

DHL EXPRESS PONE EL MUNDO EN SUS MANOS



www.dhl.com.pe

DHL Express Perú

TU SUEÑA, NOSOTROS **CUMPLIMOS.**



AGENDA

1.- ¿Quiénes somos?

2.- ¿Qué servicios ofrecemos?

3.- DHL Soluciones para PYMES

4.- “TU SUEÑAS NOSOTROS CUMPLIMOS”

DEUTSCHE POST DHL

- Fusión del Correo Postal más grande de Alemania (Deutsche Post) con DHL.
- Servicio Expreso, Logística, Carga, Correo y Servicios Financieros
- 100,000 empleados
- 2,8 millones de Clientes Activos
- Presente en más de 220 países
- Presente en más de 120,000 destinos a nivel mundial
- Red Global combinada con Experiencia Local
- 400 Gateways terrestres



PARTICIPACION EN EL MERCADO MUNDIAL



*Ranking basado en la participacion de mercado de DHL en cada región

DHL EXPRESS EN EL PERÚ

- Líder a nivel nacional en Servicio Expreso Internacional con 29 Años de Experiencia (1981)
- Operaciones Propias con +15,000 mt2 de infraestructura
- 422 empleados
- Flota propia de +145 vehículos entre camiones, vans y motos
- Red de 34 puntos en Lima y provincias
- Cobertura en +810 destinos a nivel nacional
- Más de 1´600,000 envíos al año, transportando 5´300,000 kilos
- 4,500 clientes activos.



AGENDA

1.- ¿Quiénes somos?

2.- ¿Qué servicios ofrecemos?

5.- DHL Soluciones para PYMES

6.- “TU SUEÑAS NOSOTROS CUMPLIMOS”

NUESTROS PRODUCTOS

EXPORTACION

- DHL Express Worldwide
- DHL Express 9:00
- DHL Express 10:30
- DHL Express 12:00

IMPORTACION

- DHL Express IMP Worldwide

OTROS SERVICIOS

- Envíos Domésticos
- **Transferencias de Dinero:**

WESTERN UNION



- Agencia de Aduanas

SERVICIO EXPRESO – Principales características

Servicio Counter a Puerta

Los envíos son recogidos desde el counter de los POS y son entregados en la puerta del destinatario

Velocidad

Los envíos son transportados el mismo día que el cliente lo lleva al counter a través rutas óptimas generadas para cada destino.

Seguridad y Confianza

Las compañías de transporte expreso ofrecen un 99% de entregas puntuales. Además de garantías de reembolso de dinero por pérdidas

Seguimiento y Rastreo

Los despachos expresos son monitoreados en cada punto de control de tal manera que se puede conocer en línea la ubicación exacta del envío.

AGENDA

1.- ¿Quiénes somos?

2.- ¿Qué servicios ofrecemos?

3.- DHL Soluciones para PYMES

4.- “TU SUEÑAS NOSOTROS CUMPLIMOS”

IMPORTANCIA DE LAS PYMES (para la economía de la región)

- La clave para el crecimiento de las Pymes es su Internacionalización.
- Las Pymes son responsables entre el 25% y 40% de la generación de empleo de la región.
- Las Pymes generan entre el 15% y el 25% total de la producción de bienes y servicios.
- Las Pymes poseen un significativo potencial de crecimiento al representar entre 1% y 3% total de las exportaciones de la región.

PYMES EN DHL EXPRESS

La Pymes representan el 70 a 80% de nuestros clientes

- 60 mil exportaciones en promedio al mes en América Latina.
- Exportan casi 6 veces más de lo que importan.
- El volumen de importaciones está aumentando a un ritmo mucho más acelerado que las exportaciones.
- En América Latina:
 - Volumen de Importaciones con DHL Express viene creciendo en un 35% anualmente.
 - Volumen de Exportaciones con DHL Express viene creciendo en un 10% anualmente.

DHL PYMES : TU SUEÑAS Y NOSOTROS CUMPLIMOS

Nuevo Servicio: DHL PYME

Permite exportar fácil, rápido y seguro.

