



Tržište

Kao vodeća globalna kompanija u međunarodnom vazdušnom i drumskom transportu pošiljaka i logistici, DHL je istinski svetski brend. Međunarodna mreža DHL-a povezuje više od 220 zemalja i teritorija, sa preko 285.000 zaposlenih širom sveta i godišnjim prometom od više od milijardu i po pošiljaka na globalnom nivou, transportujući ih na 120.000 svetskih destinacija. Od 37 godina, koliko postoji u svetu, DHL na prostorima bivše Jugoslavije posluje od 1983. godine. U Srbiji se 1991. godine osniva kompanija DHL International Beograd d.o.o, koja danas u Srbiji pruža usluge za čak 5.000 aktivnih klijenata. DHL je nezaobilazni partner u transportu robe za najrazličitije vrste poslovanja i brojne industrijske grane, obezbeđujući klijentima najbrži pristup tržištu i korisnicima širom sveta. U sastavu DHL-ovog brenda nalaze se poslovne oblasti za ekspresne usluge, drumski saobraćaj, pomorski i kontejnerski saobraćaj, kao i logistiku i distribuciju. Cilj DHL-a danas je da svojim klijentima obezbedi *one-stop-shop* rešenje za sve njihove potrebe transporta robe. Procvat e-trgovine dodatno proširuje DHL-ovu tradicionalnu bazu ponude, kako bi uključili više korisnika koji od svoje kuće koriste mogućnosti interneta za kupovinu širom sveta.

Dostignuća

DHL je postavio temelje industrije međunarodnog ekspresnog slanja pošiljaka. Osnovani su ga trojica kalifornijskih preduzetnika i postavili osnove koncepta međunarodne dostave hitnih dokumenata po principu od vrata do vrata. Kasnije se koncept proširio i na pakete i pošiljke podložne carinjenju.

Snaga DHL-a je u pravovremenom prepoznavanju potreba tržišta i obezbeđivanju korisnicima upravo onoga što oni traže. Ovaj podatak potkrepljen je činjenicom da su mnoge velike svetske kompanije, koje su započele svoje poslovanje u isto vreme kad i DHL, ostale klijent DHL-a sve do danas.

Kroz svoju istoriju DHL je napravio višestruke proboje na tržište prema svojim klijentima.

Počev od 1983. godine, ova kompanija bila je prva koja je krenula da koristi sistem praćenja pošiljaka, pomažući time korisnicima da prate tok transporta i dostave svojih pošiljaka.

Svetska reputacija DHL-a je u tome što posluje u doslovno svakoj zemlji sveta. DHL ne samo što je funkcionisao kao pupčana vrpca civilizacije na mnogim svetskim kriznim žarištima, gde su se vodili ratovi i dešavale elementarne nepogode, već je predstavljao i kritičnu vezu sa svetom.

Istorijat

DHL je osnovan 1969. godine tokom susreta Adrijana Delsija i Larija Hilbloma, koji su radili za MPA, malu firmu za dostavu u San Francisku. Hilblom je planirao da investira 3.000 dolara u akcije MPA, ali ga je Delsi ubedio da novac iskoristi za investiranje u osnivanje njihove sopstvene kompanije. Pridružio im se i Robert Lin, koji je do tada trgovao nekretninama, te su njih trojica osnovali prvu kurirsku službu, od San Franciska do Honolulua.

Ova tri partnera načinila su istorijski korak, verovatno i ne sanjajući da će time zauvek promeniti svet poslovanja. Oni su najpre lično nosili pošiljke avionom iz San Franciska za Honolulu, započinjući proces carinjenja još pre nego što bi pošiljka stigla na odredište i značajno ubrzavajući proces njene dostave. Stvorena je nova vrsta industrije, bazirana na ovom konceptu – međunarodno ekspresno slanje pošiljaka avionom.

Brodске kompanije i banke bile su prvi klijenti DHL-a, oduševljene uslugom koja je prevazišla sistem standardne pošte, a bila je uz to i sasvim pouzdana. Pre dolaska vremena elektronskog transfera novca klijenti su često koristili DHL za transport čekova, vrednih više miliona dolara. Mreža DHL-a rasla je neverovatnom brzinom. Kompanija je putovala zapadno, sa Havaja na Daleki istok i Pacifik, zatim na Srednji istok, u Afriku i Evropu. Do 1977. godine proširila je obim svojih usluga i počela da, pored dokumenata, dostavlja i male pakete. Do svoje 20-godišnjice DHL je imao poslovnice u 175 zemalja i zapošljavao je 20.000 ljudi.

