

SPECIALIST IN VERZENDOPLOSSINGEN

Wie bij MyParcel in Hoofddorp op bezoek komt, kan het niet ontgaan: dit bedrijf is gespecialiseerd in verzendoplossingen. Klopt, want MyParcel is inmiddels uitgegroeid tot hét verzendplatform dat e-commerce-bedrijven van klein tot groot flexibele, schaalbare oplossingen biedt om het verzendproces vlekkeloos te laten verlopen.

Het interieur van het bedrijf is helemaal in stijl ingericht. Overal zie je pakketten, labelprinters, weegschalen en andere attributen die wijzen op de kernactiviteit. MyParcel biedt e-commerce-bedrijven gemak door verschillende verzendopties via de netwerken van grote vervoerders aan te bieden. Met als visie: het verzendproces toegankelijk maken voor iedere online ondernemer, ongeacht de grootte van het bedrijf.

EIGEN BEHOEFTE

MyParcel is in 2010 ontstaan uit een eigen behoefte. De broers Niels en Lars Vlietman hadden het reclamebureau DM Productions en wilden gebruikmaken van de diensten van grote vervoerders. Deze vervoerders hadden vooral belangstelling voor grote klanten; het was voor mkb-ondernemers niet of nauwelijks mogelijk om digitaal aan te sluiten. Daarom gingen de broers zelf aan de slag en bouwden ze een koppeling met PostNL. >>>





‘Bij ons heb je geen contract of abonnement nodig’

Directeur Madelon Simons: “Al snel daarna kwamen collega-ondernemers langs die interesse hadden in deze oplossing, want ieder e-commercebedrijf kampte met dezelfde uitdaging. MyParcel werd zo snel een succes, dat dit de hoofdactiviteit van de broers werd.”

Het bedrijf, dat inmiddels 120 werknemers telt, voorzag duidelijk in een behoefte en werd in 2015 verkocht aan PostNL. “Maar”, benadrukt Simons, “we staan geheel op eigen benen. Naast de diensten van PostNL bieden we via ons platform ook die van de andere grote vervoerders (DHL, DPD, UPS en BPost) aan en is het mogelijk om via een eigen vervoerderscontract te verzenden.”

GRATIS

Door de dienstverlening toegankelijk te maken voor alle e-commerce-ondernemingen en continu dienstverlening toe te voegen passend bij de wensen van e-commerce-ondernemers, is MyParcel hard gegroeid. Simons: “In tegenstelling tot andere verzendplatformen heb je bij ons geen contract of abonnement nodig en betaal je niets extra’s om gebruik te maken van de verschillende functionaliteiten en persoonlijke klantenservice. Pas wanneer je er zelf voor kiest om aanvullende functionaliteiten en uitbreidingen toe te voegen, komen er kosten bij kijken.” Het gratis basispakket van MyParcel is zeer uitgebreid, bijvoorbeeld het branded Track & Trace- en retourportaal. Dit maakt



de diensten van de grote vervoerders toegankelijk voor de e-commerceondernemer. Keuzevrijheid, gemak en besparing op de kosten staan hierbij voorop. Tot de meer geavanceerde diensten, waarvoor een abonnement nodig is, behoren zaken als het kunnen verzenden op eigen contract, orderbeheer, geavanceerde analytics en het kunnen instellen van slimme verzendregels.

GEÏNTEGREERDE OPLOSSING

MyParcel is een platform (SaaS) dat oplossingen aanbiedt waarmee klanten gebruik kunnen maken van de diensten van derden (vervoerders), maar ook hun eigen bedrijfsprocessen beter kunnen inrichten. Dit gaat van het binnenhalen van orders vanuit de diverse verkoopkanalen met behulp van de vele beschikbare koppelingen, het verwerken van orders, het genereren van pick- en paklijsten en het prin-

ten van verzendlabels, tot het volledig uitbesteden van deze werkzaamheden. Daarnaast kan men via de website van MyParcel de juiste verpakkingsmaterialen bestellen. MyParcel biedt een geïntegreerde oplossing die het hele verzendproces vereenvoudigt en tegelijkertijd nauwkeurige inzichten levert, waardoor bedrijfsprocessen kunnen worden geoptimaliseerd.

