

DIMITRI WAMS EN CARLOS MENDES AGUIAR

# ONDERNEMERS HELPEN MET ONDERNEMEN

POSTNL WERKT SAMEN MET ZO'N 200.000 ZAKELIJKE KLANTEN, EN MET VELEN VAN HEN AL JARENLANG. DIT LEVERT ZEER VEEL KENNIS, ERVARING EN DATA OP, WAARMEE DIENSTEN CONTINU WORDEN VERBETERD OM AAN DE KLANTBEHOEFTE TE VOLDOEN – ESSENTIEEL VOOR DE AMBITIE OM IEDERS FAVORIETE BEZORGER TE ZIJN.

Gemiddeld bezorgt PostNL 8 miljoen poststukken per dag in Nederland en 1,2 miljoen pakketten in de Benelux. Dat is nog los van pakweg 100.000 speciale zendingen. “Denk aan koelkasten, medicijnen of bloemen”, zegt Carlos Mendes Aguiar, commercieel directeur Pakketten. “6,8 miljoen consumenten krijgen berichten over hun bestelling in onze app, waarbij ze voorkeuren kunnen aangeven. Ook hebben we 200.000 zakelijke klanten. Ons contact met verzenders en ontvangers levert ons veel kennis en data op, waarmee we onze processen optimaliseren.”

## NU-ECONOMIE

De behoeften van klanten en consumenten veranderen sterk. “We leven in een nu-economie”, stelt Mendes Aguiar vast. “Hoewel er in Nederland al zeer snel wordt geleverd, willen consumenten hun bestelling nog sneller hebben. Neem het verschijnsel flitsbezorgers. Onze klanten vragen zich af wat deze trend voor hun

bedrijf betekent. Wij helpen hen proactief met relevante oplossingen, zoals tijdige en betrouwbare verzend- en leveringsinformatie, optimale customer journeys en topservice. Zo bieden we passende oplossingen die voldoen aan de hoge verwachtingen.”

## INTEGRALE OPLOSSINGEN

“Door de verwachtingen van consumenten leggen ondernemers voor zichzelf de lat steeds hoger”, merkt Dimitri Wams, directeur Logistiek. “Tijdens de covidpandemie zijn retailers hun gesloten winkels gaan gebruiken als voorraadlocatie. Hierop zijn we ingesprongen met een ‘Ship from store’-concept, om de distributie vanuit winkels mogelijk te maken. Toen retailers weer opengingen, zijn ze dit blijven doen. Met dit concept vervagen de grenzen tussen online en offline en sluiten onze klanten steeds dichterbij de wensen van de consument. Ook kunnen klanten meubels en apparatuur niet alleen bij de consument thuis laten bezorgen, maar ook >







## ‘DAT IS HET POSTNL VAN DE TOEKOMST: NOG DUURZAMER, DIGITALER EN FLEXIBELER’

we bijvoorbeeld slimme, volautomatische pakketkluisen. In 2024 moeten er 1500 door heel Nederland staan.”

### DUURZAAMHEID

“Consumenten willen hun pakje zo duurzaam mogelijk bezorgd krijgen”, aldus Mendes Aguiar. “We rijden daarom steeds meer elektrisch, bezorgen meer op de fiets en vervangen fossiele brandstoffen door duurzame alternatieven. Op al onze sorteercentra liggen zonnepanelen. Waar we nog geen CO<sub>2</sub> kunnen reduceren, compenseren we die. Op die manier garanderen we dat we alle pakketten van deur tot deur met netto nul CO<sub>2</sub> bezorgen. In 2025 willen we in 25 binnensteden uitstootvrij bezorgen, en uiterlijk in 2030 bezorgen we alle pakketten en brieven in de Benelux in de ‘last mile’ uitstootvrij.”

“Dat is het PostNL van de toekomst: nog duurzamer, digitaal en flexibeler”, vat Wams samen. “Vanaf 2022 gebruiken we de Net Promoter Score als onze belangrijkste klanttevredenheidsindicator. Deze en vele andere ontwikkelingen zullen ons helpen om die verder te verhogen.” <

> laten monteren of installeren. Daarna nemen we het verpakkingsmateriaal weer mee terug. Zo bieden we steeds meer gemak in één oplossing.”

### FULFILMENT

Sinds enkele jaren verzorgt PostNL voor steeds meer zakelijke klanten ook fulfilment, aldus Wams. “Na een bestelling door de consument verzorgen we de complete webshoplogistiek, van voorraadbeheer tot en met eventuele retouren. Doordat klanten alle smaken kunnen aanbieden, hebben ze een stabiele dienstverlening en kunnen ze harder groeien en makkelijker opschalen.”

“Zo stellen we middelgrote en kleine partijen in staat om in alle kanalen dezelfde oplossingen aan te bieden als grote bedrijven”, vult Mendes Aguiar aan. “Met een late cut-offtijd, zodat wat voor middernacht wordt besteld de volgende dag al wordt bezorgd. De webshop kan ook kiezen voor bezorgen in de avond of door de brievenbus. Allemaal vanuit één centrale voorraad.”

### ROBOTISERING

“Fulfilment is een verregaand gerobotiseerd pick-and-packproces”, aldus Wams. “Dit maakt het schaalbaar en van een structureel hoge kwaliteit. Ook daardoor is uitbesteed fulfilment voor mkb-e-commercepartijen steeds populairder. De robotjes zijn 24/7 inzetbaar. Dankzij IT-algoritmen werken ze steeds beter en efficiënter. Behalve robotisering in fulfilment hebben we in Nieuwegein een sorteercentrum geopend waar 175 robots elke dag pakjes tot schoenendoosformaat verwerken. Onze mensen doen als operator de toegevoegde-waardediensten, terwijl de robots de repeterende taken uitvoeren.”

PostNL digitaliseert door de hele organisatie heen processen om ze verder te kunnen verbeteren en vereenvoudigen. “We maken gebruik van realtime, datagedreven besluitvorming in een slimme en softwaregestuurde supply chain”, vervolgt Wams. “Zo kunnen we ons leveringsproces sneller, betrouwbaarder en flexibeler maken. Sinds vorig jaar installeren



Meer informatie