

meer
ruimte voor
groei



LAAT JE INSPIREREN →



we bezorgen je meer



Zo bezorgen we jou meer succes

Als de grootste logistieke partner in de Benelux komen we in elke straat en kloppen we op elke voordeur. Wat wij bezorgen? Jouw pakketten en post. Maar wat bezorgen we j  ? Meer kennis van de markt. Meer digitale, innovatieve   n groene oplossingen. Meer gemak, door minder hobbels in het logistieke proces. Meer ruimte voor groei. En zo zorgen we samen met jou voor steeds meer tevreden klanten. Want of je nu groot onderneemt of klein begint: jij hebt onze aandacht. Voor jou zetten meer dan 37.000 collega's elke dag een stapje extra. Om jou bij te benen, om jou meer te bezorgen. Dus hoe succes er voor jou ook uit ziet, die uitdaging gaan wij samen met jou aan.

We bezorgen je meer groei

Dat e-commerce booming is, hoeven we je vast niet meer te vertellen. Zo groeide de markt in 2020 explosief door corona met maar liefst 23%. Het aantal online shoppers blijft stijgen en daarmee ook het online aanbod. Zie jij deze booming business terug in jouw webwinkel? Als je nog meer wilt groeien en wat hulp kunt gebruiken dan hebben we goed nieuws: we bezorgen je graag meer succes. Want er zijn nog een hoop kansen om je te onderscheiden met je bezorging, en daarmee te groeien. Want uit onderzoek* blijkt dat 48% van de consumenten de keuze van een webwinkel baseert op basis van de bezorgdienst. Dus logistiek bepaalt ook jouw succes. En succes? Daar bezorgen wij jou graag meer van!

Weten hoe we jou meer groei bezorgen?

Laat je inspireren ➔

Meer groei

Groeien in het buitenland? Ga met PostNL de grens over	3
- Vince design is explosief gegroeid in het buitenland	5
- Minder gedoe met de internationale adrescheck!	8
Groeien door direct mail	9
- Vitaminestore stuurt relevante direct mail naar het juiste adres	11
Meer bezorgopties 23% sneller groeien naar Meer groei?	13
- Meer conversie?	13
- Wil je meer kleine artikelen versturen?	13
- Webwinkels met bezorgopties groeien 23% sneller	14
Op zoek naar nog meer succes?	15

* Bron: analyse PostNL 2020

GROEI IN HET BUITENLAND



LOS ANGELES



NEW YORK



SAO PAULO



THE HAGUE



MUMBAI



BEIJING



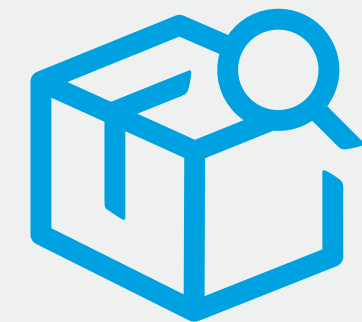
Ga voor grenzeloze groei in het buitenland

Wil je groeien met je webwinkel? Lees dan verder, want we bezorgen je net zo makkelijk succes in het buitenland. Ons internationale netwerk bestaat uit partners die bekend en vertrouwd zijn bij de lokale consumenten. Iedere dag bezorgen wij samen met deze bezorgpartners 1,1 miljoen brieven en pakketten in 200 verschillende landen. We hebben collega's in 13 landen en dus lokale kennis over consumenten in het buitenland. En doordat we nauw samenwerken met buitenlandse post- en pakketbedrijven, bieden we onder andere voordelige lokale oplossingen aan. Dus ben je op zoek naar meer groei? Ga met ons de grens over!

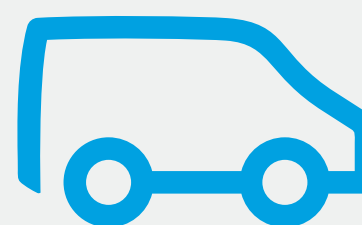
Lees snel verder →



Verstuur je pakketten via je bestaande PostNL-account naar het buitenland!



Volg je pakket in 7 talen



Bezorging door lokale helden



Extra zekerheid met aanvullende services

Versturen vanuit je vertrouwde PostNL-account?

[Bereken direct je tarief.](#)

Verstuur kleine internationale pakjes extra voordelig

Verstuur je meer dan 50 kleine pakketten per jaar naar het buitenland? Dan hebben we de ideale oplossing voor je: pakjes buitenland. Dit zijn kleine pakketten die niet door de brievenbus passen, maar wel als brief worden behandeld. Zo bezorgen we deze pakketjes via een voordelig internationaal postnetwerk. Dat betekent dat je ze zonder gedoe en tegen een voordelig tarief verzendt.