SCHAALBAAR

Simons: "Wij hebben contracten met de vervoerders. Omdat wij veel klanten hebben, kunnen we scherpe tarieven bedingen en hier profiteren onze klanten van. Daarnaast kunnen grote bedrijven die zelf scherpe tarieven met de vervoerders hebben afgesproken hun contractvoorwaarden bij ons inladen en gebruikmaken van alle functionaliteiten van MyParcel."

Ze legt uit dat MyParcel het platform robuust en schaalbaar heeft ontwikkeld, zodat het geschikt is voor alle soorten klanten. "Door optimaal gebruik te maken van moderne cloudtechnologieën kunnen we meebewegen met de volumegroei en de performance bieden die de markt van ons verwacht."

EXPANSIE

Wat de toekomst betreft, ziet Simons kansen om de diensten van MyParcel meer in het buitenland aan te bieden. "We zijn nu actief in Nederland en België. We kijken naar mogelijkheden om ons in meer landen te vestigen." Daarnaast werkt MyParcel aan verdere verbetering van de huidige dienstverlening, onder meer door MyAnalytics uit te breiden. Simons hierover: "Hiermee krijgt de klant inzicht in het gehele orderverwerkingsproces. Denk aan zaken als het aantal zendingen per maand, de kosten, toeslagen, het voorkomen van toeslagen, overkomstduur, schades en vermissingen, verschillen tussen de vervoerders en ga zo maar door. En je ziet dat er steeds meer vragen komen om de eigen processen efficiënter in te richten. >>>



Dit kan bijvoorbeeld nu al via onze verzendregels op bestemming: als ik een pakketje naar Duitsland stuur, wil ik gebruikmaken van vervoerder X. In de toekomst willen we het mogelijk maken dat de klant aangeeft: dan wil ik gebruikmaken van de snelste oplossing of de oplossing met de beste kwaliteit, en dat het systeem dan bepaalt wat de beste methode is op dat moment.”

Innovatieve oplossingen worden ontwikkeld in samenwerking met klanten. “Dat doen we in principe altijd”, zegt Simons. “Als wij een idee hebben, maken we een ontwerp en gaan we bij onze klanten langs om te onderzoeken of we hiermee inderdaad in een behoefte voorzien en of we de verdere samenwerking samen kunnen uitvoeren. Dankzij deze samenwerking kunnen wij heel snel, gericht en efficiënt innovaties doorvoeren.”

GROTE KLANTEN

Dit heeft ertoe geleid dat MyParcel ook steeds meer door grotere e-commercebedrijven wordt gevonden. Het bedrijf begon als dienstverlener voor met name het mkb, maar is dankzij innovaties ook interessant geworden voor de grote e-commercespelers. “Het verzenden via ons platform op basis van eigen contracten is zo’n ontwikkeling. We hebben nu meer dan 40.000 klanten, van klein tot groot. De functionaliteiten die wij ontwikkelen voor grote partijen zijn ook van toegevoegde waarde voor onze kleinere klanten. Hierdoor blijven we ook in de toekomst voor iedere ondernemer, klein en groot, interessant.”

KLANTENSERVICE

Tot slot wijst Madelon Simons op nog een onderscheidende factor



‘Innovativiteit, goede service en efficiency staan voorop’

van MyParcel: “Klantenservice. Het klinkt totaal niet hightech, maar ik noem het toch, want je ziet dat bij de concurrenten en ook bij de grote vervoerders steeds meer wordt afgevangen met chatbots en e-mail. Wij zijn zes dagen per week bereikbaar via de telefoon en ook via de andere gangbare kanalen. Dit is echt een van onze speerpunten. Wij hebben als SLA dat we in 80% van de tijd binnen 20 seconden de telefoon opnemen. Dit is standaard onderdeel van onze dienstverlening en dus voor iedere klant beschikbaar.”



DEEL ONLINE

