

‘Wij doen zelf de marketing en de social media, voor de rest ontzorgt PostNL ons’
schattigebabykleertjes.nl

Als je een succesvolle webshop hebt, gaat veel kostbare tijd verloren aan logistiek. Dan is het fijn als je die met een gerust hart uit handen kunt geven. Dat ervaren ook Barbara de Jong, eigenaar van Schattigebabykleertjes.nl. Toen haar woning tot de nok toe gevuld stond met kledingdozen, bleek PostNL een uitkomst. →

Tutorials kijken

De laatste stap naar fulfilment vond ik lastig. Ik moest goed personeel laten gaan. Een pand opzeggen. Zóveel knopen doorhakken. Maar ik was in die tijd zo bezig met de logistiek, dat ik niet verder kwam. We moesten alles zelf uitvinden, terwijl ik juist dóór wilde. Onze service verbeteren, de openingstijden verruimen.'

Als Barbara in 2013 voor de 2e keer met zwangerschapsverlof is, begint het te knagen. Ze heeft meerdere universitaire diploma's op zak en een goede baan bij de overheid. Maar ineens twijfelt ze of ze wel terug wil naar haar oude positie. De reorganisatie bij haar toenmalige werkgever komt op het juiste moment. Ze claimt een domeinnaam, kijkt een paar tutorials, koopt haar eerste collectie in en begint een webshop in babykleertjes, Schattigebabykleertjes.nl.

Pickbakken tot aan het plafond

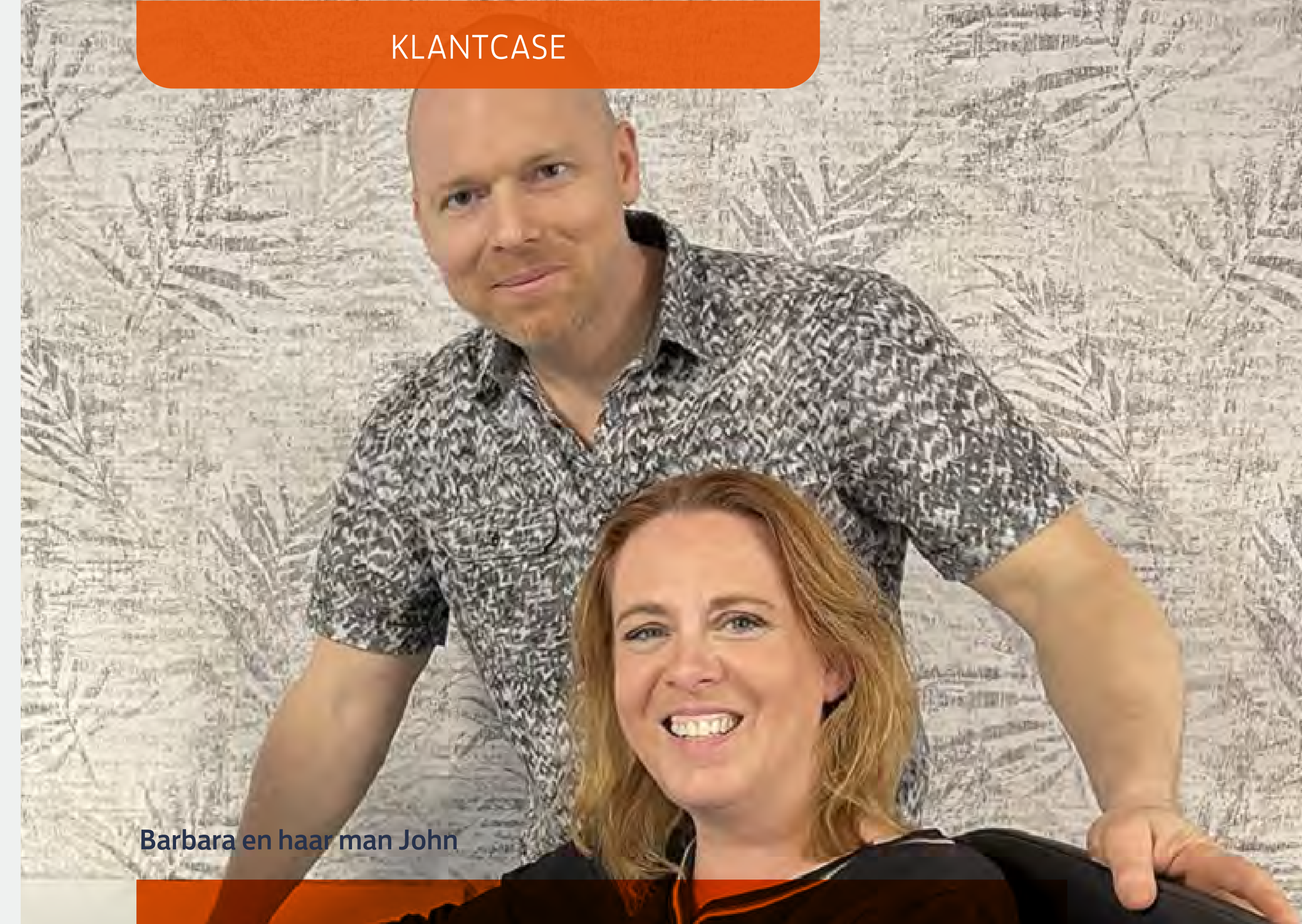
Barbara: 'E-commerce was toen nog lang niet waar het nu is. Qua kleding had je slechts een paar bekende namen. En zeker voor babykleertjes was er weinig.' Die eerste periode doet ze alle logistiek nog zelf. Eke dag met een tas pakketjes naar de supermarkt, zelf opdraaien voor alle verzendkosten. Maar al gauw begint de webshop te vliegen. 'We begonnen met wat dozen in de trapkast en al snel stonden die door het hele