EXPORTA CON LOS MEJORES

AHORA
**DHL
PYME**

Fácil ATENCION EN NUESTRAS OFICINAS A NIVEL NACIONAL.
NOS ENCARGAMOS DE TODO EL PROCESO.

Rápido TUS ENVIOS LLEGARAN ENTRE 3 Y 5 DIAS UTILES.

Seguro ORIENTACION CON PERSONAL ALTAMENTE CALIFICADO.
SEGUIMIENTO PERMANENTE A SU ENVIO.
RED PROPIA EN MAS DE 220 PAISES.

TARIFAS COMPETITIVAS EN SOLES

DHL PYMES : TU SUEÑAS Y NOSOTROS CUMPLIMOS

Beneficios:

- Asesoría personalizada de un asesor a cargo
- Servicio counter a puerta
- 18 oficinas a nivel nacional
- 40% de descuento de la tarifa pública
- Los envíos llegarán entre 1 y 5 días
- No hay Limite de pesos ni de cantidad de envíos
- Seguimiento permanente del tránsito del envío a través de herramientas on line
- Seguros automático y adicional del envío
- Servicio de Atención al Cliente
- Red propia a nivel nacional y en más de 220 países



AGENDA

- 1.- ¿Quiénes somos?
- 2.- ¿Qué servicios ofrecemos?
- 4.- DHL Soluciones para PYMES

5.- Video “TU SUEÑAS NOSOTROS CUMPLIMOS”

GRACIAS POR SU ATENCION

Western Union

si! Puedo usar **Western Union** para mis importaciones



Western Union hace más fácil tu importación. Realiza tus pagos al exterior a través de **Western Union** en minutos y sin cuenta bancaria.

Confiable, Rápido y Conveniente.

llámanos al **575 6200** o al **0-800-2007**



www.dineroenminutos.com.pe



La **Tecnología** como factor de crecimiento
de las **PyMES Peruanas**

Internet



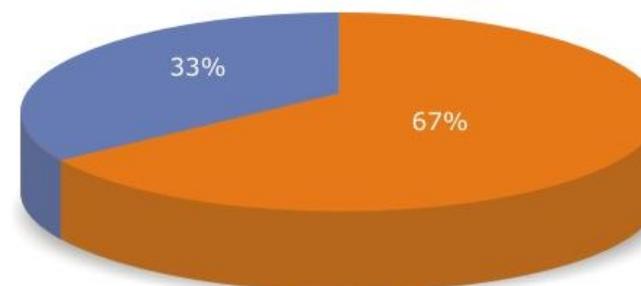
-RGX-
RED GLOBAL de EXPORTACION

Principales hallazgos

Una de cada tres PyMEs exportadoras peruanas no posee un sitio web en Internet.

¿La firma dispone de un sitio web en Internet?		
Respuesta (opción simple)	Frecuencia	Porcentaje
No	33	33%
Si	67	67%
Total	100	100%

Fuente: elaboración propia, encuestas a PyMES exportadoras peruanas, 2011



La secuencia virtuosa de la estrategia

1) Desarrollar una estrategia de exportación a un mercado seleccionado (mix de marketing internacional)



2) Definir el modelo de negocios a aplicar en Internet (b2b?, b2c?, ambos?)



3) Desarrollar un site de exportación que refleje la estrategia, fundamentalmente **CONFIANZA Y VALOR AGREGADO**.



4) Aprovechar otros sites



5) Promover en forma permanente el negocio

1) Definir un plan de exportación

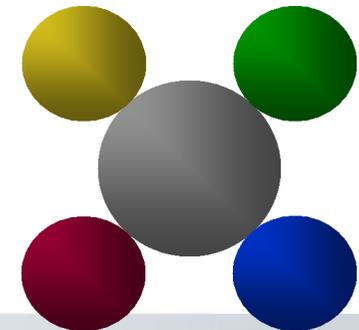


2) Definir el modelo de negocios

Estrategia de exportación online

1- B2B o B2C: definición en base a producto, mercado y grado de desarrollo de una red de distribución internacional.

2- Alcance del sitio: venta online o generación de contactos y venta offline. Definición en base a producto / país de origen y destino / disponibilidad de soluciones de pago en línea.

