

DHL pone en marcha su campaña publicitaria más grande a nivel mundial

La campaña publicitaria "Velocidad amarilla" abarca 42 mercados importantes a nivel mundial. En el programa de Especialista Internacional Certificado participan 100.000 integrantes del personal a escala mundial.

Caracas, 10 de octubre de 2011: DHL Express, el proveedor de servicios expresos líder a nivel mundial, anuncia el lanzamiento de su campaña publicitaria más ambiciosa a nivel global, a lo largo y ancho de 42 mercados clave de todo el mundo, enfocada en demostrar las capacidades internacionales que tiene DHL express para cubrir las necesidades de envíos rápidos de todas las industrias.

Con el acertado nombre "Velocidad amarilla", la campaña enfatiza la experiencia internacional y el inmejorable servicio al cliente que ofrece la compañía, con el respaldo de un programa de marcas significativo.

La campaña publicitaria " se transmitirá en medios nacionales y mundiales a lo largo y ancho de 42 países, se traducirá a 25 idiomas locales y se transmitirá en más de 280 estaciones de televisión. Asimismo, más de 360 publicaciones impresas con más de 1100 anuncios difundirán el atractivo mensaje de DHL sobre su inigualable velocidad, eficiencia y sólido servicio al cliente. La campaña también incluye más de 2.16 mil millones de impresiones por Internet, y su banda sonora distintiva, un remix del clásico mundial "Ain't No Mountain High Enough", sonará en más de 200 estaciones de radio y podrá descargarse.

En Venezuela, DHL Express se concentrará en revistas ligadas al tema empresarial. No obstante, tendrán presencia en canales de televisión por suscripción, programas radiales e internet, con el mensaje central de la capacidad que tiene la empresa de llegar a más destinos de todo el mundo, de la manera más rápida y efectiva.

La nueva campaña "Velocidad Amarilla" ha requerido incluso efectuar cambios de infraestructura en las sedes de la empresa en el país. Cesar Ramírez, Gerente General de DHL Express Venezuela, comentó que las remodelaciones recientemente realizadas apuntan a una mejor infraestructura y a la adecuación de espacios más productivos para los trabajadores.

"Esta inversión está dedicada a los trabajadores con el propósito de generar un ambiente placentero y eficiente, lo cual se traducirá en un crecimiento exponencial de la empresa. En Venezuela hemos experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, lo cual implica el reto de sostener un excelente servicio y un proceso de mejora continua en cada uno de los procesos logísticos

de la empresa”, acotó Ramírez.

En materia de infraestructura, se remodeló la fachada principal de la empresa, se restauraron las oficinas, se reemplazaron los equipos de trabajo y el mobiliario. Destacó Ramírez que otro aspecto de la inversión en infraestructura apunta a optimizar la operatividad del proceso: una nueva flota de vehículos, modernos y especializados equipos de rayos x, mejores mecanismos de detección de sustancias ilícitas y la implementación de nuevas plataformas tecnológicas, que son fundamentales para que los clientes perciban a DHL Express como un proveedor confiable y eficiente en el envío de mercancía.

Invertir en las personas

DHL Express está expandiendo sus capacidades globales y mejorando el servicio al cliente no sólo a través de programas de inversión en infraestructura y en la marca, sino también en sus colaboradores internos.

La compañía está invirtiendo en mejorar los niveles de servicio que brinda su personal a través del programa de Especialista Internacional Certificado (CIS, por sus siglas en inglés), el cual fue diseñado por DHL y pretende incrementar el conocimiento de sus empleados con respecto a cambiar/viabilizar los negocios internacionales y mejorar la satisfacción del cliente.

Para octubre de 2011, el total de los 100,000 empleados de DHL Express a nivel mundial habrán completado el programa básico.

Ken Allen declara: "Comprendemos que gracias a nuestros empleados es que somos la compañía exprés número uno a nivel mundial y estamos comprometidos con invertir en ellos para asegurarnos de que DHL tenga una ventaja competitiva para tener éxito en el mercado mundial".

MSC Noticias – La Red Latinoamericana de Noticias de Venezuela

Un Mundo de Información al Alcance de tus Manos

www.mscticias.com.ve
