

## Posta dolapları e-ticaret'e dönüştürülüyor

**RICOH**  
imagine. change.

Hiper rekabet, küreselleşme ve teknolojiyi engelleyenler, son 10 yıldır Güney Afrika pazarını zorluyor ve bu dinamiklerin yakında ortadan kalkması pek mümkün değil. Artık en büyük araç filosuna, depolara, veya en iyi fiyat – şimdi doğru ileri görüşlü istihbaratın kullanılabilirliği ve başarılı bir şekilde bu istihbarata yerel bir şekilde bağlamı.

DSV Güney Afrika e-ticaret genel müdürü Brett Sauerman: "Perakende pazarı sürekli değişken ve böyle olmaya da devam edecek" diyor. "Müşterilere başarılı satın alma kararları verdirebilmek ve tekrarlanan satışlar elde edebilmek için marka deneyimi, marka değeri ve fiyat her zamankinden daha önemli. Lojistik olarak, endüstri, tutarlılık ve farklılaşma sağlama baskısı altındayken, servislerin metalaştırılması maliyetleri azaltılmaya devam ediyor. Bugün, başarılı bir müşteri ortaklığı, lojistik sağlayıcısının müşterinin her hangi bir konuda talebi olmadan yeni katma değerli teknolojiler gösterme yeteneğinden de etkileniyor."

Sauerman'a göre DSV Güney Afrika, geleneksel B2B hacimlerinin (nakliye ve paket gibi) B2C'ye geçme gerekliliğini erken tanıdı ve hazırlandı. 2013 yılında şirket, hizmetin pazarlanabilir hale gelmesinin zaman alacağını bilerek ve bunların nihayetinde tüketici tarafından benimsetileceğini anlayarak akıllı dolaplara yatırım yaptı.

2018'in başlarında, iyi bir araştırma sonrasında DSV dolap ağını yükseltmek ve genişletmek için TZ Limited ve Ricoh Güney Afrika ile bir tedarik ortaklığına girdi. Sauerman'a göre, TZ ve Ricoh, dünya genelindeki etkili uygulamaların kapsamlı geçmişiyle DSV'nin agresif genişleme ve hizmet hedeflerini destekleyebilecek bir teknoloji ve servis yeniliği teklifi sundu.

Sözlerine şöyle devam etti, "Organizasyon boyunca yenilikçi düşünceleri uygulayan DSV, tüketici odaklı çözümlerini çok kısa bir sürede ticarileştirebildi. Sürekli gelişen temel hizmetlerin sunulmasıyla gelişmekte olan teknolojilere yapılan yatırımlar arasındaki önemli

dengeyi DSV ve müşterileri için verimli bir strateji olduğu kanıtlandı."

Sauerman, paket dolaplarının pazardaki benimsenme oranının, müşterilerin katma değer önerisini anlama ve bu değeri tüketicilerine iletme yeteneğine doğrudan bağlı olduğuna inanıyor. Bu düşüncesini de

şöyle açıklıyor "Uyarılma oranlarını hızlandırmak için, çevrimiçi perakende hizmetinin genişletildiğini ve şimdi her tüketiciye DSV Dolabı aracılığıyla kurye hizmetlerine, karmaşık ve kısıtlamasız erişim sunduğunu bildirmek konusunda halkı eğitmeye odaklanmış bir çabaya ihtiyaç var."

Gelecek için plan 2019 sonunda ülke çapına yaygınlaştırma olmak üzere Aralık 2018'de 200'e yakın akıllı dolap konumlandırıldı. DSV'nin dolaplarının çoğu mesken yapılaşma bölgelerinde bulunuyor.

Sauerman'a göre, yeni hizmetler geliştirilme aşamasında ve 2019'un başlarında piyasaya sürülecek. "Çeşitli endüstriler bu yeni gelişmelerden büyük fayda sağlayacak ve ilerlememizi göstermekten ve faydaları müşterilerimizle ve tüketicileriyle paylaşmaktan inanılmaz heyecan duyuyoruz" diye açıklıyor.

DSV'nin Güney Afrika'daki konumunu sürdürülebilmesi için, mevcut yükseliş korunmalıdır – bu görev, pazar DSV Akıllı Dolapların Lockers'ın sunduğu avantajların farkına varınca daha kolay olacaktır. Sauerman, "Bununla birlikte, pazarı akıllı dolaplara duyarlı hale getirerek bu alanda rakipler için de fırsatlar yarattığımızı biliyoruz," diyor ve ekliyor:

"Yenilikler yaparak ve uzak görüşlü, zekâyâ dayalı servisler oluşturarak ve bunları sürekli geliştirip uygulayarak pazar taleplerinin önünde yer almaya kararlıyız. Bu zekânın kanıtlanmış operasyonel bilgimiz ve kabiliyetimizle birlikteliği bizi rekabetin önünde tutacaktır."

### ESAS GERÇEKLER

- Lojistik servis sağlayıcıları, rekabetçi kalabilmek için katma değerli teknolojiler sunmalıdır
- DSV Güney Afrika 2013'ten beri akıllı dolaplara yatırım yaptı
- Aralık 2018'de 200 adet DSV akıllı dolap kuruluydu

**RICOH**  
imagine. change.

**DSV**