

E-commerce verandert dankzij pakketlockers

RICOH
imagine. change.

Met de komst van een nieuw netwerk pakketlockers ziet de last mile er anders uit dan voorheen.

Met de opkomst van hyperconcurrentie, globalisering en disruptieve technologieën is de concurrentie op de logistieke markt de afgelopen 10 jaar moordend geworden. En dat zal nog wel even zo blijven. Het is voor een logistiek dienstverlener niet meer toereikend om alleen het grootste wagenpark, de meeste magazijnen en de scherpste tarieven te hebben. Je moet ook een vooruitziende blik hebben en de opgedane kennis in de praktijk weten te brengen.

"De retailmarkt is en blijft sterk in beweging", aldus Brett Sauerman, general manager van e-commerce bij DSV South Africa. "Of klanten voor jouw bedrijf kiezen en bij je terugkomen, is meer dan ooit afhankelijk van merkbeleving, merkwaarde en prijs. Op logistiek gebied staan bedrijven in de sector onder druk om consistentie en differentiatie te laten zien. En nu diensten steeds meer een commodity worden, moeten de kosten omlaag. Tegenwoordig is het voor een geslaagde samenwerking met een klant ontzettend belangrijk of de logistiek dienstverlener nieuwe technologieën van toegevoegde waarde kan bieden zonder dat de klant erom hoeft te vragen."

Volgens Sauerman voorzag DSV dat de volumes die van oudsher in het B2B-segment omgingen (zoals vracht en pakketten) zouden verschuiven naar B2C. En daar bereidde het bedrijf zich op voor. Al in 2013 investeerde het bedrijf in smart lockers. Daarbij was het zich ervan bewust dat het even zou duren voordat de dienst zou gaan lopen. Toch vertrouwde DSV erop dat de consument er uiteindelijk zelf om zou vragen.

Na een zorgvuldig onderzoek koos DSV begin 2018 voor Ricoh als leveringspartner voor de modernisering en uitbreiding van het bestaande lockernetwerk. Zowel de producent van de lockers als Ricoh had toen al een uitstekende staat van dienst, met talloze geslaagde projecten over de hele wereld. Daarmee hadden beide bedrijven aantoonbaar het juiste aanbod van innovatieve technologieën en diensten voor de agressieve expansie en dienstverlening die DSV voor ogen had, aldus Sauerman.

Hij vervolgt: "Omdat we overal binnen DSV gericht zijn

op vernieuwing, hebben we onze klantgerichte oplossingen tot nu toe in een mum van tijd weten te commercialiseren. Wij hebben het evenwicht gevonden tussen de betrouwbare levering van onze primaire diensten enerzijds en het doen van investeringen in opkomende technologieën anderzijds. Deze strategie werpt haar vruchten af, zowel voor DSV zelf als onze klanten."

Sauerman ziet een rechtstreeks verband tussen de

snelheid waarop de markt overstapt op pakketlockers, het inzicht van klanten in de waardepropositie en hun vermogen om die waarde duidelijk te maken aan hun consumenten. "Voor een nog snellere acceptatie moeten wij er gericht voor zorgen dat mensen bekend zijn met de dienst. Ze moeten weten dat elke consument zijn internetbestelling zonder poespas kan ophalen in een DSV-locker", licht hij toe.

Tegen december 2018 stonden er al zo'n 200 smart lockers, met nationale uitbreiding voor het einde van 2019 als doel. De meeste van de DSV-lockers staan in woonwijken.

En er staan al nieuwe diensten in de planning, met een beoogde lanceringsdatum begin 2019, zegt Sauerman. Hij vertelt: "Tal van sectoren gaan enorm profiteren van deze nieuwe ontwikkelingen. Wij staan dan ook te popelen om te laten zien wat we al hebben bereikt, zodat onze klanten én hun consumenten deze voordelen kunnen ervaren."

Als DSV zijn huidige positie in Zuid-Afrika niet wil verliezen, moet het de vaart erin houden. En dat gaat alleen maar gemakkelijker worden wanneer de voordelen van DSV's smart lockers door de markt worden ontdekt. "We beseffen wel dat wij de markt nu ontvankelijk maken voor smart lockers, en onze concurrenten daardoor straks ook kansen zien", voegt Sauerman daaraan toe.

"Wij willen als eerste blijven inspelen op wat de markt vraagt. Daarom blijven we vernieuwen en onze diensten ontwikkelen en leveren, allemaal op basis van onze vooruitziende blik. Dankzij die blik én met onze bewezen operationele knowhow en capaciteiten zullen wij de concurrent voorblijven."

BELANGRIJKSTE FEITEN

- Als logistieke dienstverleners concurrerend willen blijven, moeten ze zich richten op technologieën van toegevoegde waarde
- DSV South Africa investeerde in 2013 al voor het eerst in smart lockers
- In december 2018 werden er 200 smart lockers van DSV geplaatst

RICOH
imagine. change.

DSV