Lees meer over pakjes buitenland →

Passen je producten binnen het formaat?

Dan is er een grote kans dat je met pakjes buitenland voordeliger verzendt. Binnen pakjes buitenland hebben we voor elke wens een passende oplossing:

- De meeste voordelige verzending is **pakjes untracked**.
- Voor een snelle en betrouwbare service met track & trace verzend je met **pakjes tracked**.
- Met **pakjes extra** kies je voor een premium service met handtekening voor ontvangst voor extra zekerheid.
- Kleine, minder waardevolle goederen verstuur je extra voordelig met **buspakje untracked**. Een betaalbare wereldwijde oplossing voor pakjes tot 2 kg die wél door de brievenbus passen (maximale afmetingen 38 x 26,5 x 3,2 cm).



Shoppers uit het buitenland in je webshop?

Verhoog conversie en voorkom retouren met de adrescheck internationaal

De adrescheck internationaal vult razendsnel alle adressen aan in je checkout. Dat verhoogt de conversie: klanten haken niet af door een lang formulier of onduidelijke adresregels in je checkout. En doordat je zo altijd het juiste afleveradres hebt in het buitenland, voorkom je onnodige retouren. Beschikbaar voor adressen in meer dan 170 landen! Je sluit 'm makkelijk aan op je webshop via de adrescheck-API.

Probeer de adrescheck internationaal gratis uit →



Vince design is explosief gegroeid in het buitenland

Vincent Kleine over groeien in het buitenland

Ondernemen zat er bij Vincent Kleine vroeg in. Al tijdens zijn studie marketing in 2008 richtte hij samen met medestudent Yuechang Wu het bedrijf Vince Design op. Waar hij begon met de import van gadgets uit China, werden dat later stoelen, banken en meer meubels die hij verkocht aan groothandels. Inmiddels is de Vince Group uitgegroeid tot een internationale onderneming met meerdere meubelmerken en heeft hij bijna de hele keten zelf in handen. Van productie tot aan de online verkoop aan consumenten. Ook in het buitenland. In gesprek met PostNL vertelt de 36-jarige ondernemer hoe hij zijn bedrijf vanaf de grond opbouwde én welke tips hij anderen wil meegeven. →



Van Marktplaats naar groothandel

‘De eerste bankstellen die we uit China importeerden, verkochten we via Marktplaats aan consumenten. Met een lening van mijn vader kochten we onze eerste container met meubels. De marge daarop bleek behoorlijk goed te zijn. Toen hebben we een aantal winkeliers in het land opgezocht en aangeboden om die importfunctie voor hen te vervullen. Vaak ging het om kleine meubelbedrijven met een eigen webshop. Zo hebben we over de jaren heen een netwerk opgebouwd van resellers. Tegenwoordig hebben we binnen onze groothandel Vince Design 3 merken, die importeren vanuit verschillende landen en gericht zijn op verschillende binnen- en buitenlandse markten.’

Van B2B naar B2C

‘In 2018 openden we onze eigen productielocatie in China. Daardoor konden we onze producten een stuk sneller naar Nederland verscheppen. Ik maakte een rekensommetje en het was duidelijk dat we veel sneller konden groeien als we meer B2C verkochten. Daar zijn we toen heel eerlijk over geweest richting ons B2B-netwerk. Nu verkopen we onze producten ook rechtstreeks aan consumenten via onze merken

Dimehouse, Livin24 en Furnwise. Natuurlijk leveren we nog wel aan een aantal grote B2B-klienten, vooral aan marktplaatsen zoals Bol.com, Wayfair en Cdiscount. Maar onze nieuwe focus ligt op rechtstreekse verkoop via onze eigen kanalen, eigen webshops en eigen winkels.’

