyłki do Klienta?
- Przesyłki globalne – Twoja finalna lista kontrolna.

DLACZEGO JEST TO ISTOTNE?

91% konsumentów zwraca uwagę na dostępne opcje dostawy przed złożeniem zamówienia.

74% konsumentów uważa wygodną dostawę za najważniejszy element usługi.

46% przypadków porzucenia koszyka jest efektem ograniczonych opcji wysyłki.

Prawdopodobieństwo, że Klienci z pozytywnymi doświadczeniami w zakresie realizacji dostawy złożą kolejne zamówienie u tego samego sprzedawcy jest

dwukrotnie większe.

ŹRÓDŁO: Magento Live¹

CZY WIESZ, ŻE

E-commerce transgraniczny rośnie w tempie dwukrotnie szybszym niż krajowa sprzedaż internetowa?

Nie powinno to dziwić, mając na uwadze ponad siedziomiliardową populację świata. Jesteśmy tu po to, aby pomóc Ci w optymalnym wykorzystaniu międzynarodowych możliwości biznesowych.

CZĘŚĆ I

JAK PRZYGOTOWAĆ SIĘ DO SPRZEDAŻY MIĘDZYNARODOWEJ?

„NA CAŁYM ŚWIECIE ISTNIEJE OGROMNY,
NIEWYKORZYSTANY POTENCJAŁ. ROSNĄCA
WSPÓŁPRACA MIĘDZYNARODOWA MA NADAL
DUŻY WKŁAD W UTRZYMANIE STABILNOŚCI.
SPÓŁKI I KRAJE OTWARTE NA GLOBALIZACJĘ
ODNOSZĄ OGROMNE KORZYŚCI.”

JOHN PEARSON, CEO, DHL EXPRESS



Niektóre sektory handlu globalnego mogły zostać zakłócone przez pandemię i późniejsze zamknięcie granic. Sytuacja ta zwiększyła popyt konsumentów internetowych na zagraniczne towary. Według najnowszych prognoz, wielkość i udział globalnego rynku transgranicznego e-commerce B2C wzrośnie z 780 mld dol. w 2019 r. do 4820 mld dol. w roku 2026². Międzynarodowe usługi logistyczne (w tym DHL Express) i powszechna dostępność Internetu sprawiły, że świat stał się mały, tworząc bezprecedensowe globalne kanały sprzedaży. Jest to komercyjna zmiana paradygmatu bez granic.

Jednak zależności globalne są w naturalny sposób ograniczone odległościami i różnicami kulturowymi, co oznacza konieczność znalezienia i ukierunkowania rynków z popytem na Twój konkretny produkt. Po złożeniu wniosku o otwarcie konta biznesowego DHL Express, nasi doradcy ds. e-commerce dokonają wraz z Tobą oceny Twojej strony internetowej, która będzie zawierała analizę jej funkcjonowania, aby dowiedzieć się, jakie jest źródło ruchu na Twojej stronie i pomóc Ci zidentyfikować potencjalne rynki. Jeśli uważasz, że jesteś gotowy(-a) na sprzedaż międzynarodową, zadaj sobie pięć pytań.

1 Czy Twoja strona jest dostępna w wielu językach?

Z badania przeprowadzonego przez Common Sense Advisory³ wynika, że 40% konsumentów nie dokona zakupu na stronach internetowych w obcym języku, natomiast 65% preferuje treści w swoim języku ojczystym. W przypadku sprzedaży kierowanej do Klientów nieanglojęzycznych opłaca się zainwestować w tłumaczenie strony, aby umożliwić lokalizowanie witryny według konkretnego rynku.

2 Czy stosujesz przeliczanie walut?

Twoi Klienci międzynarodowi docenią opcję określania cen w walucie lokalnej i będą wtedy szybciej dokonywali płatności. Narzędzia takie jak Global-e⁴ i Zonos International Checkout⁵ pomogą Ci w skonfigurowaniu tej opcji.

3 Czy oferujesz miejscowe opcje płatności?

Osoby dokonujące zakupów w Internecie są o 70% bardziej skłonne do sfinalizowania zakupu w przypadku dostępnej preferowanej przez nich metody płatności^{6a}. Bezpieczne serwisy płatnicze, takie jak WorldPay, PayPal czy Stripe obsługują najpopularniejsze międzynarodowe metody płatności.