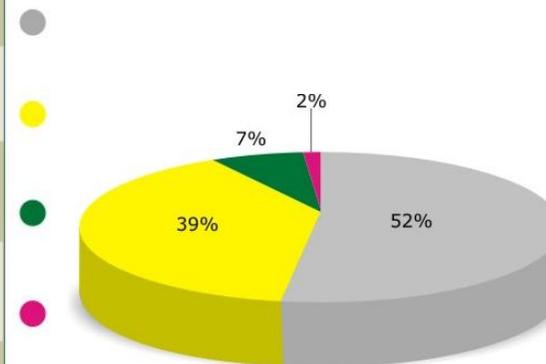


2) Definir el modelo de negocios

Más de la mitad de las empresas posee un sitio básicamente institucional y sólo un 8% tiene la posibilidad de recibir pedidos en línea.

Por favor ¿podría indicar cuál de las siguientes características tiene actualmente el sitio web de su firma?

Respuesta (opción simple)	Frecuencia	Porcentaje
Es un sitio básicamente institucional	35	52%
Es un sitio con presentación de productos y servicios pero SIN posibilidad de recibir de pedidos en línea	26	39%
Es un sitio con presentación de productos y servicios CON posibilidad de recibir de pedidos en línea	5	7%
Es un sitio con posibilidad de realizar ventas automatizadas, con carro de compra y cobro online	1	2%
Total	67	100%



Fuente: elaboración propia, encuestas a PyMES exportadoras peruanas, 2011

3) Desarrollar un site que genere **CONFIANZA** y **VALOR AGREGADO**

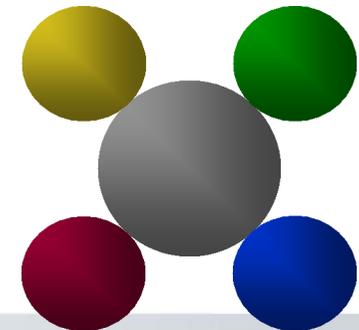
Actualización del site

Formas de Contacto Completas

Marcas Conocidas

Información Propia de Exportación

Opiniones de terceros



3) Desarrollar un site que genere **CONFIANZA** y **VALOR AGREGADO**

El 80% de los usuarios considera **MUY IMPORTANTE** el nivel de actualización de un site.

Asigne a cada tópicos la relevancia o importancia que le asigna a una página web de una empresa que ofrece productos o servicios con una x.

	Muy Importante (%)	Medianamente Importante (%)	Poco Importante (%)	Nada Importante (%)
Teléfono de contacto	76	22	0	2
Contacto en línea (chat, MSN, etc.)	30	50	20	0
Referencias u opiniones de clientes	20	52	20	8
Sección Quienes Somos	50	32	12	6
Información Actualizada	80	20	0	0
Política de Privacidad de los Datos	66	24	8	2
Opción Imprimir	48	24	22	6
Opción Volver a la Home	40	34	14	12
Total de casos: 100				

Fuente: elaboración propia, encuesta a usuarios de Internet.

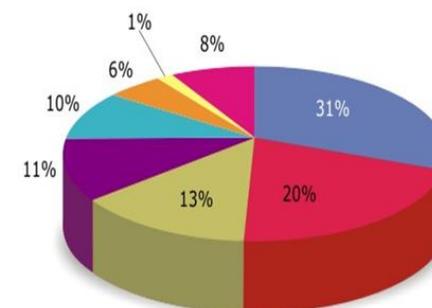


3) Desarrollar un site que genere **CONFIANZA** y **VALOR AGREGADO**

A nivel local, el 51% actualiza sus sitios en períodos mayores a 1 mes.

¿Con qué frecuencia la empresa actualiza habitualmente el sitio?

Respuesta (opción simple)	Frecuencia	Porcentaje
Períodos más extensos a dos meses	21	31%
Mensual	14	20%
Quincenal	8	13%
Bimestral	8	11%
El sitio no se actualiza	4	10%
Diaria	3	6%
Semanal	1	1%
Ns/Nc	8	8%
Total	67	100%

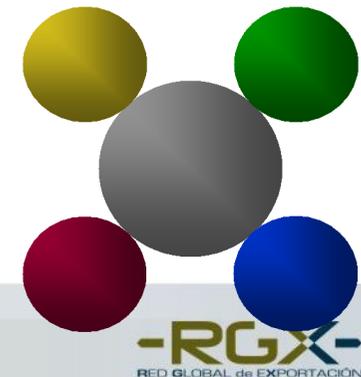


Fuente: elaboración propia, encuestas a PyMES exportadoras peruanas, 2011.