Een gat in de (buitenlandse) markt

‘B2B-klienten zagen ons niet als een brand. We waren goedkoop, maar voor winkeliers is dat niet voldoende. Voor consumenten was dat heel anders. Voor hen waren we met afstand de goedkoopste en dat vonden ze fantastisch. Ineens hadden we een verhaal. Al snel merkten we dat er veel Duitse bezoekers op onze webshop afkwamen. Daar lag dus potentie. Tot dat moment waren we voornamelijk sterk in Nederland en beginnende in België. Toen we overgingen op B2C begon ook onze internationalisering. Inmiddels leveren we behalve aan de Benelux ook veel aan Duitsland, Frankrijk en Engeland. Wekelijks verscheppen we naar zo’n 12 landen in heel Europa. Het gaat erg hard op dit moment. We hebben een explosieve groei doorgemaakt. ➔



‘Wekelijks verscheppen we naar zo’n 12 landen in heel Europa. Het gaat erg hard op dit moment, we hebben een explosieve groei doorgemaakt’





Ook succesvol ondernemen over de grens?

‘Mijn tip voor succesvol ondernemen in de internationale markt? Breng voordat je start je logistieke processen goed in kaart. Kijk bijvoorbeeld niet alleen naar hoeveel het kost om een pakketje te verzenden naar Frankrijk. Maar onderzoek ook wat je moet doen als het misgaat. Hoe pak je dat aan? En wat kost je dat? Zoek hierin ook de juiste partners die je verder kunnen helpen. Wat het je onderaan de streep kost, kun je doorvertalen in de prijs van je product. Zeker in de beginfase moet je daar rekening mee houden. Daarna kun je je logistieke proces per maand langzaam verder verfijnen tot het helemaal klopt. Daar moet je tijd in investeren. Je krijgt niet zomaar voet aan de grond in een ander land. Maar met hard werken, passie en lef blijkt toch dat de aanhouder wint.’

Het perfecte internationale netwerk van PostNL

‘Vrijwel alle internationale bestellingen verzenden we met PostNL. De prijs is daarvoor natuurlijk heel belangrijk. Maar wat mij écht over de streep heeft getrokken? De service. En dan vooral richting onze klanten. Eerder verzonden we via andere postbedrijven die niet met tijdslots werken, en dat is aan consumenten niet uit te leggen. Een klant wil gewoon weten wanneer een bestelling aankomt, vooral bij zo’n groot pakket. Er kwamen extreem veel

telefoontjes binnen bij onze klantenservice. Bij PostNL vertellen ze gewoon dat ze tussen 10.00 en 12.00 uur langskomen. Dat is een gigantisch voordeel. Qua serviceniveau is er niemand die daarbij in de buurt komt. Ook naar ons toe is de service veel beter. Vince Design heeft bij PostNL een dedicated serviceteam waarmee we kunnen sparren over diensten en over problemen. En ten slotte is de leverbetrouwbaarheid natuurlijk hoger bij PostNL. Zeker in de Benelux is het een perfect netwerk.’ ■



‘Bij PostNL vertellen ze gewoon dat ze tussen 10.00 en 12.00 uur langskomen. Dat is een gigantisch voordeel. Qua serviceniveau is er niemand die daarbij in de buurt komt. Ook naar ons toe is de service veel beter.’

Minder gedoe met de internationale adrescheck

Voorkom onnodige retouren en verhoog je klanttevredenheid

Martin Bless, product owner America Today, en Patrick Vink, business development partner PostNL Data Solutions, vertellen over de internationale adrescheck:

AMERICA TODAY



Martin Bless

Product owner America Today

Martin vult aan met een voorbeeld: 'We hadden een geinige gadget, de Social Distance Zipper. Die mocht niet in Amerika verkocht worden, maar Amerikanen bestelden 'm massaal omdat je in het Duitse postcodeveld Amerikaanse postcodes kon invullen. Dat werd een heel gedoe op het distributiecentrum, met orders die gecancelld moesten worden en mails naar klanten. Dat soort gedoe hebben we met de adrescheck internationaal niet meer. Die filtert dat eruit!'



Patrick Vink

Business development partner PostNL Data Solutions

De internationale adrescheck vult automatisch het adres aan in de checkout van je webwinkel. Zo vloeit je klant moeiteloos door het checkoutproces, wat de conversie verhoogt. Patrick legt uit: 'Je optimaliseert je customer journey met de adrescheck. Daarmee voorkom je onnodige retouren en gaat je klanttevredenheid omhoog. In Nederland start je bijvoorbeeld met postcode en huisnummer en de adrescheck zet er automatisch de juiste straatnaam bij. Voor Duitsland is het juist weer logischer om te starten met het adres. En dan voegt de check de postcode automatisch toe.'