4 Czy udostępniasz opcje powiadamiania o dostawie międzynarodowej?

Śledzenia przesyłek międzynarodowych DHL pozwala sprzedawcy i kupującemu monitorować status przesyłki w dowolnym momencie jej realizacji. Dodatkowo, dzięki bezpłatnej opcji OnDemand Delivery twoi Klienci otrzymują powiadomienia i mogą zmienić opcje dostawy w trakcie transportu przesyłki.

5 Czy znasz opłaty celne i podatki?

Jeśli wysyłasz przesyłki międzynarodowe, cło importowe i podatki mogą wszystko skomplikować lub zaskoczyć kupującego. DHL Express pomoże Ci obliczyć końcowe koszty wraz z opłatami celnymi. Dzięki temu możesz je w swojej strukturze cenowej, a cały proces przebiegnie sprawnie dla wszystkich stron.

CZĘŚĆ II

JAK ZAPOBIEGAĆ PORZUCANIU KOSZYKA?

Porzucenie koszyka to największe wyzwanie sprzedawców e-commerce. Specjaliści ds. badań internetowych z Baymard Institute obliczyli, że koszyki porzuca 69% kupujących online^{6b}.

PRZYCZYNĄ NR 1 PORZUCENIA KOSZYKA SĄ NIESPODZIEWANE KOSZTY WYSYŁKI

Aby temu przeciwdziałać, powinieneś ograniczyć do minimum liczbę pól do wprowadzania danych, które są niezbędne do finalizacji zamówienia – pomocna może być tutaj opcja „Guest checkout” (kasa dla gości). Upewnij się również, że Twoja strona jest zoptymalizowana pod kątem urządzeń mobilnych, gdyż mniejszy ekran sprawia, że niektóre zadania są dla klientów bardziej irytujące. Należy jednak, przede wszystkim, oferować szeroki wachlarz opcji doręczenia i unikać niespodziewanych kosztów wysyłki na ostatnim etapie transakcji.

ZŁOTE ZASADY REALIZACJI PRZESYŁKI E-COMMERCE

Minimalizacja liczby porzuceń koszyka wymaga czegoś więcej niż dobrego projektu witryny, angażujących wizualizacji i dużego doświadczenia użytkownika. Musisz również wiedzieć, w jaki sposób opcje wysyłki oferowane w koszyku mogą zwiększyć sprzedaż i wzmocnić Twoją markę:

1. OFERUJĄC PRZESYŁKĘ MIĘDZYNARODOWĄ, MÓW O TYM GŁOŚNO!

Wyraźnie informuj na swojej stronie, że oferujesz sprzedaż międzynarodową. Baner na stronie to świetny sposób na przekazanie tej istotnej informacji.

2. OFERUJ SZEROKĄ GAMĘ OPCJI WYSYŁKI

62% konsumentów⁷ oczekuje, że ich zamówienia dotrą w terminie 2 dni lub krótszym. Opcje przyspieszonej wysyłki zwiększają prawdopodobieństwo, że Klienci zrealizują zakupy, oferuj zatem w miarę możliwości opcję dostawy ekspresowej. Pamiętaj, aby na swojej stronie podkreślić dostępność tej opcji w kluczowych punktach kontaktu z Klientem i tym samym zachęcić go do większych zakupów.

3. NIE UKRYWAJ KOSZTÓW PRZESYŁKI

Ukryte lub nieoczekiwane koszty dostawy są jedną z najczęstszych przyczyn porzucenia koszyka. Zachowaj więc przejrzystość w kwestii kosztów przesyłki lub uwzględnij ją w cenie sprzedaży i zaoferuj darmową bądź tańszą opcję dostawy. Cenę z wyładunkiem podasz później, a na bieżącym etapie informuj Klienta wyraźnie o tym czy naliczane są dodatkowe koszty przesyłki.