3) Desarrollar un site que genere **CONFIANZA** y **VALOR AGREGADO**

Ventajas competitivas digitales (b2b)

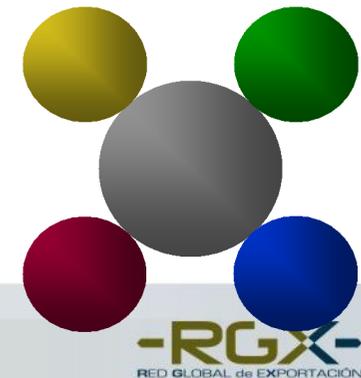
- 1- Información on line sobre el envío.
- 2- Soporte en línea para clientes del distribuidor que facilitan las decisiones de compra.
- 3- Manuales de uso y mantenimiento del producto, aplicaciones, etc.
- 4- Promociones dirigidas al consumidor final como forma de ayudar al distribuidor.
- 5- Comunidad (Extranets) de distribuidores



3) Desarrollar un site que genere **CONFIANZA** y **VALOR AGREGADO**

Ventajas competitivas digitales (b2c)

- 1- Cursos on line
- 2- Comunidad ("Club" de consumidores)
- 3- Recordatorios de Fechas
- 4- Sistema de Recordatorio de últimas compras
- 5- Posibilidad de personalizar el producto a comprar



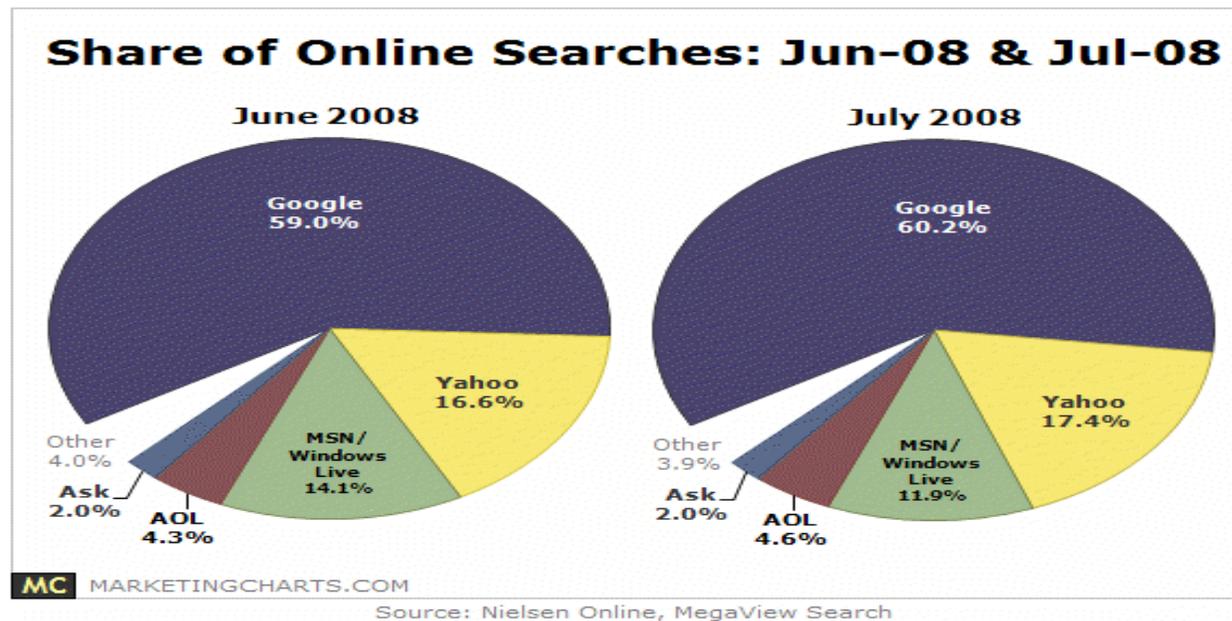
4) Aprovechar otros sites

- 1- Sitios de venta online (b2c): www.ebuy.com,
www.mercadolibre.com
- 2- Marketplaces: www.emarketservices.com
- 3- Listados de Importadores: www.rgxonline.com
- 4- Comunidades de Negocios y PyMEs: www.facebook.com



5) Promover el negocio en forma permanente

El arte de generar clientes a través de la web: cuántos buscadores?



