

Agente de carga de China a EE. UU. Aeropuerto Internacional de Miami Atlanta tarifa aérea látex

Oferta al menos 3 soluciones logísticas

ahorrar costo Por lo menos 5% para el cliente

Sunny Worldwide Logística (SZ) Ltd

El transporte marítimo

(De China a todo el mundo)

- [1] Más de 20 años de experiencia en transporte de carga
- [2] 3000 socios de la alianza en todo el mundo
- [3] 100 personal de logística profesional
- [4] Ningún accidente a menos que ocurra un desastre natural
- [5] Cuidar la carga más que el dueño

Nuestro excelente servicio de transporte marítimo está ayudando a los clientes con sus compras desde China a todo el mundo, garantizando una entrega rápida, segura y eficiente.

DOS servicios de transporte marítimo

[1] FCL (Carga de contenedor completo)

Contenedor de 20 pies, 40 pies, 40 HQ, 45 HQ

[2] LCL (menor que contenedor)

Carga a Granel, Carga Suelta

Antes de la consulta, confirme qué forma elige.

Sunny Worldwide Logística Tiempo de envío

	EE.UU	EUR	Japón	Canadá	Australia	Otro país
Flete Aéreo	Aerolínea: EK AA PO CA HU NH EY OZ BY.ect, aeropuerto a aeropuerto o aeropuerto más entrega					
Logística de Amazon (DDP)	5-6 días	6-7 días	4-5 días	6-7 días	5-6 días	ninguno

Expresar	2-3 días	2-3 días	2-3 días	3-4 días	2-3 días	4-5 días
Transporte Marítimo (DDP)	18-22 días	20-25 días	18-25 días	18-25 días	Puerto a puerto o envío y entrega	
Ferrocarril	ninguno	15-25 días	ninguno	ninguno	ninguno	consulta por favor

Consejos cálidos: el tiempo de envío anterior es solo para su información.

Exhibición de carga fotográfica



NOSOTROS y la historia del cliente

—Por Nuestra Voz—

La vida nunca está a la altura de las personas que trabajan duro, nunca sabes qué sorpresas te preparará enfrente. Han pasado casi 5 años desde que conocí a Carmine. El 5 de mayo de 2014, un día ordinario no puede ser ordinario, pero nadie puede pensar en él. ¿Cuánto tiene la carrera comercial de este cliente, la confianza en mí y mi vida futura?



Recibí un correo electrónico de consulta del cliente esa tarde y me pidió un lote de *envío de lápiz labial desde Xiamen a los Estados Unidos*. Siempre cité al cliente como de costumbre, pero los cosméticos no son productos comunes y dichos productos se envían por vía aérea, necesidad de proporcionar MSDS, se requiere identificación de transporte aéreo. Además, para las fábricas exportadoras, deben proporcionar una declaración de información, los productos cosméticos del continente deben estar sujetos a inspección de productos. Cuando hice la cita, conscientemente le recordé al cliente esta información, pero el cliente no la entendió. Le pedí al cliente que primero me diera la información de contacto del proveedor. Lo entendí claramente y luego le di retroalimentación. Me dio la información de la fábrica. Sin embargo, la información del lado de la fábrica no se pudo proporcionar en absoluto. Inmediatamente le di otra solución a *tire de las mercancías a Shenzhen y vuela desde Hong Kong*. El primer boleto del cliente se arregló muy bien, todo salió bien y el cliente quedó muy satisfecho con mi profesionalismo y nuestra puntualidad.



Sin embargo, la fábrica envió muestras y pedidos de clientes de productos grandes. Después de recibir los productos, los productos no estaban en la versión correcta. La calidad de los productos grandes y las muestras estaba mucho de ser la misma. Me temo que a principios años, las empresas comerciales eran de mala calidad con el fin de hacer dinero. No es inusual. Como resultado, el producto del cliente se vendió y se recibió una gran cantidad de quejas de los clientes, e incluso la empresa del lado del cliente era insostenible. Así que ayudé al cliente, siempre me comuniqué con la fábrica, asistí, esperaba ayudar al cliente a obtener la solución de la fábrica o recuperar algunas pérdidas, la empresa puede entender, pero el concepto del jefe es diferente, ella no tiene una decisión y finalmente Eso el negocio está en el medio, y siento que el jefe que no es honesto con esto no tiene futuro, y debido a esta disputa, dejó la empresa. Aunque este asunto no terminó con los resultados que Carmine y yo queríamos, sino porque he estado haciendo todo lo posible para ayudarlo y asistir, el cliente me está muy agradecido, por otro lado, la confianza y el cariño que me ha tenido, aumentado considerablemente. Luego, el cliente comienza a buscar un nuevo proveedor, encuentra un nuevo proveedor, la dirección registrada, la escala y el capital registrado del proveedor, permítame ayudarlo a revisar, también tengo varias llamadas y negocios correspondientes, video para comprender el tamaño de la fábrica, el tamaño de la empresa y, en última instancia, elegir una fábrica con una calificación particularmente buena. La fábrica ha estado trabajando con los clientes desde entonces y nunca ha cambiado de proveedor.