4. NIE KOMPLIKUJ KLIENTOM PROCEDURY ZAKUPU

Spraw, aby procedura zakupu była dla Klientów optymalnie ułatwiona. Ogranicz do minimum liczbę kliknięć, które muszą wykonać, tak aby dotarli do finalizacji zamówienia w jak najszybszym czasie. Jeśli Twoja witryna nie została jeszcze zanalizowana lub zaprojektowana przez specjalistę ds. user experience (UX), rozważ konsultacje, które pomogą Ci zoptymalizować procedurę zakupu.

5. ROZWAŻ DOKŁADNIE ZASADY DOKONYWANIA ZWROTÓW

92% Klientów mających pozytywne doświadczenia ze zwrotami, dokona powtórnego zakupu⁸. W Twoim najlepiej pojętym interesie jest zatem to, aby zapewnić im łatwy proces rozpatrywania reklamacji. Dodatkowym atutem będzie opcja darmowych zwrotów.

CZĘŚĆ III

JAK ZDEFINIOWAĆ WŁASNĄ GLOBALNĄ STRATEGIĘ MARKI

Jakość produktu ma istotne znaczenie, ale równie istotne są korzyści emocjonalne wynikające z jego posiadania. Zdefiniowanie cech, wartości i statusu Twojej marki może pomóc Ci w podkreśleniu korzyści płynących z obu tych elementów.

Przeprowadź analizę Twojej konkurencji pod kątem skuteczności prezentacji jej marki. Sprawdź, co w ich przypadku działa, a co nie i zastosuj wiedzę zdobytą w ramach własnych inicjatyw dotyczących marki. DHL Express może wesprzeć Cię w badaniu rynku, aby odkryć sekrety Twojej konkurencji. Oto trzy kluczowe wskazówki naszej spółki dotyczące budowania marki.

1. PODKREŚLAJ ATUTY

Opinie i referencje Klientów to świetny sposób na zdobycie zaufania. Spraw, aby pozytywne recenzje były widoczne na Twojej stronie i w mediach społecznościowych. Zachęcaj aktywnie kupujących do zamieszczania opinii i udostępniania zakupów z Twojego sklepu w mediach społecznościowych.

2. NIECH OPAKOWANIE MÓWI ZA CIEBIE

Konsumenci lubią otrzymywać produkty niemal tak samo, jak z nich korzystać. To doskonała szansa na wzmocnienie marki. Markowe opakowanie ekscytuje – zdaje się mówić „Twój towar jest tutaj!”. Jeśli możesz, to zaprezentuj, np. w formie graficznej unikatowe opakowanie lub etykietę na stronie swojego sklepu.

3. CHROŃ SWOJE PRODUKTY I MARŻĘ

Pomyśl o swoim opakowaniu i dopasuj je tak, aby zamówienie mieściło się idealnie w pudełku wysyłkowym – zmniejszy to koszty produkcji opakowania i zapewni lepszą ochronę towaru podczas transportu. DHL Express oferuje szeroki wybór pudełek o standardowych rozmiarach, a zatem przed zaprojektowaniem opakowania wybierz karton o optymalnych wymiarach.



Gavin Conboy, Vice President Global Operations Programs w DHL Express, wie jak duże znaczenie mają opakowania w przesyłkach międzynarodowych. Oto jego rady:

- pakuj produkt, tak aby zabezpieczyć go przed uszkodzeniami fizycznymi,
- stosuj wytrzymałe materiały,
- unikaj opakowań nadmiarowych i dbaj o równomierny rozkład wagi,
- pomóż kupującemu zidentyfikować Twoją przesyłkę dzięki unikatowej etykietce.

CZĘŚĆ IV

JAK WZMOCNIĆ WŁASNY ŁAŃCUCH DOSTAW?

Sprawny łańcuch dostaw logistycznych ma kluczowe znaczenie dla międzynarodowych usług e-commerce. Twoi klienci oczekują szybkości, niezawodności, możliwości śledzenia paczki i elastyczności dostaw, łącznie z łatwą procedurą dokonywania zwrotów. W przypadku, gdy Twój produkt przemierza pół świata, kompleksowa obsługa ma kluczowe znaczenie pod kątem zadowolenia Klienta.