Fuente: <http://www.marketingcharts.com/interactive/share-of-online-searches-by-engine-july-2008-5730/>

5) Promover el negocio en forma permanente el arte de generar clientes a través de la web: cuántas frases clave?

¿Cuántas palabras en promedio utiliza para realizar búsquedas en los buscadores?	Porcentaje (%)
Una	2
Dos	34
Tres	48
Cuatro	10
Mas de cuatro	6
Total de casos: 100	

Fuente: elaboración propia, encuesta a Usuarios de Internet.

Pensar en 2/3 frases cortas o combinaciones de palabras que serán los
INGREDIENTES a aplicar en nuestra web.



5) Promover el negocio en forma permanente

El arte de generar clientes a través de la web: es necesario ser el PRIMERO?

¿Hasta que página del buscador llega para mirar resultados y escoger el sitio al que desea ingresar?

	Porcentaje (%)
Sólo la primera	8
Hasta la segunda	30
Hasta la tercera	28
Más allá de la tercera	34
Total de casos: 100	

Fuente: elaboración propia, encuesta a Usuarios de Internet.

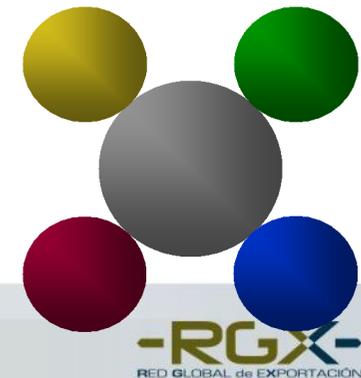


5) Promover el negocio en forma permanente

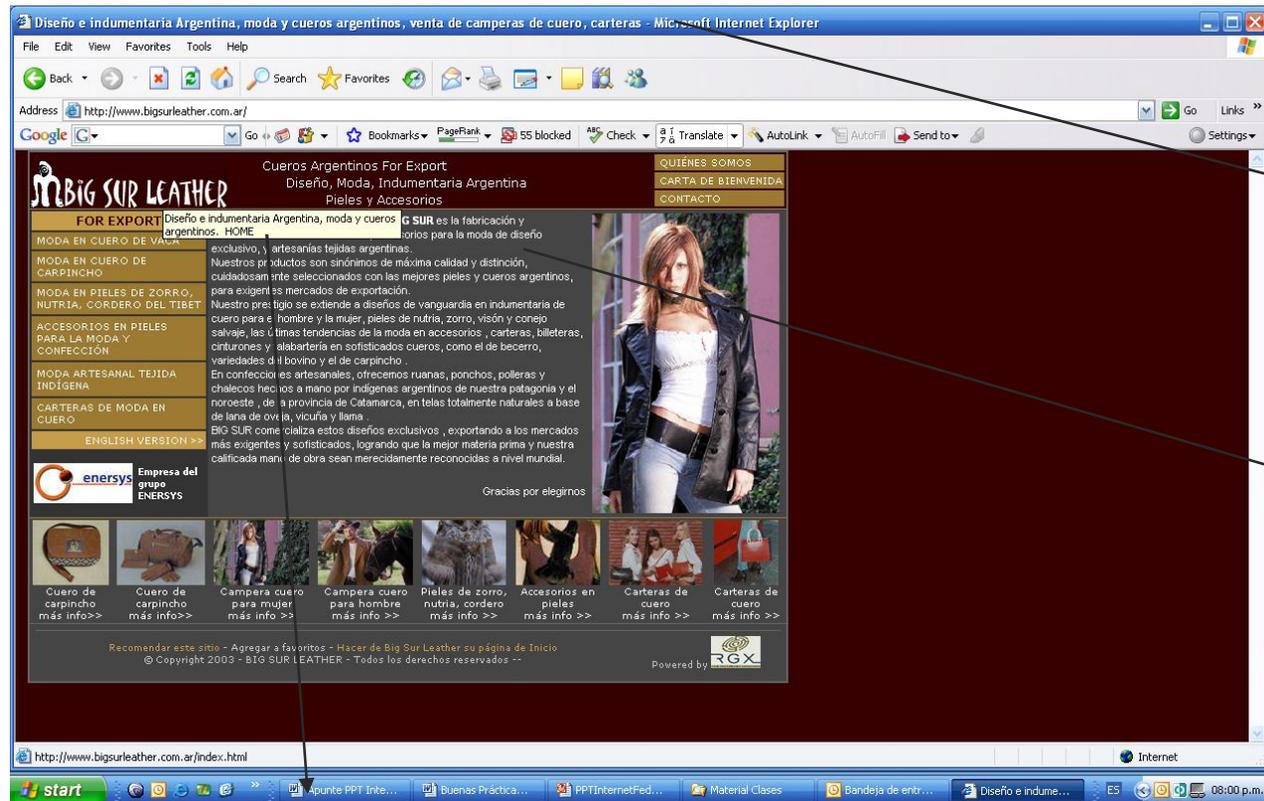
El arte de generar clientes a través de la web: **OPTIMIZAR EL SITE**

