**Paczki DHL w salonach Kolportera**

**DHL Parcel rozpoczął współpracę z największym w kraju dystrybutorem prasy. Przesyłki można odbierać w ponad 500 salonikach Kolportera, które włączone do sieci Punktów Obsługi Paczek DHL zwiększyły ich liczbę do 14 tysięcy. Integrację technologiczną DHL Parcel i Kolportera zapewniła firma Smart Points.**

Saloniki Kolportera są ulokowane w dobrze skomunikowanych miejscach, dzięki czemu klienci mogą do nich dotrzeć bez większych problemów. Można je znaleźć m.in. w centrach miast, w galeriach i pasażach handlowych, na dworcach PKP i PKS. Wszystkie placówki Kolportera mają długie godziny otwarcia. Dzięki temu są wygodnymi punktami odbioru przesyłek.

– Od około dwóch lat rozwijamy naszą działalność w tym zakresie, współpracując z dostawcami przesyłek i dużymi podmiotami e-commerce. Umowa z tak ważnym podmiotem, jak DHL Parcel to kolejny, duży krok w zakresie rozwoju saloników Kolportera jako punktów paczkowych. Co najważniejsze, jak wynika z prowadzonych przez nas analiz, ta część naszej działalności jest bardzo dobrze postrzegana przez klientów – mówi **Robert Szczepaniak, dyrektor marketingu Kolportera**.

Ponad 500 saloników Kolportera trafiło do sieci DHL POP (Punkty Obsługi Paczek), których liczba sięgnęła 14 tysięcy. DHL rozwija punkty samodzielnej obsługi paczek w duchu zmian, jakie zachodzą na rynku usług kurierskich w Polsce. W ciągu ostatnich trzech lat udział nadań i odbiorów poza domem (out of home delivery – OOH) w rynku paczek zwiększył się trzykrotnie. Według szacunków Last Mile Experts (Polish CEP Report 2021) obecnie ponad 37 proc. paczek doręczanych jest do punktu obsługi, a niemal 12 proc. z niego nadawanych. Jednocześnie zmniejszył się udział dostaw paczek do domu. Trzy lata temu 77 proc. paczek kurierskich było przewożonych w modelu od drzwi do drzwi. Obecnie jest to 55 proc.

– Klienci oczekują pełnej swobody i elastyczności od firm kurierskich w obszarze doręczeń przesyłek. Coraz częściej decydują się na dostawy w systemie Out Of Home, dzięki czemu swoje zakupy mogą odbierać w najbardziej dogodnym dla siebie czasie i miejscu. Jak wynika z badania, przeprowadzonego przez DHL Parcel, na reprezentatywnej grupie internautów, blisko 40 proc. e-konsumentów wskazało czynnik samodzielnego odbioru, jako decydujący przy wyborze firmy kurierskiej. Możliwość odbioru przesyłki w systemie Out Of Home jest bardziej istotna dla Klienta, niż koszt i czas dostawy – mówi **Michał Żurański, Menedżer ds. Operacji i Rozwoju OUT OF HOME w DHL Parcel Polska.**

Należy spodziewać się dalszego umacniania tendencji do nadań i odbiorów paczek poza domem, dlatego rozwój sieci POP będzie kontynuowany. Według wyliczeń DHL Parcel 85 proc. klientów potrzebuje mniej niż 5 minut na dotarcie do punktu z miejsca pracy lub zamieszkania. POP-y umiejscowione są w największych sieciach handlowych, takich jak Żabka i Lidl, ale także ABC, Biedronka, czy Kaufland oraz na markowych stacjach paliw – Shell i Moya.

Gęsta sieć nie jest jedyną zaletą POP-ów. Równie ważne są inne korzyści, które powodują, że klienci chcą z nich korzystać. POP-y DHL zapewniają najdłuższy, bo 7-dniowy czas na odbiór przesyłki, dodatkowo w długim przedziale czasowym, np. w większości Żabek można to zrobić od szóstej rano do godziny przed północą. Jeszcze korzystniej wygląda to na stacjach Shell, które zazwyczaj czynne są całą dobę.

