



Юридические лица (B2B, B2C)



Юридические лица (B2B, B2C) = Клиенты DPD

Региональная структура клиентов



Отраслевая структура клиентов



Наши клиенты делают в среднем **130** отправок в месяц.



66,000
клиентов

11 тыс.
интернет-магазинов

2 млн.
посетителей сайта

Кого привлекать?

- **Потребность:** транспортно-логистические услуги, аутсорсинг логистики, фулфилмент для интернет-магазинов
- **ЦА:**
 - 1) Сегмент B2B любого формата – от крупного до микробизнеса (производство, магазины, корпоративные клиенты)
 - 2) Сегмент B2C – интернет-магазины любого размера, Индивидуальные предприниматели, мастера handmade (e-commerce, рынок потребительских товаров, взаимодействие с конечным потребителем)
- **Гео:** РФ. Топ \ приоритетные регионы – Москва и МО, Санкт-Петербург и ЛО, Юг, Поволжье
- **Сезон** \ спрос практически весь год. Топ – с февраля по апрель и с сентября по декабрь
- **Средний CR 1,5-3%** в зависимости от качества привлеченного трафика

Как привлекать?

- Виды трафика:

Информация по разрешенным и запрещенным видам трафика см [здесь](#)

- Наши преимущества:



для ЮРИДИЧЕСКИХ
ЛИЦ



Любые весовые
категории: от
конвертов до
сборных грузов



26 000
направлений в
России и ЕАЭС +
220 стран мира



для ИНТЕРНЕТ-
МАГАЗИНА



Двухчасовые
интервалы
доставки с
сервисом Predict



NPS получателей
интернет-заказов
в феврале'20: 67%



для ЧАСТНЫХ ЛИЦ
И МАЛОГО БИЗНЕСА



Единые тарифы
на доставку по всей
стране с услугой
DPD SHOP



Самая большая
география ПВЗ
в РФ: пункты
в 630 городах



Ежедневный возврат наложенного платежа
Продление срока оплаты счета до 14 дней
Тариф за перевод единый для наличных и карт
2,5%

Куда привлекать?

1. На форму регистрации – <https://www.dpd.ru/new-client.do2>. Не на главную! Это помогает получить максимальную конверсию от перехода в регистрацию, т.к. пользователю не нужно совершать никаких дополнительных действий.

Расскажите, что начать отправлять посылки на выгодных условиях вместе с DPD просто! Для этого необходимо пройти [по ссылке](#) и зарегистрироваться, заключив договор-оферты. Начинать оформлять отправки можно сразу же, получив Клиентский номер на указанный при регистрации email.

2. Чтобы привлечь больше внимания, используйте **Акции**. Для каждой существует **отдельный лендинг** с подробным описанием условий.

Расскажите преимущества, используйте соответствующие баннеры и можно даже выделить якорную ссылку на нужный контент страницу для получения более высокого CR.