INGREDIENTES

- 1- Densidad / Repeticiones: dos o tres repeticiones de las palabras clave.
- 2- META TAGS: etiquetas en el código fuente.
- 3- Título de la Pagina: corto, descriptivo y que contenga las palabras clave.
- 4- Etiquetas en las Imágenes: con texto clave.



5) Promover el negocio en forma permanente



Título de la
página

Repeticiones
de palabras clave

Etiquetas de las
imágenes



5) Promover el negocio en forma permanente

Cómo ocupar un lugar entre los primeros 20 resultados?

PROCURAR LINKS

- 1- Intercambios con sitios "amigos".
- 2- Proveer contenidos a portales a cambios de links.
- 3- Registrar la página en directorios.
- 4- Participar en foros y comunidades de potenciales consumidores.

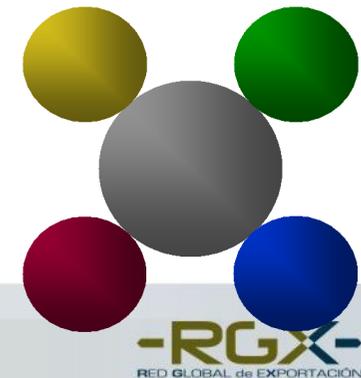


5) Promover el negocio en forma permanente

El arte de generar clientes a través de la web

PROCURAR TRAFICO

- 1- Marketing Viral por e-mail
- 2- Programas de afiliación (Recomendar a...)
- 3- Newsletter
- 4- Medios offline (factura, catálogo, etc.)
- 5- Publicidad en Buscadores (Adwords)...

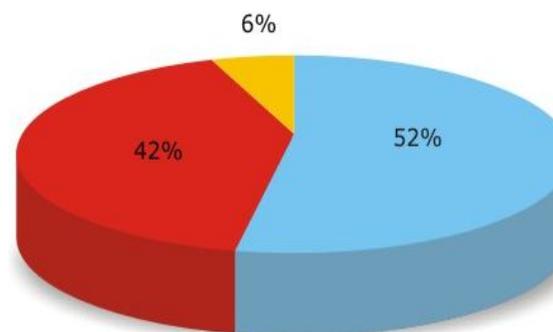


5) Promoverse en forma permanente

EL 52% de las empresas no promociona su negocio en el ámbito de internet.