DHL postaje sto odsto vlasništvo Deutsche Post World Net (DPWN) od 2003. godine. Te godine DPWN pripaja ekspresne i logističke jedinice (uključujući Danzas i Securicor Omega) pod jedinstveni DHL-ov brend. Od 2006. godine u sastav DHL-a ulazi i Excel, najveća svetska kompanija za logistiku i distribuciju. U sastavu DPWN-a nalaze se danas tri divizion: banka, pošta i express i logistika.

Na našim prostorima DHL je

pružao svoje usluge u bivšoj Jugoslaviji od 1983. godine, preko riječkog Transjuga, kao generalnog prodajnog agenta. Transjug je uspeo da približi tržištu uslugu međunarodne vazdušne ekspresne dostave dokumenata i paketa, po kurirskom principu od vrata do vrata. To je bilo prvo pružanje ove usluge u istočnoj Evropi. Usluga brze pošte izazvala je revoluciju u poslovnoj komunikaciji.

Od 1990. godine kompanija DHL investira u zemlju nekoliko miliona dolara, otvarajući nov regionalni centar u Ljubljani i nekoliko *gatewaya* – za svaku republiku po jedan. Zbog odvajanja delova bivše Jugoslavije i nepostojanja jedinstvene države, DHL osniva lokalne kompanije u bivšim republikama. Tako se 6. decembra 1991. godine formira kompanija DHL International Beograd d.o.o., srpska kompanija sa sto posto stranog kapitala.

Kompanija dobija, 1998. godine sertifikat sistema kvaliteta JUS ISO 9002. S Poštom Srbije i Poštom Crne Gore potpisuju se ugovori o strateškoj saradnji 1999/2000. godine. U



DHL-u Beograd otvara se prvi carinski referat za međunarodne ekspresne pošiljke. Naredne godine uvodi se u saobraćaj i sopstveni avion za transport robe. Od tada, avion tipa AN26 svakog radnog dana saobraća na liniji Bergamo-Beograd, transportujući ekspresne DHL-ove pošiljke i avionski kargo. U 2003. godini potpisuje se Memorandum o razumevanju između Uprave carina i DHL-a.

Kada je DPWN kupio kompanije DHL i Danzas 2003. godine, došlo je do suštinske promene u načinu poslovanja, korporativnom identitetu i transportnim mogućnostima DHL-a, a to je sve izraženo kroz nov, integrisani brend. U Srbiji se DHL udružuje s kompanijom Cargo Line, koja je do tada predstavljala Danzas u Srbiji. Pored usluga međunarodnog ekspresnog kurirskog saobraćaja, nudi se i usluga avionskog kargo transporta, brodske kontejnerske logistike, kao i špedicije. U 2004. i 2005. godini razvijaju se usluge transporta robe drumskim saobraćajem po čitavoj Evropi i usluga ekspresne kurirske dostave pošiljaka u domaćem saobraćaju.

Proizvodi/Usluge

DHL je reorganizovan u četiri velike poslovne oblasti (Brand Areas): DHL Express, DHL Freight, DHL Global Forwarding i DHL Exel Supply Chain.

DHL Express nudi usluge domaćeg i međunarodnog transporta za slanje hitnih pošiljaka, po kurirskom principu od vrata do vrata. DHL Freight nudi rešenja za zbirne i pojedinačne

**DANAS U SRBIJI
SUTRA U EVROPI.**

JEDNOSTAVAN IZVOZ ROBE

Tel: 011 310 55 00
www.dhl.co.yu



DHL Web Shipping

Jednostavan način da pripremite i zakažete slanje pošiljke on-line

www.dhl.co.yu Tel: 011 310 55 00

REŠENJE ZA JEDNOSTAVAN UVOZ ROBE.

Uvoz

Uvoz sa DHL-om

Jedna kompanija. Jedna valuta. Jedan račun.
 DHL Import Express će obaviti sve umesto Vas. Od preuzimanja pošiljke do finalne dostave – uz stručno izvožno/uvozno carinjenje. Unapred su Vam poznati troškovi, a Vi ćete dobiti samo jedan račun u lokalnoj valuti. Sve to bez obimne administracije i neprijetnih iznenađenja.