Como el cliente es un intermediario, sus productos también se venden a otros clientes. Le pregunté por qué nos eligió. Dijo que hay los siguientes puntos que me hacen sentir conmovido y admirado:

- 1) Transporte de cosméticos, envío de MSDS y transporte aéreo Para proporcionar identificación de transporte, el despacho de aduana de destino de EE. UU. debe ser una declaración de la FDA, y hay más requisitos, pero tengo experiencia y somos muy profesionales.
 - 2) Como intermediario, cada cliente tiene un contrato con su comprador y tiene una fecha de entrega. Una vez excedido el plazo de entrega, tendrá una elevada indemnización por daños y perjuicios. Confía en mí y confía en nuestra profesión.
 - 3) El costo de transporte no es particularmente grande para sus pedidos. Sus mercancías no solo se encuentran en Estados Unidos, sino también en Reino Unido, Francia, Polonia, Canadá y Australia. Tiene un agente chino a tiempo completo, me dan todos los planes de envío, le daré a cada boleto los requisitos de almacenamiento, despegue, llegada, tiempo de entrega, para el cliente, él atraca, verifica el progreso de la orden es muy conveniente. Muy libre de preocupaciones, entonces puede ahorrar más energía en las ventas de sus productos, para hacer que la marca, las ganancias sean más altas.
 - 4) Cualquier pedido, su límite de tiempo, podemos darle la mejor solución. En particular, recordó que una vez tuvo dos contenedores de mercancías, un *Brillo de labios 40HQ* y *lápiz labial 20GP* fueron enviados a un almacén en Charlotte, EE. UU. De acuerdo con el tiempo normal de envío, normalmente es 38 después de que se abre el barco. Se tarda 40 días en enviar al almacén. Además, esto todavía se basa en el puerto del barco, el barco está abierto, el puerto es muy puntual, el puerto de salida, el puerto de destino no tiene ningún límite de tiempo para la inspección aduanera.
- Sin embargo, el límite de tiempo para los pedidos de los clientes es de solo 25 días. Si los dos contenedores se transportan por aire, el costo es particularmente alto. Si el envío normal no está disponible, ayudaremos a los clientes a *enviar desde Ningbo a Los Angeles durante 14 días*, luego organice el camión directamente. El gabinete US West LA, los dos conductores se turnaron y el automóvil especial se envió al almacén del cliente en Charlotte durante 6 días. El cliente estaba particularmente agradecido por esta solución, que le ahorró mucho dinero y lo ayudó a resolver el problema. Desde entonces, todos los pedidos de los clientes se permiten directamente en la fábrica en contacto conmigo para organizar la entrega, e incluso los gastos de envío no se solicitan por adelantado, yo facturé directamente en el pasado, después de que se completó la entrega, el pago se hará a fin de mes.



También es la experiencia de trabajar con este cliente, me permite pensar más y más profundamente sobre la dirección de mi negocio.

- 1) Piense en el problema desde el punto de vista del cliente, piense en lo que el cliente quiere y agregue más valor agregado para usted, de modo que pueda convertirse en un papel insustituible del lado del cliente.
 - 2) Tenemos nuestros propios agentes estadounidenses de primera mano en 50 estados de EE. UU. Cualquier envío a EE. UU., lo pueden hacer otros, lo podemos hacer mejor, y es la mejor solución logística, debemos tener confianza en nuestros clientes.
 - 3) Profesional, no solo hablar de eso, necesita saber lo que le importa al cliente y aprender a ayudar al cliente a resolver sus inquietudes e inquietudes.
 - 4) Podemos proporcionar al menos 3 clientes de EE. UU. que cooperen con nosotros, de modo que los nuevos clientes puedan comunicarse directamente con nuestros clientes cooperativos de EE. UU. para conocer los servicios de nuestra empresa y permitir que los clientes se sientan verdaderos y poderosos.
 - 5) Aprenda de los clientes, aprenda la sabiduría comercial de los clientes, comparta con otros clientes nuevos, guíe a los clientes, encuentre clientes que compartan sus intereses y haga pedidos fáciles y sin preocupaciones, demasiado descuidados, lentos y laboriosos. Clientes, no lo hagan.
 - 6) Comparta con usted la vida real en la vida, deje que el cliente sepa más sobre usted y aumente la viscosidad del cliente.
- Carmine y yo somos socios comerciales, amigos en la vida, recordando estos cinco años, debemos ser logros mutuos. Él consiguió lo que quería y yo hice lo que quería hacer. Le estoy agradecido por no cuánto dinero me hizo. En cambio, aprendí mucho y me hizo sentir más cómodo en el desarrollo de nuestro mercado estadounidense y clientes estadounidenses. Este año, nuestra tasa de rotación del mercado de EE. UU. llegó a 80.3 %, nuestro objetivo es que mientras el cliente nos conozca, ya no quiera otros transitarios.

Muchas gracias por leer nuestra historia.

Pruebe nuestro servicio de carga