

DHL

Globale digitale Kommunikationskampagne gestartet

Mittwoch, 13.06.2018

DHL Express, der weltweit führende Anbieter für internationale Expressdienstleistungen, hat mit „Where Everything Clicks“ eine globale digitale Kommunikationskampagne gestartet. Ziel von DHL ist es, sein E-Commerce-Geschäft auszubauen und Onlinehändlern zu helfen, sich Zugang zum boomenden globalen Marktplatz zu verschaffen. Der Expressdienstleister gibt Händlern einen praktischen Leitfaden für ein zunehmend internationales Marktumfeld an die Hand: 70% der Online-Shopper kauften 2017 auch im Ausland – eine Steigerung um 6% gegenüber dem Vorjahr. DHL Express wendet sich mit seiner Kampagne an eine breite Palette von Anbietern – vom Start-up bis zum Großunternehmen. Onlinehändler erfahren, wie sie ihre internationalen Versandangebote im E-Commerce erweitern und gezielt Internet-affine Käufer wie Millennials ansprechen können, von denen 68% einen Händler wahrscheinlich anhand der angebotenen Versandoptionen auswählen.

„Der internationale Onlinehandel wächst rasant. Wir wollen unseren Kunden helfen, sich durch Aufwertung ihres E-Commerce-Angebots ein Stück von diesem Kuchen zu sichern“, erklärt John Pearson, CEO Europe & Head of Commercial bei DHL Express. „Der Erfolg unserer Kunden hängt stark davon ab, wie zufrieden ihre Käufer mit der Lieferung und den angebotenen Versandoptionen sind. DHL hat Services entwickelt, die die Kundenerfahrung verbessern und Onlinehändler zudem bei der Erschließung neuer Märkte unterstützen. Mit unserer globalen Marketingkampagne werden wir diese Dienstleistungen deutlich herausstellen – von On Demand Delivery mit flexiblen Zustelloptionen für Käufer bis hin zu intelligenten Website-Analysen, die speziell auf Onlinehändler zugeschnitten sind.“

Mithilfe von fortschrittlichen Market-Intelligence-Tools kann DHL im Handumdrehen Onlineshops ermitteln, die vom Ausland aus besucht werden. So werden potenzielle Verkäufe außerhalb des Kernmarkts des Händlers sichtbar gemacht. Darüber hinaus kann DHL Website-Engagement-Kennzahlen eines Händlers mit denen von Wettbewerbern vergleichen und Chancen identifizieren, die Absprungrate durch Aufnahme einer grenzüberschreitenden Expressversandoption zu senken. Unter Einsatz von Checklisten zeigt DHL Express den Händlern auf, wie sie ihre Webseiten für den internationalen Markt optimieren und sich mit besonderen Versandangeboten einen Wettbewerbsvorteil verschaffen können.

Bei On Demand Delivery werden die Empfänger per E-Mail oder SMS über den Sendungsstatus informiert: Sie können einen neuen Liefertermin festlegen, eine Lieferung in einen nahegelegenen DHL Servicepoint oder an eine alternative Adresse vereinbaren und sogar eine Sendung während des Urlaubs lagern lassen. DHL Express bietet On Demand Delivery bisher in über 100 Ländern an, rund weitere 50 werden in diesem Jahr folgen.

„Where Everything Clicks“ umfasst Erklärvideos, Whitepapers, Kunden- und Trendvideos. Die Kampagne wird zahlreiche Online-Marketingkanäle abdecken, einschließlich organischer und bezahlter Suche, Rich-Media-Anzeigen, programmatischer Werbung, Online-PR und Influencer-Marketing. In den USA, Großbritannien und Südafrika erfolgte bereits der Startschuss für die Kampagne. In der zweiten Stufe werden China, Deutschland, Mexiko und andere Märkte eingebunden, bis „Where Everything Clicks“ schließlich weltweit eingeführt wird.

„'Where Everything Clicks' liefert Erkenntnisse über das Kaufverhalten von Online-Shoppern, einschließlich der stets wichtigen Lieferpräferenzen. Zusätzlich zeigt sie Händlern auf, wie sie diese Informationen umsatzsteigernd nutzen können. Wir wollen bestehenden Kunden einen informativen Leitfaden an die Hand geben und für sie die Voraussetzungen für den Einstieg ins internationale Geschäft schaffen“, erklärt Pearson. „Unserer Überzeugung nach birgt der grenzüberschreitende E-Commerce gewaltige Potenziale, die viele B2C- und B2B-Händler bisher noch nicht erschlossen haben. Unser Ziel ist es, Onlinehändler bei der internationalen Expansion zu unterstützen und ihnen als Anbieter erster Wahl für internationale Expressdienstleistungen im E-Commerce zur Seite zu stehen.“

Globale digitale Kommunikationskampagne gestartet