Pozovite 011 310 55 00 ili posetite www.dhl.co.yu

Deutsche Post World Net
 MAIL EXPRESS LOGISTICS FINANCE

pošiljke u domaćem i međunarodnom saobraćaju, obezbeđujući drumski, železnički i kombinovani transport robe. DHL Global Forwarding pokriva avionski kargo i kontejnerski brodski transport, za sve veličine i težine robe, nudeći logistička rešenja na nivou čitavog sveta. DHL Exel Supply Chain pruža specijalizovane logističke i transportne usluge za posebne industrijske oblasti, od savetovanja do upravljanja čitavim lancem snabdevanja, od skladištenja i logistike prodaje do proizvodnje i upravljanja porudžbinama.

Radi još veće efikasnosti, DHL obezbeđuje i brze, savremene mogućnosti e-trgovine i e-komunikacije s klijentima.

Najnoviji poduhvati

Rukovodstvo i organizaciona struktura DHL-a promenili su se početkom 2003. godine, kada je DPWN odlučio da koristi jedan brend koji će predstavljati kompletno poslovanje ekspresne dostave pošiljaka i logistike, jedinstveno za čitav svet. Kao rezultat toga, usluge Danzasa i Deutsche Post Euro Expressa su integrisane pod jedinstveni brend DHL-a. To je stvorilo istinski superbrend u svetskoj logistici s novim DHL-om, koji danas može da transportuje gotovo sve vrste robe, od dokumenta do velikog kontejnera s pošiljkama, bilo kojim raspoloživim putem – kopnom, morem i vazduhom.

DHL je ovo izrazio i kroz nov korporativni identitet. Žuta i crvena boja postale su zvanične korporativne boje, primenjujući se svuda u jedinstvenoj integrisanoj mreži DHL-a.

Promocija

DHL je jedan od najpoznatijih brendova u svetu, koji je delom i nasleđe duge tradicije visokokvalitetne marketinške podrške.

DHL pruža podršku kompletnoj organizaciji auto-trka Formula 1 od 2004. godine, kao globalni logistički partner. DHL za Formulu 1 transportuje automobile, rezervne delove, motore, točkove, TV opremu i čak više od 1.000.000 litara goriva za 18 trka na četiri kontinenta. Na

trkalištu DHL-ov pokretni logistički centar obezbeđuje celodnevnu uslugu, od isporuke paketa i dokumentacije do carinskih usluga i transporta zapaljivih materija.

DHL je ostvario i globalno partnerstvo s firmom Paramount Pictures, kao zvanični logistički partner filma Nemoguća misija III. Za potrebe filma DHL prevezao je 50 tona robe, organizujući pakovanje, logistiku, transport, kao i prevoz specijalne opreme i osetljivih materijala na brojne svetske lokacije gde je film sniman.

Važna platforma internog PR-a i tim bildinga je međunarodni DHL Euro fudbalski turnir, u kome svake godine učestvuje 3.000 zaposlenih iz 20 zemalja, takmičeći se za jedan od najpoželjnijih trofeja u okviru mreže DHL-a.

U Srbiji se promotivne aktivnosti generišu kroz tri glavna promotivna ciklusa – kampanju za uvoz, za izvoz robe i za transport u domaćem saobraćaju. Prateći neprestano potrebe i zahteve tržišta, DHL je usmeren na olakšavanje korisnicima ove tri ključne oblasti poslovanja, s idejom da za svakog pojedinačnog klijenta preuzme na sebe organizaciju kompletnog uvoza, izvoza ili transporta robe po Srbiji. Klijenti zato mogu da nesmetano obavljaju svoje poslovanje, imajući pouzdanog partnera, kao *one-stop-shop* rešenje za sve njihove potrebe transporta.

U februaru 2006. godine promovisane su uvozne aktivnosti pod sloganom „Jednostavan uvoz“. Slika razrešenog čvora na konopcu, kao simboličan prikaz jednostavnog uvoza DHL-om, dobila je veliku prepoznatljivost i prihvaćenost u široj javnosti. Jednostavnost, jasnoća i preciznost u prenošenju osnovnih promotivnih poruka bili su oduvek zajedničko obeležje svih kampanja DHL-a. U promotivne svrhe koriste se bilbordi, radijske reklame, štampani mediji, internet, kao i kompanijske brošure i publikacije. Shodno stalnim komunikacijskim i tehnološkim inovacijama kompanija bira i adekvatne načine komuniciranja s korisnicima, s jedinstvenim ciljem približavanja usluga korisnicima i olakšavanja njihovog korišćenja.