„JEŚLI POPEŁNISZ BŁĄD NA TYM KLUCZOWYM ETAPIE OBSŁUGI KONSUMENTÓW, OTRZYMASZ OD NICH SZEREG SKARG. NIE BĘDĄ DBALI O TO, CZY BŁĄD WYSTĄPIŁ NA LINII PRODUKCYJNEJ, PO STRONIE SPÓŁKI CZY PO STRONIE LOGISTYKI – BĘDZIE OBCHODZIŁO ICH TYLKO TO, ŻE NIE OTRZYMALI SWOJEGO PRODUKTU LUB ŻE NIE ZOSTAŁ ON DO NICH PRAWIDŁOWO WYSŁANY. DLATEGO TEŻ DIABEŁ TKWI W SZCZEGÓŁACH. LOGISTYKA MOŻE ZBURZYĆ CAŁY BUDOWANY PRZEZ CIEBIE KAPITAŁ MARKI.”



Jason Zheng, Mobvoi

ZNAJDŹ PARTNERA, KTÓRY POMOŻE CI ROZSZYFROWAĆ ŻARGON

Skuteczna dostawa globalna to żadna filozofia, ale proces ten obejmuje stosowny zestaw terminów technicznych. Osoby znające dobrze łacinę mają szczęście: poczynawszy od terminu *de minimis* (wartość importu, poniżej której nie jest należne żadne cło) a na *ad valorem* (podatki należne proporcjonalnie do wartości towarów) skończywszy, żegluga międzynarodowa i usługi celne pełne są akronimów i żargonu. Aby szybko zrozumieć terminy, które należy znać, skorzystaj z glosariusza DHL Express – Jargon Buster.

Krótko mówiąc, jest to swego rodzaju pole minowe.

Regulacje celne różnią się w zależności od kraju. Na przykład w Algierii obowiązuje zakaz importu ponad 400 leków. Nigeria mówi „nie” plastikowym kwiatom, a Argentyna nie zezwala na stosowanie map w systemach GPS. Strony internetowe stowarzyszeń biznesowych stanowią doskonałe źródło informacji, które pomoże Ci w zrozumieniu regulacji celnych. To Twoim obowiązkiem jest sprawdzenie, co może być zakazane w miejscu docelowym. Każde terytorium ma swój własny zestaw zasad i przepisów importowych, a ich dobra znajomość pomoże Ci w terminowej dostawie przesyłek. Jeśli nie znasz przepisów importowych obowiązujących w Twoim regionie docelowym, możesz to przysporzyć Klientom sporo kłopotów.

Na przykład, jeśli wyślesz produkt do Klienta z innego kraju, nie płacąc stosownego podatku VAT lub cła, należność tę będzie musiał uregulować Klient. A to nie należy do zasad dobrej obsługi Klienta. Co więcej, w takim przypadku produkt może być opóźniony o kilka tygodni, a nawet miesięcy.

Możesz zdecydować się na wynajęcie pośrednika, który będzie działał jako Twój agent podczas procesu wysyłki. Pomoże Ci on przygotować dokumenty i przeprowadzić odprawę celną towaru. Dobra wiadomość jest taka, że DHL Express robi to codziennie. Działamy jako pośrednik w Twoim imieniu, w związku z tym przed rozpoczęciem Twojej przygody z międzynarodowymi usługami e-commerce, nie będziesz musiał znać wszystkich terminów z podręcznika.



NAJWIĘKSZA PRZESZKODA NA DRODZE DO PŁYNNYCH PRZESYŁEK MIĘDZYNARODOWYCH

Wysyłka Twoich produktów drogą lądową, morską lub powietrzną to dopiero połowa wyzwania. Największą przeszkodą nie są zła pogoda czy słaba sieć transportowa, lecz skąpa ilość informacji na fakturze. Nieprawidłowe opisy produktów i przesyłek na fakturach są przyczyną większości opóźnień w realizacji przesyłki. Opisy takie jak „próbka”, „części maszyn” czy „t-shirt” są zbyt ogólne. Musisz także znać kod z Systemu Zharmonizowanego (HS) dla Twojego produktu i upewnić się, że jest on podany w dokumentach. A jakiej dokumentacji potrzebujesz?

