

DHL Express revela los hábitos de consumo de los compradores online

Una opción de envío express internacional puede aumentar el valor de la cesta de compra de un e-commerce hasta en un 70%, ayudando a los comercios online a aumentar los ingresos y a aprovechar nuevos mercados

DHL Express, el proveedor de servicios express internacional líder en el mundo, ha lanzado 'Where Everything Clicks', una campaña digital mundial, para hacer crecer el negocio de e-commerce y orientar a los comercios online, a medida que acceden al floreciente mercado internacional. DHL ayuda a los vendedores a navegar en un panorama cada vez más internacional, en el que el 70% de los compradores online realizaron una compra en una web internacional en 2017, un 6% más que el año anterior. DHL Express dirige su campaña a compañías que van desde start-ups hasta grandes compañías, asesorando sobre cómo mejorar las capacidades de envío de e-commerce internacional y cómo dirigirse a compradores conocedores de Internet como la generación de los millennials: 68% de los cuales probablemente elijan un minorista, basado en las opciones de entrega ofrecidas.

"El e-commerce internacional está creciendo a un ritmo notable y queremos que nuestros clientes obtengan su parte del mercado, lo que significa añadir valor a su propuesta de comercio electrónico", ha afirmado John Pearson, CEO de Europa y Head of Commercial de DHL Express. "El éxito de nuestros clientes está estrechamente ligado a la satisfacción de sus compradores con la experiencia de entrega y las opciones de entrega ofrecidas. DHL ha desarrollado servicios que mejoran la experiencia del cliente y que respaldan a los comercios online a medida que acceden a nuevos mercados. Nuestra campaña de marketing mundial mostrará esos servicios, desde la herramienta On Demand Delivery (Entrega según Demanda), con sus opciones de entrega flexibles para compradores, hasta análisis inteligentes de sitios web hechos a la medida de los comerciantes".

Mediante la utilización de herramientas avanzadas de inteligencia de mercado, DHL puede identificar rápidamente aquellas webs de compras que reciben tráfico desde ubicaciones internacionales, marcando de este modo las posibles ventas que se producen fuera del mercado principal del vendedor. Además, DHL puede comparar las métricas de participación en el sitio web con las de los competidores, identificando oportunidades para reducir las tasas de rebote, con la incorporación de una opción de entrega urgente internacional. Con un enfoque basado en listas de verificación, DHL Express asesora a los comerciantes sobre cómo optimizar sus sitios web para ventas internacionales y cómo crear una ventaja competitiva a través de las opciones de envío ofrecidas.

Con 'On Demand Delivery' (Entrega según Demanda), los compradores reciben una notificación proactiva por email o por SMS sobre el progreso de un envío. Los destinatarios pueden programar la entrega para otro día, organizar la entrega en un Punto de Servicio de DHL cercano o una dirección alternativa, e incluso solicitar que un envío se quede en espera durante las vacaciones. DHL Express ofrece On Demand Delivery en más de 100 países, a los que se unirán aproximadamente 50 más este año.

‘Where Everything Clicks’ incluye videos instructivos, informes técnicos, vídeos de clientes y vídeos de tendencias. La campaña llegará a múltiples canales de marketing online, que incluyen búsquedas orgánicas y de pago, anuncios enriquecidos, publicidad programática, relaciones públicas online y marketing de influencia. DHL Express ha iniciado la campaña en Estados Unidos, Reino Unido y Sudáfrica; en una segunda fase se expandirá a China, Alemania, México y otros mercados seleccionados, para implantarse, finalmente, en todo el mundo.

‘Where Everything Clicks’ revela los hábitos de compra de los compradores online, incluyendo siempre preferencias de entrega importantes, y muestra a los comerciantes cómo usar esta información para aumentar las ventas. "Queremos educar a los clientes actuales, así como transformar a los potenciales comercios online internacionales", ha afirmado Pearson. "Estamos convencidos de que el e-commerce internacional tiene un enorme potencial, que muchos comerciantes, B2C y B2B, aún no han aprovechado. Nuestro objetivo es apoyar a los vendedores online a medida que se globalizan y posicionarnos como el proveedor internacional preferido para el e-commerce".

Datos de contacto:

Noelia Perlacia
915191005

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Logística E-Commerce Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>