Probeer de adrescheck internationaal gratis uit →

Groeien door direct mail

Koppel klantgegevens aan adresdata

Elke dag worden consumenten overspoeld met (reclame) boodschappen. Voor ondernemers is het moeilijk om de aandacht van klanten te vangen. Maar we hebben goed nieuws: om de aandacht van je doelgroep te krijgen, is direct mail bewezen effectief.*

Persoonlijke aandacht met fysieke post

Want consumenten zijn moe van het eeuwig online zijn, offline is de nieuwe luxe. Ogen zijn overprikkeld en gaan op zoek naar tastbare communicatie. En bijna de helft van de Nederlandse consumenten mist persoonlijke aandacht. En juist bij fysieke post is de aandacht langer en de herinnering stabiel. Dat leidt tot grotere interesse, waardering en respons. Dus met een overvol (online) medialandschap is de deurmat een unieke plek geworden om op te vallen. Ook voor e-commerceondernemers. ➔



Direct mail: facts & figures

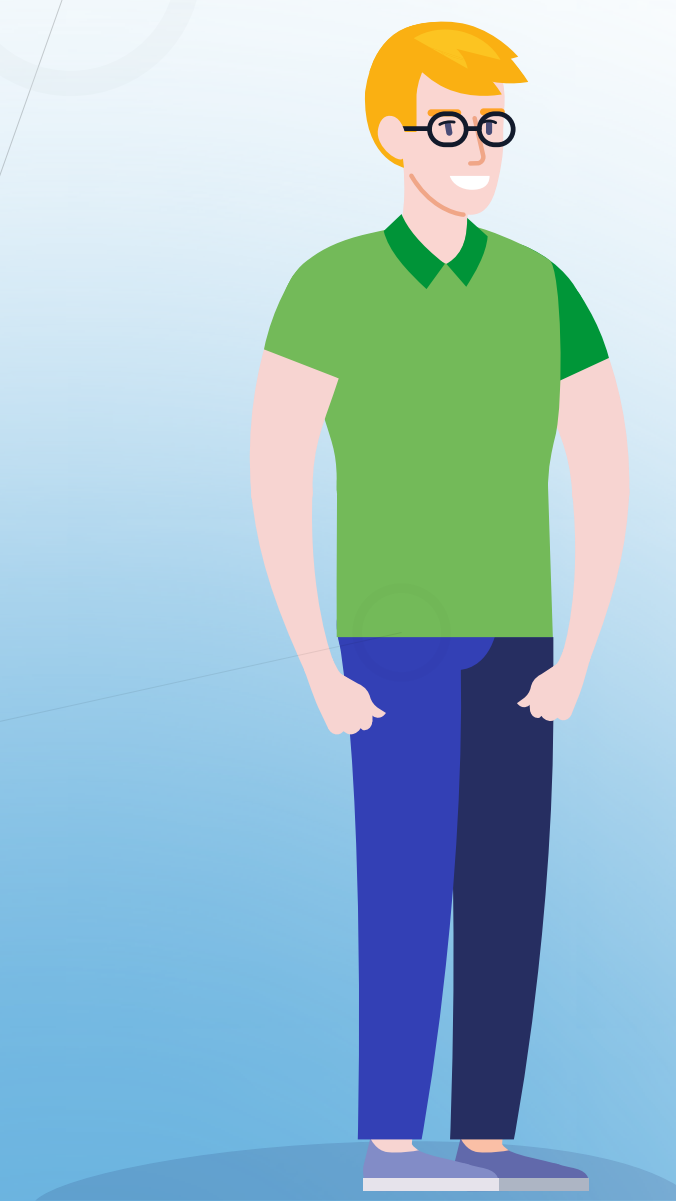
2,2
minuten

De gemiddelde aandachtstijd voor een direct mail is maar liefst 2,2 minuten. Dat zijn 6 radiospotjes en 4 tv-commercials bij elkaar.



42%

Papier blijft beter hangen dan digitaal. Bijna de helft van de ontvangers weet zich een mailing te herinneren van een merk dat hier aandacht aan besteedt.



Aandacht van je doelgroep krijgen?

Ontdek de kracht van direct mail →



34%

34% van de ontvangers geeft aan dat ook andere mensen in het huishouden de direct mail lezen.



55%

55% van de ontvangers bekijkt de inhoud van een direct mail aandachtig. Ter vergelijking: de CTR van een goed scorende e-mail is 7,7%.