Najważniejsze wymagane dokumenty, o których musisz wiedzieć, to:

LIST PRZEWOZOWY

Twój list przewozowy zawiera wszystkie informacje, których potrzebuje przewoźnik, aby dostarczyć Twoją przesyłkę do celu. W DHL Express możesz stworzyć list przewozowy w trybie online, dzięki czemu od razu dowiesz się, których informacji brakuje, a które są niekompletne, a także uzyskasz możliwość wyboru odpowiedniej usługi DHL.

FAKTURA HANDLOWA

To najważniejszy międzynarodowy dokument, który przygotujesz jako eksporter. Jest on wymagany dla każdej przesyłki, za którą należy zapłacić cło importowe, służy jako rachunek za towary przesłane między importerem i eksporterem oraz stanowi dowód transakcji.

JEŚLI JESTEŚ EKSPORTEREM

Wymagane mogą być dodatkowe dokumenty wywozowe, w tym **Elektroniczne Informacje Eksportowe (EEI)** dla przesyłek o wysokiej wartości, **świadczenie pochodzenia** lub inne **dokumenty dotyczące przypadków szczególnych**.

JEŚLI JESTEŚ IMPORTEREM

Wymaganych może być szereg dokumentów, w tym **świadczenie pochodzenia**, **list pakunkowy**, **pełnomocnictwo**, **licencje**, **pozwolenia**, **karnety** oraz inne dokumenty.

PRZESYŁKI GLOBALNE:

LISTA KONTROLNA DOKUMENTACJI

1

Dowiedz się, czy kraj lub region, do którego wywozisz produkt, nalicza podatek VAT lub cło.

2

Potwierdź, czy wszystkie powiązane koszty i cła przywózowe są prawidłowe.

3

Dostarcz wszystkie wymagane dokumenty:

- wypełnij list przewozowy, stosując prawidłowy kod Systemu Zharmonizowanego (HS),
- podaj wyczerpujący i czytelny opis faktury handlowej,
- wymień każdy produkt osobno ze szczegółowym opisem,
- sprawdź wszystkie dokumenty pod kątem spójności.

4

Upewnij się, że dokumenty są napisane wyraźnie, maszynowo i przekazane elektronicznie.

5

Podaj, jak najwięcej informacji szczegółowych.

6

Upewnij się, że kraj lub osoba przyjmująca nie znajduje się na liście podmiotów wykluczonych.

CZĘŚĆ V

JAK PRAWIDŁOWO ZORGANIZOWAĆ PROCES LAST MILE?

4,2 mld ludzi na świecie mieszka w miastach. Do 2030 roku liczba ta ma wzrosnąć o kolejne 600 milionów. Sprzedawcy internetowi i ich partnerzy logistyczni będą musieli zaakceptować nowe, odważne podejścia i techniki, aby działać w obliczu gwałtownego wzrostu. Według najnowszych badań przeprowadzonych przez DHL i Euromonitor, ostatni etap dostarczenia przesyłki jest najbardziej złożonym i krytycznym czynnikiem sukcesu firm z sektora e-commerce.

Wobec narastającego ruchu musisz zadbać o to, aby proces last mile był jak najbardziej wydajny i szybki.

W 2019 roku DHL i Euromonitor wskazały cztery główne trendy kształtujące miejski transport last mile:

DOSTAWA ZLOKALIZOWANA

Sieci dostawcze przesuwają swoje łańcuchy dostaw, aby bardziej skupić się na regionalnych strategiach realizacji zamówień i skrócić proces ostatniej mili.

ELASTYCZNE SIECI DOSTAWCZE

Klienci coraz częściej oczekują możliwości wyboru czasu, miejsca i metody doręczenia paczek. Rosnąca różnorodność rozwiązań typu flexi-delivery zmieniła sposób, w jaki firmy logistyczne realizują proces ostatniej mili.

LOGISTYKA SEZONOWA

E-commerce w coraz większym stopniu przenika do dni wolnych od pracy, świąt regionalnych i świąt handlowych na całym świecie, powodując znaczny wzrost sprzedaży w tych okresach.

ROZWIJAJĄCE SIĘ TECHNIKI

Innowacyjne techniki przyczyniły się do ułatwienia rozwiązań w zakresie lokalizacji, elastycznych dostaw oraz sezonowych rozwiązań logistycznych. Gracze logistyczni coraz częściej stosują sztuczną inteligencję i wykorzystują analitykę big data, aby pracować na rzecz modeli elastycznych.