Vrednosti brenda

Možda je najbolje svedočanstvo uspeha ovog brenda to što je u celom svetu DHL postao sinonim za slanje pošiljaka na najbrži mogući način. Umesto slanja hitnih pošiljaka putem pošte i standardnih puteva slanja, korisnici insistiraju da im pošiljke budu dostavljene na najbrži, najpouzdaniji i najprofesionalniji način, budući da veliki procenat čine i pošiljke od kojih često zavisi čitavo poslovanje neke kompanije, pa čak i život korisnika. S obzirom na to da je slanje pošiljaka putem DHL-a danas prirodan i neizbežan izbor, korisnici su sami tokom vremena nametnuli izraz *de-ha-el-ovati* pošiljku.

DHL ima imidž kompanije koja spremno i odgovorno izlazi u susret korisnicima i svim njihovim standardnim i specifičnim zahtevima, kao i reputaciju kompanije koja je pionir u korišćenju ove visoke tehnologije poslovanja, koju konstantno modernizuje i podiže time nivo i kvalitet svojih usluga. Brzina, posvećenost, preciznost i ulaganje u ljude su ključni atributi ovog brenda.

www.dhl.co.yu

ONO ŠTO NISTE ZNALI

DHL

- DHL je deveta najveća avio-kompanija u svetu.
- DHL prenosi više od jedne i po milijarde pošiljaka godišnje. Izračunato je da avioni DHL-a poleću na svakih 58 sekundi.
- Kompanija raspolaže sa 76.200 vozila i 420 aviona (sopstvenih i ugovorenih).
- U svetu postoji 6.500 poslovnica DHL-a, kao i preko 450 sortirnih centara, magacina i terminala.
- Sve najveće izvozne kompanije u Srbiji su klijenti DHL-a.



DHL Web Shipping

Jednostavan način da pripremite i zakažete slanje pošiljke on-line

www.dhl.co.yu Tel: 011 310 55 00

REŠENJE ZA JEDNOSTAVAN UVOZ ROBE.

Uvoz

Uvoz sa DHL-om

Jedna kompanija. Jedna valuta. Jedan račun.
 DHL Import Express će obaviti sve umesto Vas. Od preuzimanja pošiljke do finalne dostave – uz stručno izvožno/uvozno carinjenje. Unapred su Vam poznati troškovi, a Vi ćete dobiti samo jedan račun u lokalnoj valuti. Sve to bez obimne administracije i neprijetnih iznenađenja.

Pozovite 011 310 55 00 ili posetite www.dhl.co.yu

Deutsche Post World Net
 MAIL EXPRESS LOGISTICS FINANCE

pošiljke u domaćem i međunarodnom saobraćaju, obezbeđujući drumski, železnički i kombinovani transport robe. DHL Global Forwarding pokriva avionski kargo i kontejnerski brodski transport, za sve veličine i težine robe, nudeći logistička rešenja na nivou čitavog sveta. DHL Exel Supply Chain pruža specijalizovane logističke i transportne usluge za posebne industrijske oblasti, od savetovanja do upravljanja čitavim lancem snabdevanja, od skladištenja i logistike prodaje do proizvodnje i upravljanja porudžbinama.

Radi još veće efikasnosti, DHL obezbeđuje i brze, savremene mogućnosti e-trgovine i e-komunikacije s klijentima.

Najnoviji poduhvati

Rukovodstvo i organizaciona struktura DHL-a promenili su se početkom 2003. godine, kada je DPWN odlučio da koristi jedan brend koji će predstavljati kompletno poslovanje ekspresne dostave pošiljaka i logistike, jedinstveno za čitav svet. Kao rezultat toga, usluge Danzasa i Deutsche Post Euro Expressa su integrisane pod jedinstveni brend DHL-a. To je stvorilo istinski superbrend u svetskoj logistici s novim DHL-om, koji danas može da transportuje gotovo sve vrste robe, od dokumenta do velikog kontejnera s pošiljkama, bilo kojim raspoloživim putem – kopnom, morem i vazduhom.

DHL je ovo izrazio i kroz nov korporativni identitet. Žuta i crvena boja postale su zvanične korporativne boje, primenjujući se svuda u jedinstvenoj integrisanoj mreži DHL-a.

Promocija

DHL je jedan od najpoznatijih brendova u svetu, koji je delom i nasleđe duge tradicije visokokvalitetne marketinške podrške.