huis. Als je een kast opentrok, vielen er kleertjes uit. De meubels gingen aan de kant, we gingen pickbakken en stickersystemen gebruiken. We haalden zelfs de televisie van de muur om bakken tot het plafond te kunnen stapelen, en leefden op nog maar 5 vierkante meter. Toen zei ik tegen mijn man John: dit gaat zo niet meer.'

12 man personeel

John heeft op dat moment nog een andere baan, maar springt al snel bij in de webshop. Alles leren ze van internet. Fotografie, photoshopen en marketing. De webshop groeit zo hard dat het lastig is om alles bij te benen. 'We huurden een pand waar we met 12 man personeel zaten. Alles zat daar bij elkaar: logistiek, klantenservice en marketing. Maar binnen no time was de ruimte te klein en zaten we weer tegen de roldeur aan.'

Uiteindelijk kiezen Barbara en haar man John voor fulfilment van PostNL. Geen makkelijke beslissing, na verschillende slechte ervaringen met fulfilment. 'Maar PostNL heeft ons enorm geholpen. Ze schakelden zelfs nacht- en weekendploegen in om de verhuizing goed te laten verlopen. Inmiddels weten we waar een fulfilmentpartij voor ons aan moet voldoen: voldoende personeel, een snelle klantenservice en een late cutoff tijd.'



Barbara en haar man John

'PostNL heeft ons enorm geholpen. Ze schakelden zelfs nacht- en weekendploegen in om de verhuizing goed te laten verlopen.'



Processen optimaliseren

En daar blijft het niet bij als het aan Barbara ligt. 'We willen de processen optimaliseren, zodat we met hetzelfde aantal mensen meer werk aankunnen. Misschien openen we wel een tweede webshop, of een ander platform. We willen in elk geval meer. En we weten dat PostNL meegroeit. We hebben weleens voor een overname gestaan. Toen belde ik onze accountmanager: als we morgen zouden verdubbelen, redden we dat dan? Het antwoord was ja. Dat is fijn om te weten. Ze werken goed en netjes. Zo zijn de klanten tevreden. We horen vaak dat alles zo netjes verpakt en bezorgd is. Wij zijn blij met PostNL en zij zijn blij met ons. Win-win.'

Volledig ontzorgd

Die late cutoff tijd kwam er. Vóór 23.59 uur bestelt, betekent in de meeste gevallen morgen in huis. Barbara koopt zelf de collecties in, en daarna ontvangt PostNL alle goederen direct van de leveranciers. De volgende dag staat het live. 'Dan start bij ons de marketing- en socialmediamolen, voor de rest ben ik helemaal ontzorgd. Daardoor heb ik weer tijd voor andere dingen, zoals het optimaliseren van de Belgische webshop.' Alle orders komen binnen bij Barbara, maar gaan meteen door naar het systeem van PostNL. 'Zij picken de producten, verpakken ze in onze eigen branded verpakkingen en verzenden ze direct. De volgende dag liggen ze al bij de klant. Dat verloopt vrijwel vlekkeloos, zeker als je ziet hoeveel orders we hebben. Zo'n 2000 tot 2500 per maand, met een gemiddelde waarde van € 70 à € 80.'



'We willen de processen optimaliseren, zodat we met hetzelfde aantal mensen meer werk aankunnen. Misschien openen we wel een tweede webshop, of een ander platform.'

Meer gemak en groei voor Schattigebabykleertjes.nl

Dankzij de fulfilmentoplossingen van PostNL is de logistiek van A tot Z op orde. Deze systemen ontzorgen, besparen tijd, en geven Schattigebabykleertjes.nl de ruimte om zich focussen op zaken als inkoop en marketing. Met als uiteindelijke doel: groei van de webwinkel.

PostNL. Zo bezorgen we je meer