

PROJEKTPRÄSENTATION

DISCOVER LOGISTICS



DISCOVER LOGISTICS - EINE INITIATIVE ZUR STÄRKUNG DES KONZERNS ALS ARBEITGEBERMARKE



- Ziel von Discover Logistics ist die Stärkung des Konzerns als bevorzugter Arbeitgeber im Bereich Logistik
- Die Initiative **richtet sich an Studenten, Hochschulabsolventen und Berufseinsteiger**
- Basis von Discover Logistics ist eine **Internet-Plattform**
- Discover Logistics wird von einer **umfassenden Marketing- und PR-Kampagne** unterstützt
- Die laufende Initiative Discover Logistics besteht aus zwei Elementen:
 - **Logbook** – das interaktive Logistik-Kompendium
 - **DHL Fast Forward** – die erste weltweite Business-Simulation in der Logistik

DIE BESTANDTEILE VON DISCOVER LOGISTICS

www.dhl-discoverlogistics.com



Logbook – das Logistik-Kompodium

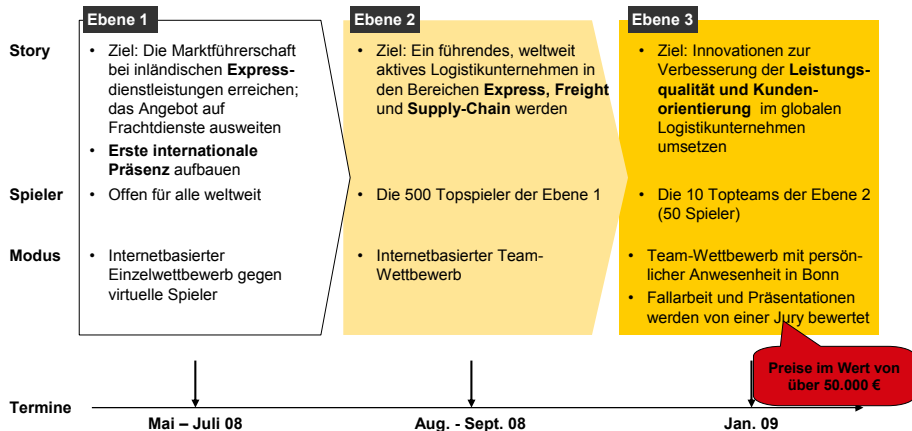
- enthält umfangreiche Informationen über die Logistikbranche sowie aktuelle Trends und Innovationen,
- dazu interaktive Grafiken, Animationen, Tests und ein umfassendes Logistik-Glossar,
- ergänzend dazu werden persönliche Profile von DHL-Mitarbeitern vorgestellt (Videos, Fotos, Interviews).



DHL Fast Forward – die Simulation des Logistik-Geschäfts

- stellt die Mitspieler vor die Aufgabe, einen kleinen Expressdienstleister zu einem weltweit tätigen Logistikunternehmen zu entwickeln,
- verlangt von den Mitspielern strategische und operative Managemententscheidungen,
- enthält Einzel- und Teamübungen,
- wird in drei Stufen gespielt, zwei davon online und die letzte mit persönlicher Anwesenheit.

DHL FAST FORWARD STORYLINE UND ABLAUF



MARKETING & PR-AKTIVITÄTEN UND ERSTE ERGEBNISSE

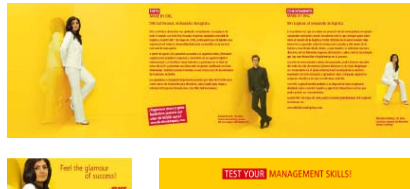
Marketing & PR-Aktivitäten

- Online-Banner in 10 Ländern¹⁾
- Poster und Flyer (Deutsch, Englisch, Spanisch) für Hochschulen weltweit
- Starke Medienpräsenz in Zeitungen, Zeitschriften usw.
- Anzeigenwerbung
- Kooperationen, z.B. mit Financial Times Deutschland, AIESEC, Entrypark
- Artikel auf der DPWN-Website und im Intranet
- 70.000 E-Mails an DPWN-Bewerberpool
- Optimale Nutzung der internen Kontakte zu HR, Kommunikation und First Choice