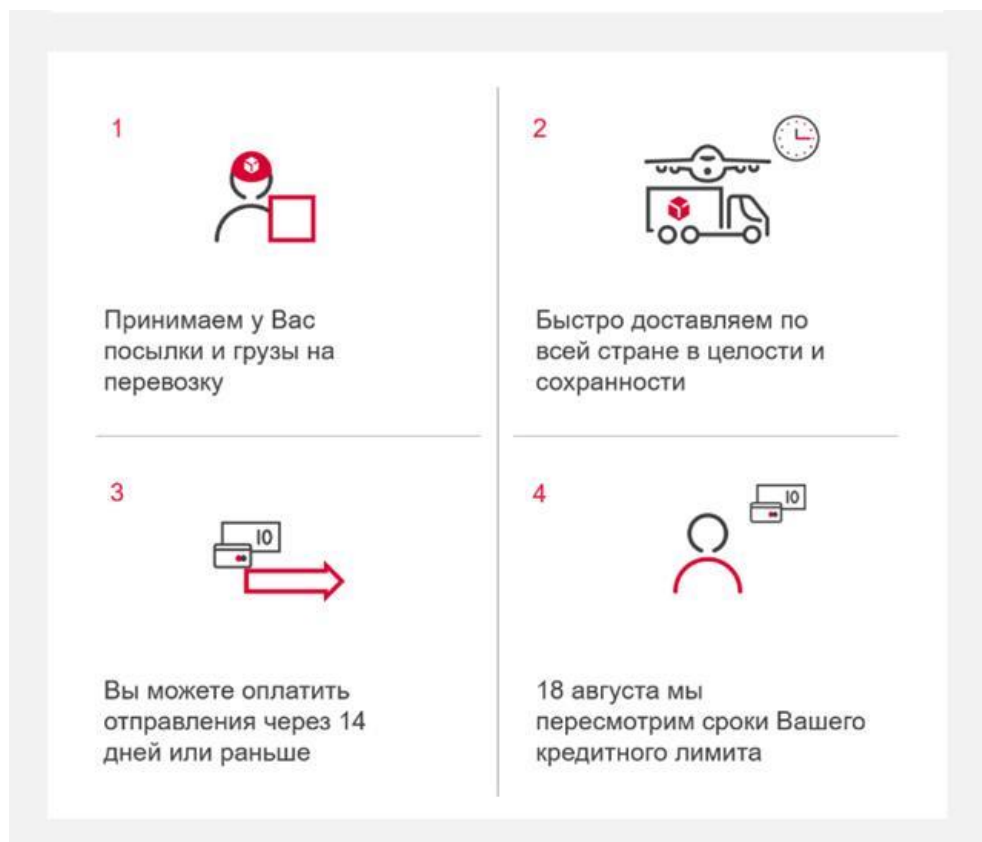
Акции для привлечения

1. Поддерживаем малый бизнес!

Для удобства наших клиентов сегмента B2B мы увеличили кредитный лимит до 14 дней. Теперь в 3 раза больше времени на оплату счетов!

Предложение действует до 18.08.2020г.

Как это работает:



#РАБОТАЕМДЛЯВАС

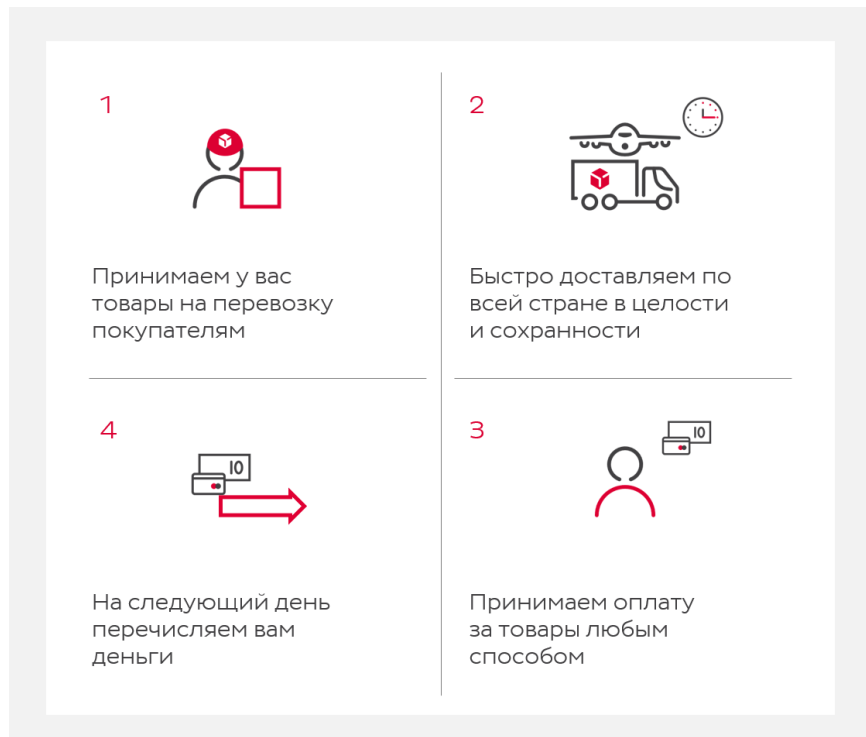
Поддерживаем
малый бизнес

УВЕЛИЧЕННЫЙ
СРОК
КРЕДИТНОГО
ЛИМИТА



Акции для привлечения

2. Суперпредложение для интернет-магазинов. Средства за проданные товары поступают на счет клиентов сегмента B2C ежедневно. Комиссия за перевод снижена и составляет 2,5% вне зависимости от формы платежа выбранной получателем. Не надо ждать платёжных дней! Предложение действует до 18.08.2020г. Как это работает:



#РАБОТАЕМДЛЯВАС

Суперпредложение для интернет-магазинов

**ЕЖЕДНЕВНЫЙ
ВОЗВРАТ
ДЕНЕГ**

КОМИССИЯ СНИЖЕНА!