Maak de koppeling tussen online en offline

Online groeien door direct mail te versturen? Combineer je klantdata met ons product '[klant in beeld](#)': zo koppel je jouw klantgegevens aan relevante adresdata. Klant in beeld vult ieder consumentenadres uit je klantenbestand aan met relevante kenmerken als leeftijd, gezinssamenstelling, inkomen en woning. Ook verdeelt het je bestand in consumentensegmenten met uitgebreide klantpersona's. Zo krijg je een compleet klantprofiel om je communicatie en campagnes optimaal op af te stemmen. Dé oplossing voor ondernemers die willen groeien. ■





Vitaminstore stuurt relevante direct mail naar het juiste adres

Gevolg: 48% meer bestellingen!

‘Persoonlijke aandacht is heel belangrijk in de Vitaminstores, want gezondheid is persoonlijk,’ zegt Alain Vermeulen, oprichter en commercieel directeur van Vitaminstore. ‘Klanten komen vaak terug om nét weer een andere vraag te stellen over hun gezondheid. Ook in onze marketing staat persoonlijke aandacht centraal. We proberen naar de consument steeds betere, relevantere boodschappen te sturen. Door de marketing-instrumenten die we inzetten, geven we de klanten ook een idee dat ze persoonlijk aandacht krijgen van ons merk.’ →



Vitamin Magazine: belangrijk communicatie-instrument

Vitaminstore verspreidt onder klanten het Vitamin Magazine, met een oplage van 450.000 magazines per jaar. Het magazine vormt een belangrijk onderdeel van hun marketingmix. 'Het wordt heel goed gelezen door onze klanten. De vragen die ze vervolgens in de winkel stellen, gaan vaak over wat ze in het magazine hebben gezien. Dat is voor ons dus een belangrijk communicatie-instrument.'

Het aantal bestellingen nam met 48% toe

Vitaminstore gebruikt voor het magazine een dataoplossing van PostNL. Alain Vermeulen: 'Klant in beeld gaf ons een completer klantprofiel met nieuwe inzichten. We kunnen bijvoorbeeld veel beter zien of een gezin kinderen heeft en in welke leeftijdsgroep. Je kunt daardoor veel relevanter zijn met producten en informatie die je naar de klant stuurt. Voor de klant ook prettig. Zij ontvangen aanbiedingen en informatie op maat. Dat de klant dit waardeert, blijkt ook uit de cijfers: dankzij de betere klantsegmentatie hadden we een 20% hogere respons en nam het aantal bestellingen met 48% toe!' ■



Meer weten over hoe Vitaminstore klant in beeld inzet? ➔





Meer ruimte voor groei

Meer conversie?

Combineer direct mail met Mijn Post in de PostNL-app

Door een actie te koppelen aan jouw direct mail in Mijn Post in de PostNL-app, verhoog je het bereik én de conversie. Frans Everink, commercieel directeur van Schuurman Schoenen, vertelt hoe de schoenenketen direct mail combineert met Mijn Post in de PostNL-app als impactvol kanaal binnen de mediamix.

‘Onze direct mail is met naam en toenaam aan de klant gericht. Het komt dus echt persoonlijk over. In een tijd waarin online media de consument overladen, voelt iets fysieks in je handen heel bijzonder. Dat zie je terug in de cijfers. De respons op een dm is gemiddeld 23%. En dat is echt uniek.’

Mijn Post is een handige service in de PostNL-app. Hiermee ontvang je als consument elke ochtend voor 7.00 uur een bericht over de post die naar je onderweg is. Via die melding kun je ook direct in de app een foto van de post zien!

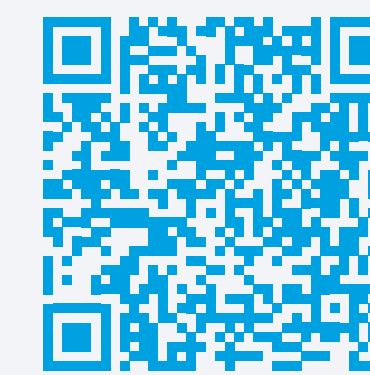
Je kunt aan de foto een actiebutton toevoegen om jouw direct mail te koppelen aan een online actie of agendaverzoek. Handig om een actie direct te activeren of een event op de agenda te zetten.



Mijn Post en Schuurman Schoenen

↑ Bekijk de video

Bekijk de video hoe de combi van direct mail en Mijn Post werkt voor Schuurman Schoenen



SCAN OF KLIK



Wil je meer kleine artikelen versturen?