CZYNNIK LUDZKI

Ambasador usług, inteligentny nawigator, profesjonalny kurier to osoby stanowiące ludzki punkt kontaktowy w transakcjach e-commerce, dlatego mądrze dobierz swojego partnera logistycznego w zakresie przesyłek międzynarodowych. O ile Twoja marka wyróżnia Cię na tle innych, to kurier DHL Express zbliża Cię do Twojego Klienta.

W przypadku usług e-commerce, jedyna ludzka interakcja między marką, a Klientem odbywa się wyłącznie w momencie dostawy – to właśnie zapamiętuje Klient.

*Leendert van Delft,
Vice-President Sales Programs, Global & Europe, DHL Express*





Nigdy nie lekceważ znaczenia osoby przekazującej produkt w ręce Klienta. To jedyny i niepowtarzalny moment, w którym Twoja marka będzie reprezentowana osobiście. Upewnij się zatem, że Twój dostawca wie, w jaki sposób pozostawić po sobie pozytywne i trwałe wrażenie. W DHL Express zapewniamy, że nasi kurierzy działają właśnie w taki sposób.

OPCJE DOTYCZĄCE PROCESU DOSTAWY

Usługa On Demand Delivery DHL Express zapewnia Twoim Klientom możliwości dostawy w 165 krajach. Dzięki niej możesz aktywować określone opcje dostawy i zlecić DHL Express powiadomianie klientów e-mailem lub SMS-em o statusie doręczanych przesyłek. Klient może wybrać opcję dostawy, która najlepiej odpowiada jego wymaganiom, korzystając z witryny On Demand Delivery. Jest to usługa zaprojektowana z myślą o międzynarodowych dostawach e-commerce, w ramach których Klienci spodziewają się elastyczności i komfortu.

W przypadku, gdy Twój Klient potrzebuje paczki w ustalonym terminie, zapewni mu to usługa Time Definite International. Globalny zasięg i lokalne zespoły zapewniają szybką dostawę z możliwością śledzenia przesyłki na każdym etapie doręczenia, włącznie z odprawą celną. Dzięki temu Twoi Klienci mogą być pewni, że ich paczka dotrze do nich na czas.

Coraz popularniejsze staje się również przekierowywanie przesyłek do punktów odbioru lub automatów paczkowych, co przyczynia się dodatkowo do koncentracji dostaw w strefach miejskich. DHL Express oferuje sieć punktów usługowych i automatów paczkowych w ponad 100 tys. miejscach na całym świecie.



CZĘŚĆ VI

PRZESYŁKI GLOBALNE: TWOJA FINALNA LISTA KONTROLNA

Przygotowanie Twojej firmy do świadczenia globalnych usług e-commerce może wydawać się zadaniem trudnym, ale z pomocą właściwego partnera w zespole, nie musi ono wcale takim być. Od generowania i przygotowania elektronicznych listów przewozowych i dokumentacji celnej, poprzez dokładne śledzenie przesyłki, oferowanie opcji dostawy w trakcie lotu, a na bezpiecznej i pewnej dostawie do domu kończąc, DHL Express upraszcza transgraniczne usługi e-commerce na całym świecie.

Świat usług e-commerce czeka na Ciebie. Pamiętaj, aby odhaczyć na poniższej liście wszystkie pozycje. Pomoże Ci to zoptymalizować Twoje szanse na odniesienie sukcesu globalnego:

Przygotuj się do międzynarodowych usług e-commerce

- ☒ Skorzystaj z usługi Website Health Check DHL Express, aby sprawdzić Twoją gotowość do sprzedaży międzynarodowej.
- ☒ Zwróć się do DHL Express o pomoc we wskazaniu rynków zainteresowanych Twoim produktem.
- ☒ Czy Twoja strona jest dostępna w wielu językach?
- ☒ Czy oferujesz usługę przeliczania walut?
- ☒ Czy oferujesz miejscowe opcje płatności?
- ☒ Czy udostępniasz opcje powiadomień o dostawach międzynarodowych i w trakcie lotu?
- ☒ Czy znasz stosowne cła i podatki?