¿Promocionan su negocio dentro del ámbito de Internet?		
Respuesta (opción simple)	Frecuencia	Porcentaje
No	52	52%
Si	42	42%
Ns/Nc	6	6%
Total	100	100%

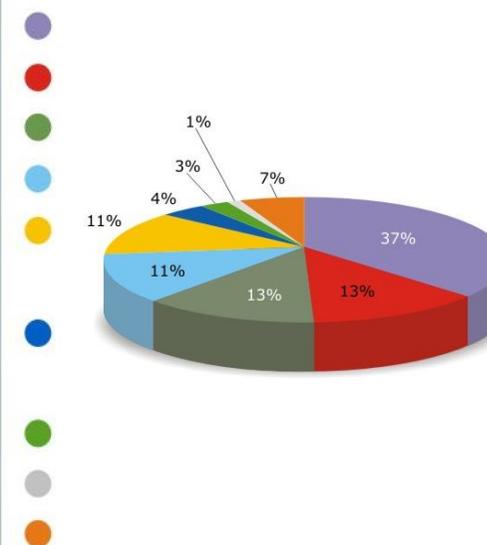
Fuente: elaboración propia, encuestas a PyMES exportadoras peruanas, 2011



5) Promover el negocio en forma permanente

El 21% de las PyMEs latinoamericanas dispone de Newsletter, a nivel local sólo el 14% lo realiza.

Indique por favor ¿de qué manera lo promocionan?		
Respuesta (opción múltiple)	Frecuencia	Porcentaje
Envíos de e-mail	26	37%
Publicidad en Buscadores (enlaces patrocinados)	9	13%
Publicidad en Guías o Páginas Amarillas online	9	13%
Publicidad mediante banners en sitios o portales Especializados	8	11%
Registro en Guías y/o Directorios online	8	11%
Mención en Portal de Cámara, Asociación de Exportadores o Agencia de promoción de Exportaciones del país	3	4%
Trabajos de optimización en la web para estar bien posicionado en los buscadores	2	3%
Intercambios de links con otros sitios	1	1%
Otros (especificar)	5	7%
Total	71	100%

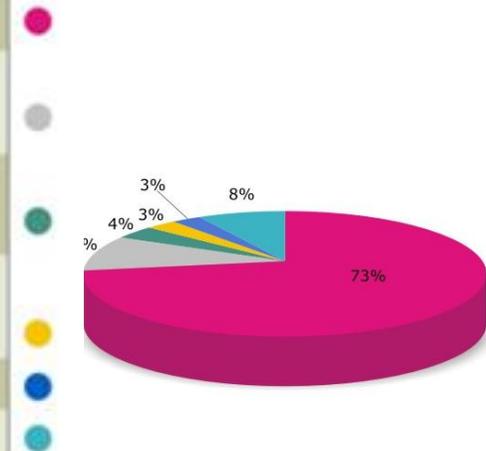


Fuente: elaboración propia, encuestas a PyMES exportadoras peruanas, 2011

5) Promover el negocio en forma permanente

La gran mayoría de las empresas no realiza actividades de apoyo promocional en Internet

¿Realiza alguna de las siguientes acciones para ayudar a su red de distribución con la venta de los productos en su mercado?		
Respuesta (opción múltiple)	Frecuencia	Porcentaje
No realiza ninguna acción de este tipo	77	73%
Campañas de e-mailing a usuarios finales en el país donde se tiene distribución	10	9%
Campañas, concursos o promociones desde la web del exportador	4	4%
Enlaces patrocinados en buscadores en los países donde se tiene distribución	3	3%
Newsletter o Boletín para uso por parte de los distribuidores	3	3%
Otros (especificar)	9	8%
Total	106	100%



Fuente: elaboración propia, encuestas a PyMES exportadoras peruanas, 2011

La secuencia virtuosa de la estrategia

1) Desarrollar una estrategia de exportación a un mercado seleccionado (mix de marketing internacional)



2) Definir el modelo de negocios a aplicar en Internet (b2b?, b2c?, ambos?)



3) Desarrollar un site de exportación que refleje la estrategia, fundamentalmente **CONFIANZA Y VALOR AGREGADO**.



4) Aprovechar otros sites



5) Promover en forma permanente el negocio

La **Tecnología** como factor de crecimiento
de las **PyMES Peruanas**

**GRACIAS POR CONCURRIR AL
EVENTO**

-RGX-
RED GLOBAL de EXPORTACIÓN



-RGX-
RED GLOBAL de EXPORTACIÓN