

Succesvol groeien? Dat doe je sámen.

Groeien voor de groei alleen werkt niet, je moet bewust investeren in je mensen én klanten. Dat weten ze bij DHL eCommerce maar al te goed. Het geheim van de grote stappen die ze zetten? Hun Limitless Growth-strategie.



Zij blij, wij blij

“Alles begint en eindigt bij gemotiveerde medewerkers”, vindt Sales & CS Director Grit Adriaenssens. “Daarom zijn we ook zo trots op onze titels Top Employer en Great Place to Work. We doen er alles aan om onze mensen een fijne werkplek te bieden. We geven ze graag verantwoordelijkheid. Fouten maken mag absoluut, het belangrijkste is dat ze er iets van leren – die groeikansen geven we ze hier. Goed communiceren is daarbij cruciaal.” CEO Frank van Hille voegt toe: “Dat we onze mensen en hun ontwikkeling belangrijk vinden, blijkt ook wel uit het ruime opleidingsbudget. En we stimuleren ze om dat ook écht te gebruiken.”

Altijd een bekend gezicht

“Tevreden medewerkers zorgen op hun beurt voor tevreden klanten”, gaat Grit

verder. “Ook die zijn blij met ons, zo blijkt uit tevredenheidsonderzoeken. Dat klanten met ons in zee gaan en zelfs willen uitbreiden, is het mooiste compliment dat ze kunnen geven. Al helemaal na de coronaperiode. Je merkt namelijk dat we sindsdien alleen nog maar meer zijn gegroeid. Dan móet je wel iets goed doen. Omdat we zo weinig personeelsverloop hebben, spreken klanten bovendien meestal dezelfde chauffeur of accountmanager. Dat is best uniek voor zo’n groot bedrijf als DHL dus die persoonlijke aanpak waarderen ze enorm.”

Groeien met een doel

DHL eCommerce is bijzonder wendbaar – zowel intern als extern. “We luisteren heel goed naar wat klanten en collega’s te zeggen hebben en dóen daar ook echt iets mee. Die feedback is goud waard”, zegt Grit.



Frank: “De band met onze klanten is onzichtbaar, maar wel ijzersterk. Het geheim van ons succes is meedenken over hoe zij kunnen ontwikkelen – groeien om te groeien heeft namelijk geen zin. Daarom helpen we klanten door ze zo veel mogelijk te ontzorgen. Zo houden zij de focus op hun business.”

“Uiteindelijk geldt: wanneer klanten succes boeken, plukken wij daar ook de vruchten van”, vervolgt Frank. “Die winst investeren we dan weer in onze eigen duurzame groei: denk aan onze medewerkers, energiezuinige gebouwen en nieuwe elektrische voertuigen. Maar dat niet alleen. Met onze stichting DHL Cares investeren we ook in maatschappelijke initiatieven, waarmee we de samenleving vooruithelpen. Doordachte en toekomstbestendige beslissingen, waar iedereen binnen onze organisatie volledig achter staat. Zo maken we de cirkel rond.”

MEER INFORMATIE?

DHL eCommerce (Belgium)

Essenestraat 26

1740 Ternat

T: 02 588 01 48

ecommercebe.sales@dhl.com

www.dhlecommerce.be