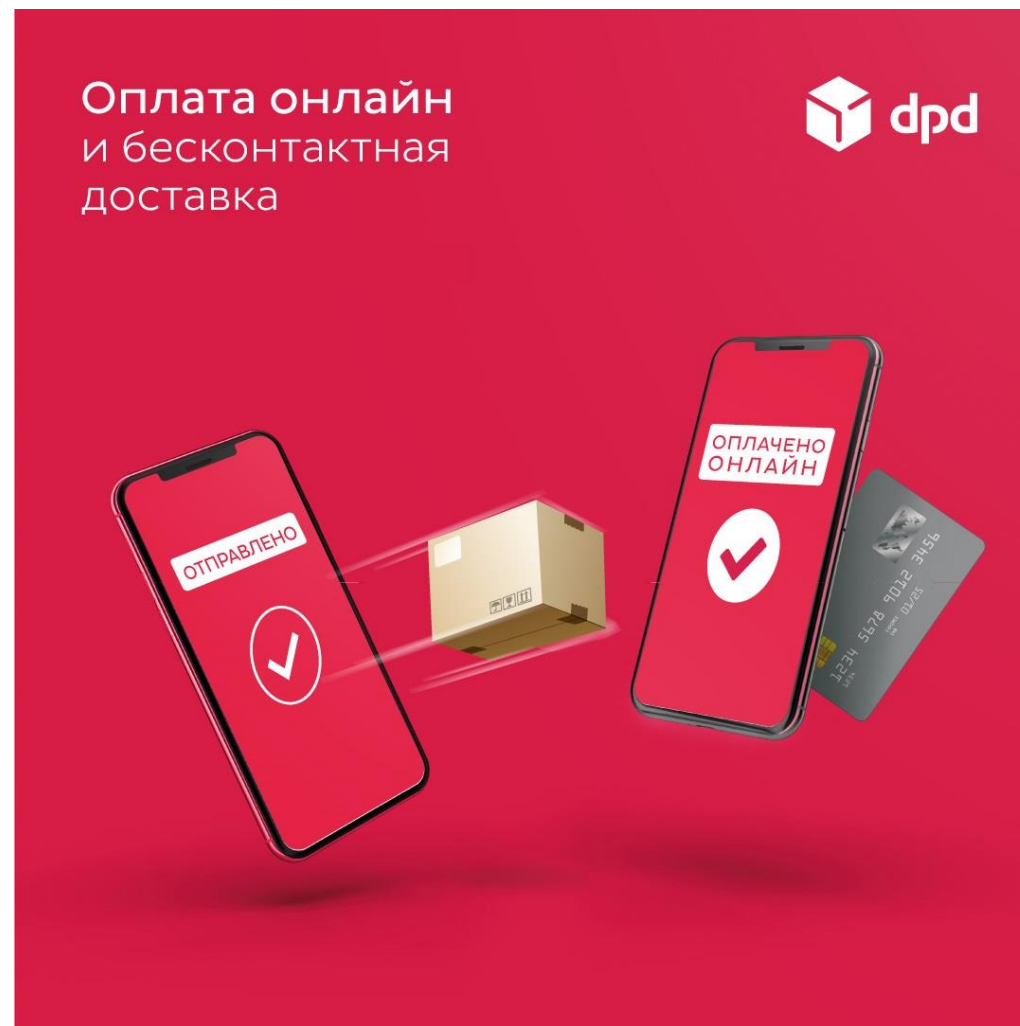


Дополнительно для привлечения

* Для сегмента B2C

Мы заботимся о безопасности наших клиентов и их покупателей, поэтому сделали доставку и оплату товаров максимально удобной!

- ✓ Получателю не нужно прикладывать карту к терминалу. В сервисе "Управление доставкой" можно **оплатить покупки онлайн**.
- ✓ Доставка без контакта. Курьер оставит заказ у двери, как только получатель сообщит ему пин-код, полученный после оплаты. Никаких паспортов и подписей!



Что не работает \ Нюансы работы с программой DPD

- ❑ Несмотря на то, что услуги мы предоставляем по всей РФ – не стоит вести трафик по специфичному \ узкотаргетированному гео, где ЦА представлена малочисленно («глухие» деревни, поселки и т.п.)
- ❑ Не привлекайте «холодный» трафик, не убеждайте пользователей регистрироваться ради разовой отправки – не вводите их в заблуждение.
- ❑ Не надо обещать клиентам бесплатные услуги и опции, только индивидуальные условия и действующие акции! Не предвосхищайте ожидания пользователей, критериев отбора клиентов для формирования уникальных тарифов слишком много.