DHL pruža podršku kompletnoj organizaciji auto-trka Formula 1 od 2004. godine, kao globalni logistički partner. DHL za Formulu 1 transportuje automobile, rezervne delove, motore, točkove, TV opremu i čak više od 1.000.000 litara goriva za 18 trka na četiri kontinenta. Na

trkalištu DHL-ov pokretni logistički centar obezbeđuje celodnevnu uslugu, od isporuke paketa i dokumentacije do carinskih usluga i transporta zapaljivih materija.

DHL je ostvario i globalno partnerstvo s firmom Paramount Pictures, kao zvanični logistički partner filma Nemoguća misija III. Za potrebe filma DHL prevezao je 50 tona robe, organizujući pakovanje, logistiku, transport, kao i prevoz specijalne opreme i osetljivih materijala na brojne svetske lokacije gde je film sniman.

Važna platforma internog PR-a i tim bildinga je međunarodni DHL Euro fudbalski turnir, u kome svake godine učestvuje 3.000 zaposlenih iz 20 zemalja, takmičeći se za jedan od najpoželjnijih trofeja u okviru mreže DHL-a.

U Srbiji se promotivne aktivnosti generišu kroz tri glavna promotivna ciklusa – kampanju za uvoz, za izvoz robe i za transport u domaćem saobraćaju. Prateći neprestano potrebe i zahteve tržišta, DHL je usmeren na olakšavanje korisnicima ove tri ključne oblasti poslovanja, s idejom da za svakog pojedinačnog klijenta preuzme na sebe organizaciju kompletnog uvoza, izvoza ili transporta robe po Srbiji. Klijenti zato mogu da nesmetano obavljaju svoje poslovanje, imajući pouzdanog partnera, kao *one-stop-shop* rešenje za sve njihove potrebe transporta.

U februaru 2006. godine promovisane su uvozne aktivnosti pod sloganom „Jednostavan uvoz“. Slika razrešenog čvora na konopcu, kao simboličan prikaz jednostavnog uvoza DHL-om, dobila je veliku prepoznatljivost i prihvaćenost u široj javnosti. Jednostavnost, jasnoća i preciznost u prenošenju osnovnih promotivnih poruka bili su oduvek zajedničko obeležje svih kampanja DHL-a. U promotivne svrhe koriste se bilbordi, radijske reklame, štampani mediji, internet, kao i kompanijske brošure i publikacije. Shodno stalnim komunikacijskim i tehnološkim inovacijama kompanija bira i adekvatne načine komuniciranja s korisnicima, s jedinstvenim ciljem približavanja usluga korisnicima i olakšavanja njihovog korišćenja.

Vrednosti brenda

Možda je najbolje svedočanstvo uspeha ovog brenda to što je u celom svetu DHL postao sinonim za slanje pošiljaka na najbrži mogući način. Umesto slanja hitnih pošiljaka putem pošte i standardnih puteva slanja, korisnici insistiraju da im pošiljke budu dostavljene na najbrži, najpouzdaniji i najprofesionalniji način, budući da veliki procenat čine i pošiljke od kojih često zavisi čitavo poslovanje neke kompanije, pa čak i život korisnika. S obzirom na to da je slanje pošiljaka putem DHL-a danas prirodan i neizbežan izbor, korisnici su sami tokom vremena nametnuli izraz *de-ha-el-ovati* pošiljku.

DHL ima imidž kompanije koja spremno i odgovorno izlazi u susret korisnicima i svim njihovim standardnim i specifičnim zahtevima, kao i reputaciju kompanije koja je pionir u korišćenju ove visoke tehnologije poslovanja, koju konstantno modernizuje i podiže time nivo i kvalitet svojih usluga. Brzina, posvećenost, preciznost i ulaganje u ljude su ključni atributi ovog brenda.

www.dhl.co.yu

ONO ŠTO NISTE ZNALI

DHL

- DHL je deveta najveća avio-kompanija u svetu.
- DHL prenosi više od jedne i po milijarde pošiljaka godišnje. Izračunato je da avioni DHL-a poleću na svakih 58 sekundi.
- Kompanija raspolaže sa 76.200 vozila i 420 aviona (sopstvenih i ugovorenih).
- U svetu postoji 6.500 poslovnica DHL-a, kao i preko 450 sortirnih centara, magacina i terminala.
- Sve najveće izvozne kompanije u Srbiji su klijenti DHL-a.