Web-Statistik²⁾

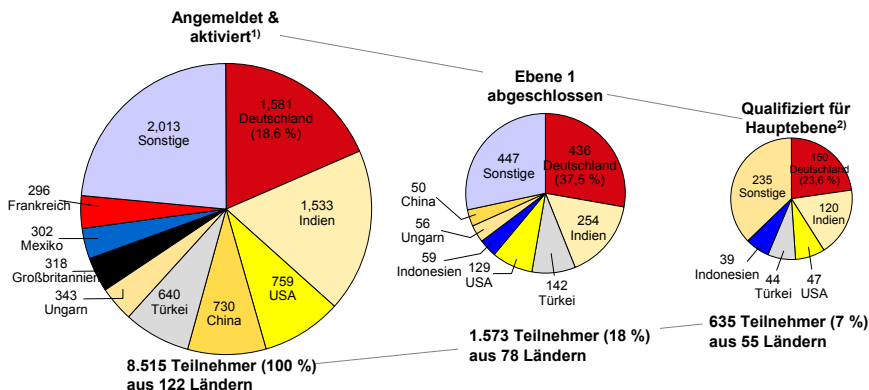
317.200 Besuche seit dem 1. Mai 2008
Ø **10.900 Besuche / Tag**

Zum Vergleich
www.GQ.com:
262.200 Besuche / Monat



1) Belgien, China, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Indien, Mexiko, Polen, Russland, Türkei; 2) Stand: 29. Mai 2008

STAND NACH LEVEL 1 – DHL FAST FORWARD: NUTZERÜBERSICHT



Das Wichtigste:

- 635 Spieler qualifizierten sich für die Hauptebene (Minimum: 500)
- Zielerreichung bei internationalen Spielern: nur 24 % der Qualifizierungen für die Hauptebene aus Deutschland
- Die hohe Zahl der registrierten Nutzer aus China resultiert nicht gleichzeitig in einer hohen Zahl von Qualifizierungen für die Hauptebene (nur 17)

Quelle: TATA Interactive vom 21. Juli; 1) angemeldete Spieler, die ihren Account aktiviert haben; 2) Spieler, die ihr persönliches Profil ausgefüllt haben und die Zielgruppenkriterien erfüllen

DISCOVER LOGISTICS – DHL FAST FORWARD FEEDBACK

DHL Fast Forward 1st Level

"...let you know how much I have enjoyed this competition thus far. I work in Logistics ... and have recommended this competition to many of my colleagues"

"Allgemein finde ich die Simulation sehr gut ausgearbeitet, und mir persönlich hat es Spaß gemacht daran teilzunehmen."

"...realistisch und praxisrelevant... Größen wie Kosten für Depot Operators lassen sich nachvollziehen"

"...in den ersten beiden Runden wird der Spieler vom Informationsgehalt etwas überfordert."

"...very realistic. The simulation challenges you, it is necessary to develop strategies..."

"...man braucht einige Runden, bis man sich in alles hereingearbeitet hat."

1) Sources: frequent players, TATA

DHL Fast Forward 2nd Level

One team manages the communication between Asia, Europe and the United States by sticking to a designated time when they can all meet: 14.00 UTC. They use yahoo messenger and discussion forums as a virtual conference room for holding their meetings.

In the Main Level, team work is vital: says that he appreciates the experiences he has made during working in a team – a team which has helped him gain new insights into management and logistics.

Some Participants say that Fast Forward has strengthened their ability to make economic decisions, and the environment provided seems like a real-world company.

We have a team leader who coordinates and sets meetings. Aside from that, we rotate roles every round, but everyone is free to contribute and suggest in any of the decisions to be made.

Yes, I have read the Logbook and its very informative

Gehen Sie zu
www.dhl-discoverlogistics.com
und entdecken Sie die Logistik für
sich!