

WOUTER NEDERKOORN, PATRICK AKERBOOM EN BAS FRAANJE

# DYNAMISCH VERLENGSTUK VAN DE KLANT

**MET EEN GLOEDNIEUW CONCEPT BESTRIJKT DSV EEN GROOT DEEL VAN DE MARKT VOOR E-COMMERCE. DE LOGISTIEKE WERELDSPELER BIEDT NAAST MAATWERKOPLOSSINGEN OOK EEN PLUG-AND-PLAY OPLOSSING VOOR EEN BREED SCALA AAN KLANTEN, VAN GROOT TOT KLEIN. "ONDERNEMERSCHAP IS BIJ ONS LAAG IN DE ORGANISATIE BELEGD."**

Het zijn duizelingwekkende cijfers die Bas Fraanje oplepelt. Op steenworp afstand van het huidige DSV Multi-Channel Fulfilment in Moerdijk staat DSV op het punt om een nieuw warehouse te bouwen met een oppervlakte van meer dan 200.000 vierkante meter. Dit distributiecentrum voldoet niet alleen op het gebied van hard- en software aan de modernste eisen; met het warehouse gaat DSV op voor het duurzaamheidscertificaat BREEAM Excellent. "Zowel voor onze klanten als voor onszelf is duurzaamheid een prioriteit", zegt Fraanje, die als regiodirecteur verantwoordelijk is voor de bouw van het nieuwe warehouse. "Als DSV hebben we recent onze ambities verhoogd om tegen 2050 een CO<sub>2</sub>-neutrale uitstoot te bereiken in al onze activiteiten. Dat we dicht bij de haven van Moerdijk liggen, maakt het bovendien mogelijk om goederen duurzaam te vervoeren."

## PLUG-AND-PLAY

Moerdijk is een van de mondiale locaties die de wereldwijde leverancier van logistieke diensten heeft aangewezen als hub in een netwerk voor een nieuwe plug-and-play propositie op het gebied van e-commerce. "DSV heeft heel







## 'OOK KLANTEN MET 100 OF 200 ORDERS PER DAG KUNNEN WE NU PERFECT BEDIENEN'



DEEL ONLINE

moeten opschalen. “Het mooie van DSV is dat ondernemerschap heel laag in de organisatie wordt belegd. De lijnen zijn kort en we kunnen snel beslissen. Onze klanten merken dat iedere dag.”

Bas Fraanje herkent die geest van entrepreneurship. “Dat zie je ook bij de ontwikkeling van deze plug-and-play oplossing. We gaan eerst warehouses bouwen en inrichten, en pas daarna gaan we op zoek naar klanten. Op die manier lopen we altijd voorop.”

### VALUE ADDED SERVICES

Retailers, webwinkels en andere klanten kunnen bovendien profiteren van het feit dat DSV mondiaal opereert, zegt Wouter Nederkoorn. “Steeds meer klanten hebben ambities over de grens. Wanneer jij als Nederlands bedrijf je spullen in Spanje, Duitsland of Denemarken wilt verkopen, dan is dat in een mum van tijd geregeld. Die crossborder infrastructuur ligt er namelijk al.”

De nieuwe oplossing mag dan standaard zijn, er is wel degelijk een optie voor aanvullende diensten. Nederkoorn: “We beginnen met een paar value added services, zoals de mogelijkheid om je product te laten inpakken of te personaliseren, maar kunnen dat snel uitbreiden. Juist met die extra's kun je je onderscheiden, want in deze markt komt de nadruk steeds meer te liggen op service en een optimale customer journey voor de eindklant. In die zin kun je stellen dat de markt voor e-com nu echt volwassen aan het worden is.”

duidelijk de ambitie om meer omzet en volume te genereren in deze markt”, legt Global Business Development Director E-commerce Wouter Nederkoorn uit. “DSV is van oudsher goed in het op maat bedienen van de allergrootste spelers. Ter illustratie: voor een internationale cosmeticaketen handelen we 200.000 units per dag af. Maar voor de middelgrote en kleinere partijen waren we minder goed toegerust. Dat is nu veranderd.”

Met de nieuwe oplossing komen klanten in een gespreid bedje terecht: van de manier van opslaan en het orderpicken tot de kwaliteitscontroles en de rapportages aan de klant – doordat alles *fixed* is, kan DSV topkwaliteit en snelheid leveren tegen een scherpe prijs. “Deze oplossing is niet alleen geschikt voor klanten die vele duizenden zendingen per dag doen; ook bij honderd of tweehonderd orders per dag kunnen wij hen nu perfect bedienen”, zegt Nederkoorn.

### GEZICHT VAN DE KLANT

Nieuw is dit alles allerm minst, want in Moerdijk kennen ze het klappen van de zweep als het

om ‘e-fulfilment’ gaat. Als Senior Manager is Patrick Akerboom namelijk verantwoordelijk voor DSV Multi-Channel Fulfilment. “Bij e-fulfilment zit het vakmanschap in het feit dat je weet wat de customer journey en de tone of voice van jouw klant zijn. Je bent in feite het gezicht van de klant. Als de eindgebruiker dat beloont met minimaal een 4,8 op een schaal van 5 op Trustpilot, zijn wij tevreden.”

Dat gezicht van de klant zijn komt bij uitstek tot uiting in een-op-eencontact via een klantenservice. Akerboom: “In feite wil je dat de eindgebruiker niet merkt dat de logistiek én klantenservice uitbesteed zijn. Met meer dan vijftig nationaliteiten werkzaam binnen DSV staan onze agents klanten in elke gewenste taal te woord – wij DSV'ers zijn nu eenmaal erg meertalig. Waar we daarnaast heel goed in zijn, is dat we klanten online via Power BI realtime inzicht geven in wat er met hun producten en dus klanten gebeurt.” DSV heeft het vak in de vingers, wil Akerboom maar zeggen. Maar wil je meer klanten van diverse pluimage kunnen bedienen – zoals de ambitie is – dan zul je