Zapobiegaj porzucaniu koszyka

- ☒ Powiadom, jak największą liczbę osób o opcji doręczania przesyłek międzynarodowych.
- ☒ Zaoferuj szeroki wachlarz opcji wysyłki.
- ☒ Nie ukrywaj kosztów przesyłki.
- ☒ Optymalnie ułatw Klientowi procedurę zakupu.
- ☒ Przeanalizuj dokładnie własne zasady dokonywania zwrotów.

Zdefiniuj własną globalną strategię marki

- ☒ Wykorzystaj opinie Klientów z całego świata.
- ☒ W miarę możliwości, stosuj markowe opakowania i etykiety.
- ☒ Zaprojektuj opakowanie, które będzie pasowało idealnie do pudełek wysyłkowych i je chroniło.

Wzmocnij własny łańcuch dostaw

- ☒ Postaraj się rozumieć kluczowe formalności wymagane podczas odprawy celnej.
- ☒ Dowiedz się czy kraj lub region, do którego eksportujesz swój produkt, nalicza podatek VAT lub cło.
- ☒ Sprawdź, czy wszystkie powiązane koszty i opłaty celne są prawidłowe.
- ☒ Upewnij się, czy masz właściwy kod HS swojego produktu.
- ☒ Wypełnij prawidłowo list przewozowy i fakturę.
- ☒ Wymień każdy produkt z osobna ze szczegółowym opisem.
- ☒ Omów z partnerem logistycznym pozostałe wymagane dokumenty.
- ☒ Sprawdź wszystkie dokumenty pod kątem spójności.
- ☒ Podaj jak najwięcej szczegółowych informacji.
- ☒ Upewnij się, że kraj lub osoba przyjmująca nie znajduje się na liście podmiotów wykluczonych.

Zorganizuj prawidłowo etap ostatniej mili

- ☒ Zapewnij Klientowi optymalną liczbę opcji dostawy.
- ☒ Udostępnij możliwość zarządzania doręczeniem przez odbiorcę (On-Demand Delivery).
- ☒ Dowiedz się o dostępnych punktach obioru takich jak DHL Servicepoint w kraju przeznaczenia i rozważ opcję doręczania do nich przesyłek.

JESTEŚ GOTOWY(-A), ABY ROZWINĄĆ DZIAŁALNOŚĆ NA SKALĘ GLOBALNĄ?

DHL Express oferuje narzędzia do zarządzania, monitorowania i doręczania przesyłek, dostosowane do potrzeb Twojej firmy. Nadając przesyłki w DHL Express nie tylko zapewniasz sobie realizację przesyłek międzynarodowych, lecz zyskujesz również dostęp do globalnej sieci międzynarodowych certyfikowanych specjalistów, którzy udzielą Ci wsparcia w zakresie transgranicznych usług e-commerce. W serwisie dhlexpress.pl znajdziesz szereg BEZPŁATNYCH informacji i porad dotyczących sektora e-commerce.

Transgraniczne usługi e-commerce rozwijają się w tempie dwukrotnie szybszym niż krajowa sprzedaż internetowa. Skorzystaj z tej szansy i upewnij się, że Twoje usługi sprzedaży, realizacji zamówień i last mile są przygotowane do wyzwań rynku globalnego. Postępuj prawidłowo, a Twoi nowi Klienci międzynarodowi sprawią, że zdobędziesz światowe szczyty sprzedaży!

Odniesienia:

¹Magento Live 2018 (slajd 17)

²Globe News Wire, 2021

³Common Sense Advisor y, 2014

⁴Global-e

⁵Zonos International Checkout

^{6a}Checkout blog, 2020

^{6b}Baymard Institute, 2020

⁷PWC, 2019

⁸IMG Returns Review, 2020

JESTEM GOTOWY(-A) DO DZIAŁANIA W SEKTORZE E-COMMERCE. CO DALEJ?

Skorzystaj z naszej specjalistycznej wiedzy biznesowej, rejestrując konto w DHL Express.

Odwiedź naszą stronę, a my z przyjemnością udzielimy Ci pomocy.