Verstuur ze duurzaam, efficiënt en zonder gedoe met brievenbuspakje+

Wil je groeien door meer kleine goederen te versturen? Zoals kleding, chocolade, kabeltjes of boeken? Met het brievenbuspakje+ kunnen deze artikelen gemakkelijk door de brievenbus, zelfs als er niemand thuis is. Brievenbuspakje+ is ook nog eens duurzaam: kleine verpakkingen, door de postbezorger bezorgd. Ook kun je de pakjes online volgen. Veel zekerheid dus voor een lage prijs!

De voordelen van brievenbuspakje+

- ➔ De ontvanger hoeft niet thuis te zijn
- ➔ Hoe meer brievenbuspakjes je verstuurt, hoe lager het verzendtarief
- ➔ Tot 21.00 uur 's avonds aan te bieden
- ➔ Te volgen met track & trace





Webwinkels met bezorgopties groeien 23% sneller

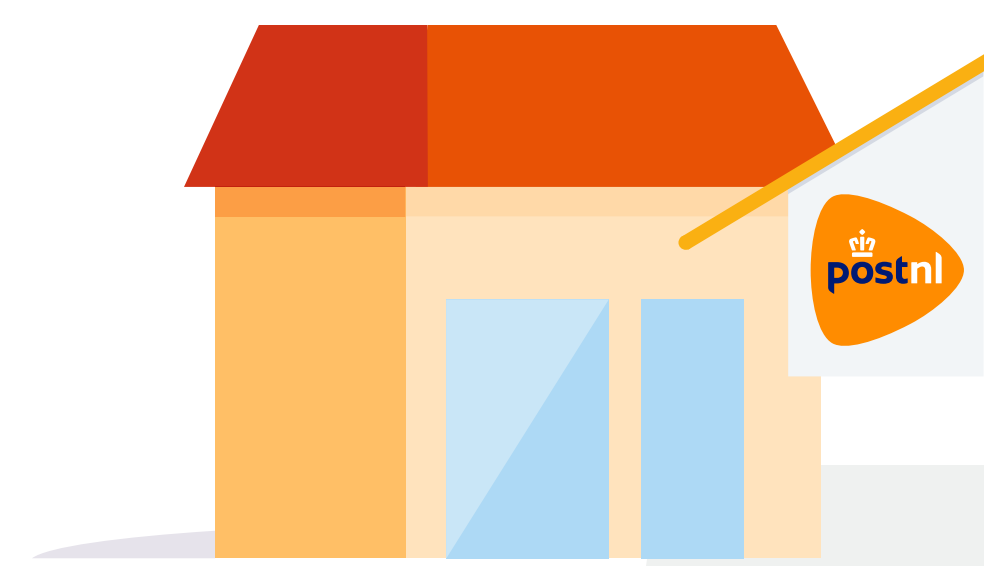
Waar wacht je nog op? Sluit je aan!

Het aanbieden van bezorgopties in je checkout heeft direct invloed op je omzet, klanttevredenheid en de kans dat we je pakket in 1 poging bezorgen. Daar hebben we uitgebreid onderzoek naar gedaan:



23% meer groei

Webwinkels die bezorgopties aanbieden, groeien gemiddeld 23% meer dan webwinkels zonder bezorgopties



4% minder annuleringen

De optie '[ophalen bij een PostNL-punt](#)' zorgt voor 4% minder annuleringen in de checkout



'We hebben een klanttevredenheidscijfer van 9,5. De plug-in voor bezorgopties is écht van toegevoegde waarde voor onze klanten.'

Erik de Groot
[ParfumWebshop.nl](#)



26% meer bestellingen

De optie '[zondagbezorging](#)' zorgt voor 26% meer bestellingen op zaterdag

3% minder annuleringen

De optie '[dezelfde dag bezorgd](#)' zorgt voor 3% minder annuleringen in de checkout



26% hogere klanttevredenheid

Tot 26% hogere klanttevredenheid als de 1ste bezorgpoging raak is

36 pakketten



Bezorgopties zorgen voor meer bestellingen: 36 pakketten per huishouden, tegenover 14 pakketten zonder bezorgopties per jaar



6% minder annuleringen

De optie '[avondbezorging](#)' zorgt voor 6% minder annuleringen in de checkout



24% meer bestellingen

De optie maandagbezorging zorgt voor 24% meer bestellingen in het weekend

Voeg eenvoudig bezorgopties toe aan de checkout van jouw webwinkel →



Op zoek naar nog meer succes?

Je weet nu hoe we jou meer groei bezorgen. Smaakt dat naar meer? Ontdek wat we jou nog meer kunnen bezorgen!



Lees ook de andere e-zines in deze serie:

