

Po dziesięciu latach pracy i zainwestowaniu miliardów dolarów w zakończone powodzeniem przekształcenie spółki, UPS wdrożył program komunikacyjny, który ma pokazać, w jaki sposób firma wyprzedziła konkurencję oferując najszersze spektrum usług logistycznych w tej branży.

Program komunikacyjny, rozpoczęła kampania reklamowa w Stanach Zjednoczonych, Meksyku, Wielkiej Brytanii oraz w Chinach. Ma ona ukazywać możliwości spółki UPS w zakresie wykorzystania logistyki dla rozwoju i uzyskania przewagi konkurencyjnej na rynkach światowych, wśród przedsiębiorstw o dowolnym rozmiarze, działających w dowolnej branży oraz niezależnie od położenia geograficznego.

Kampania reklamowa została przygotowana przez firmę Ogilvy & Mather Worldwide. Kreatywne elementy platformy skupiają się na hasle „We ♥ Logistics”, które odzwierciedla pasję spółki UPS, z jaką zapewnia usługi transportowe i rozwiązania z zakresu łańcucha dostaw, dzięki którym klienci spółki zyskują przewagę konkurencyjną. Pierwsze reklamy wyemitowano 13 września w Stanach Zjednoczonych, Meksyku i Wielkiej Brytanii, a kolejne zostaną opublikowane 20 września – w Chinach. UPS planuje emitować swoje reklamy przy użyciu różnych rodzajów mediów, włączając w to prasę, telewizję oraz media cyfrowe, jak również niestandardowe rozwiązania reklamy zewnętrznej. Firma UPS będzie też wspierała swoją kampanię za pomocą różnorodnych kanałów mediów społecznościowych.

„Ludzie często myślą o logistyce w kategorii dostarczania towarów we właściwe miejsce o właściwym czasie”, powiedział Scott Davis, Prezes i Dyrektor Zarządzający UPS. „Jednak dzięki ponad stuletniemu doświadczeniu, UPS rozumie, że logistyka może być potężnym narzędziem, które umożliwia przedsiębiorcom wprowadzenie produktów na rynek przed konkurencją. Co więcej pozwala ona, także na zyskanie sprawności operacyjnej, dokonanie oszczędności i podwyższenie lojalności klientów. Zwłaszcza w warunkach współczesnej gospodarki, przedsiębiorstwa potrzebują przewagi, a biegłość logistyczna UPS ją zapewnia.”

Nacisk kładziony przez nową kampanię reklamową na logistykę odzwierciedla ewolucję UPS, która dokonała się zwłaszcza na przestrzeni ostatniej dekady. Od momentu wejścia na giełdę w 1999 r., firma UPS w sposób znaczący umocniła swoją pozycję na rynku, przede wszystkim dzięki przejęciu ponad 40 innych przedsiębiorstw. Wśród przejętych firm wymienia liderów branży transportu drogowego i lotniczego, agencje celne oraz firmy świadczące usługi w zakresie finansów i handlu międzynarodowego.

W rezultacie, relacje UPS z niektórymi jej klientami umocniły się i zaczęły obejmować szersze spektrum usług, niż tylko podstawowe usługi transportowe. Przykładem tego mogą być poniższe rozwiązania:

- Firma UPS utworzyła serwis naprawy laptopów dla znanego producenta komputerów, zatrudniając tam techników autoryzowanych przez spółkę. Zakład mieści się w pobliżu międzynarodowego węzła lotniczego Worldport w Louisville w USA. Daje to możliwość naprawy, renowacji i zwrócenia laptopów do właścicieli w ciągu maksymalnie 24 godzin, co pozwala firmie komputerowej spełnić wysokie oczekiwania jej klientów, dzięki dostosowaniu się do narzucanych przez nich terminów.
- Wiodące przedsiębiorstwo telekomunikacyjne powierzyło UPS wszystkie swoje operacje związane z dystrybucją towarów („zgromadź, zapakuj i wyślij”), pozwalając spółce na scentralizowanie 16 placówek zajmujących się przetwarzaniem zamówień i ich dystrybucją w jednej lokalizacji, oszczędzając w ten sposób czas kluczowy dla przetwarzania zamówień oraz pieniądze, a jednocześnie podnosząc poziom zadowolenia klientów ze świadczonych usług.
- Biznes prowadzony w sposób ekologiczny jest jednym z celów dla globalnego hurtownika książek. Spółka dążyła do zredukowania ilości papieru wykorzystywanego w swoim łańcuchu dostaw, i w związku z tym zwróciła się do UPS - swojego wieloletniego dostawcy - o pomoc. Firma UPS wdrożyła pierwsze na świecie rozwiązanie umożliwiające generowanie dokumentacji przewozowej na całym świecie w sposób cyfrowy, bez używania papieru. Dzięki temu partner biznesowy firmy logistycznej nie tylko osiągnął swoje cele środowiskowe, ale również zwiększył precyzyność

realizowanych dostaw, wprowadzając oszczędność czasu i pieniędzy.

„Dostawa paczek będzie zawsze podstawą naszej działalności. Jednak w dzisiejszych czasach firma UPS może robić o wiele więcej dla swoich klientów”, zauważył Davis. „Nasze rozbudowane rozwiązania logistyczne mogą ułatwić dużym korporacjom szybsze działanie, jak również zapewnić nawet najmniejszym firmom zasoby umożliwiające im konkutowanie w skali światowej. Nikt inny nie jest lepiej przygotowany do pomocy przedsiębiorstwom w wykorzystywaniu potęgi logistyki, niż właśnie firma UPS.”

UPS