Kolejnym udogodnieniem jest zapewnienie wyboru w zakresie rozliczenia przesyłki za pobraniem. Klienci mają do wyboru płatność kartą lub gotówką w 9,5 tysiąca punków. Warto wspomnieć o jeszcze jednej zalecie POP-ów. Punkty w sklepach czy na stacjach benzynowych zapewniają stałą temperaturę przechowania co w przypadku niektórych produktów, np. kosmetyków, elektroniki czy leków OTC ma znaczenie.

Według badania NPS Punkty Obsługi Paczek notują najwyższy poziom polecenia w branży, który wynosi ponad 76 punktów, mierzonych tym wskaźnikiem.

Integrację technologiczną DHL Parceli Kolportera zapewniła firma Smart Points.

– Integrację technologiczną i oprogramowanie, umożliwiające współpracę między Kolporter i DHL zapewniła firma Smart Points. W oferowanym przez nas rozwiązaniu gramy w jednym zespole z przewoźnikami i sklepami detalicznymi, aby jak najlepiej wyjść naprzeciw oczekiwaniom konsumentów

e-commerce. Sieć punktów nadawczo-odbiorczych (tzw. PUDO), którą w ten sposób tworzymy, to swoisty pomost pomiędzy światem online i offline, dzięki któremu wszyscy odnoszą korzyści. Konsumenci zyskują możliwość wyboru lokalizacji odbioru wg swoich (często bardzo indywidualnych) kryteriów, przewoźnicy optymalizują swoje sieci dostaw, a sklepy przyciągają klientów, zyskując szansę na dodatkowy przychód ze swojej podstawowej działalności – wyjaśnia **Wojciech Kliber, członek zarządu Smart Points.** Podkreśla, że zgodnie ze statystykami nawet 40% klientów e-commerce, odbierających lub nadających swoje przesyłki w sklepie stacjonarnym, dokonuje przy okazji dodatkowego zakupu.

**DHL Parcel** w Polsce zapewnia szeroki zakres krajowych i międzynarodowych usług kurierskich. Firma oferuje także rozwiązania logistyczne dla branży e-commerce. DHL Parcel Polska jest częścią Deutsche Post DHL Group, globalnego koncernu działającego w branży przesyłek kurierskich oraz logistyce. DHL działa w ponad 220 krajach i zatrudnia blisko 400 tys. osób na całym świecie. Koncern dostarcza ponad 1,6 mld przesyłek rocznie.

**Kolporter** jest największym dystrybutorem prasy w Polsce (udział w rynku to około 62%). Oferuje obsługę punktów handlowych i sieci sprzedaży oraz świadczy usługi logistyczne i reklamowe. Spółka jest właścicielem sieci ponad 500 saloników Kolportera, które rocznie odwiedza ok. 50 milionów klientów. Kolporter współpracuje z ponad 1000 wydawnictw prasowych, obsługuje około 21 000 punktów sprzedaży. W jego ofercie znajduje się ponad 5000 tytułów prasy polskiej i zagranicznej, książki i wydawnictwa pozaprasowe, które dostarczane są do ponad 4000 miejscowości na terenie kraju. Rocznie Kolporter dostarcza blisko miliard egzemplarzy gazet i czasopism. Kolporter korzystał już do tej pory z technologii Smart Points, oferując w swoich punktach usługę odbioru oraz nadawania przesyłek od firm kurierskich. Dzięki poszerzeniu współpracy o obsługę przesyłek DHL, sieć saloników prasowych może korzystać z jednej intuicyjnej aplikacji do obsługi wielu przewoźników, bez konieczności ponoszenia kosztownych inwestycji w sprzęt i wyposażenie. Integracja systemów uspójniła procesy oraz usprawniła i przyspieszyła obsługę przesyłek w punktach własnych Kolportera.

**Smart Points** – to platforma oferująca kompleksowe rozwiązanie usług e-logistycznych, które łączy w sobie wszystkich uczestników tego procesu, od odbiorcy po zarządcę sieci. Głównym celem firmy jest wsparcie last mile na każdym etapie: firmy kurierskiej, sieci handlowej, oraz Konsumenta. Smart Points współpracuje m.in. z DHL, Allegro, GLS, FedEx, Kolporterem oraz innymi sieciami detalicznymi. Smart Points Sp. z o.o. to platforma, której założycielami są właściciele [Sendit.pl](http://sendit.pl/) i [Bliskapaczka.pl](http://bliskapaczka.pl/). Firma działa na rynku od października 2019 roku.