

We
are Set
and ready for
the future



Van start-up naar scale-up

De ontwikkeling van sterke supply chain teams door een scale-up mindset

"We gaan voor 100 miljoen happy sleepers"

In gesprek met Wouter Kooyman van Guldener CFO van Somnox

Pieter Pot schaalt supply chain op

Interview met Sjoerd van Bekhoven





Naomi van Nederpelt - Shypple
Erwin Herfst - Shypple
Hanna Steenstra - Shypple

Marit van Beuningen - Set
Nick de Fouw - Set



5 minuten



Scale-up



Shypple helpt de scheepvaart rap naar 'simpel' vrachtverkeer

Een 'vrachtvorst' zo betitelde Quote de 29-jarige Jarell Habets, oprichter van de digitale expediteur Shypple. Habets startte het bedrijf vijf jaar geleden om vrachtbedrijven digitaal aan elkaar te verbinden. Een gouden zet, zo blijkt, want het bedrijf maakt een enorme groei door en mag zich oprecht scale-up noemen. Het team won in oktober vorig jaar de Tech5 Award, een initiatief van Adyen en The Next Web om jonge scale-ups in de spotlight te zetten. Trainees Marit van Beuningen en Nick de Fouw interviewden **Naomi van Nederpelt**, Talent Acquisition Specialist, **Erwin Herfst**, Procurement & Pricing Manager, en **Hanna Steenstra**, Growth Marketeer bij het bedrijf.

Digitaal platform

Binnen het vrachtverkeer is er veel afstemming nodig: verzenden, de vracht tussentijds monitoren, ontvangen. Voorheen kwamen bij die afstemming vooral veel Excel sheets, e-mails en telefoongesprekken kijken. Veel verschillende schakels, inefficiënt en veel kans op fouten,

zo ondervond Jarell tijdens zijn stages, vertelt Erwin. "Hij vond dat dat beter moest kunnen, simpeler. Vandaar de naam 'Shypple', wat staat voor 'shipping made simple'."

Jarell bouwde een digitaal platform waarop verzenders en ontvangers hun zendingen te allen tijde kunnen boeken en

monitoren. Door met een chatfunctie te werken, werd onder meer het aantal e-mails met zo'n zestig per week gereduceerd, laat Erwin weten. "Shypple geeft de controle over het verscheppingsproces terug aan de schepers." Zo kunnen ze containers binnen enkele minuten boeken, alle kosten, tarieven en documenten inzien. Ook worden alle partners automatisch op de hoogte gehouden door het platform. "We hebben zelf geen vrachtwagens, containers, zeeschepen of vliegtuigen. Het enige dat we hebben, zijn de assets zoals laptops en telefoons en de kennis van onze mensen."

Dat digitale platform was het begin van een bedrijf dat nu, 5 jaar later, 150 medewerkers telt. Mede door de recente overname van Milestone Logistics Group maakt de scale-up forse stappen. "We breiden onze dienstverlening uit", aldus Erwin. Milestone werkt met gekoelde vrachten, reefer, een duidelijke aanvulling op de containers waarmee Shypple startte.

Vooruit plannen

Marit: "Het is sinds corona misschien lastig, maar hoe garanderen jullie dat er altijd ruimte is?"

Erwin: "We zoeken naar de meest geschikte en beschikbare ruimte. Als een klant naar Singapore wil, dan waarschuwen we hem dat hij een x-aantal weken van tevoren moet boeken. Ons platform is naast een track and trace-, en communicatietool ook echt een planningstool voor de klant. Zodra de klant weet wanneer er ruimte is, kan hij direct laten weten dat de goederen klaarstaan om af te halen. Zo kunnen we ook vooruit gaan plannen. Dat is belangrijk omdat we moeten weten of de afvaart van donderdag wel past bij de goederen. We houden rekening met meerdere aspecten. Het is niet alleen 'oh jij hebt volgende week ruimte, we plannen hem dan in bij jou', we proberen mee te denken met een klant."

Was het vroeger zo dat het werk van traditionele expediteurs ophield als een volle container de laaddatum

had behaald, bij Shypple gaat het door, legt Erwin uit. "We blijven de vracht volgen en kijken waar de container uithangt. Als een vracht lang in de overlaadhaven blijft staan, kunnen we je ook informeren. Zo loopt de vracht geen onnodige extra vertraging op. We kunnen dan bijvoorbeeld besluiten de rederij te pushen."

Persoonlijk contact

Zo'n anderhalf jaar geleden was Shypple nog een start-up. Ondanks de coronacrisis - er zijn überhaupt weinig lege schepen en containers - wist het bedrijf te groeien tot scale-up. Ook gaat het bedrijf om met uitdagingen als containers die op verkeerde plaatsen staan, havens die uitvallen, een energiecrisis in China, waar de overheid de stroom soms afsluit. Erwin: "Je moet zorgen dat je je klanten altijd op de hoogte houdt en goed informeert. Persoonlijk contact daarbij is belangrijk."

Marit: "Hoe zorg je ervoor dat je dat persoonlijk contact kan blijven geven?" "Het is in deze markt moeilijk om te groeien", zegt Erwin. "Door de overname maken we een sterke groei door. De druk op integratie is groter, maar we hebben nu wel veel kennis in huis. Als een grote nieuwe klant zich meldt, dan zijn wij er klaar voor."

Het bedrijf maakt een rappe professionaliseringsslag door. Erwin: "Er komt bijvoorbeeld meer structuur en we maken onze processen efficiënter. Daarnaast is er meer differentiatie in functies: sales, operations, procurement, people en culture. Iedereen heeft veel vrijheid om hun werk te doen. Iedereen is er wel scherp op om ons platform continu te verbeteren. Hoor je iets van een klant, dan onderneem je actie. Zo krijg je input vanuit allerlei hoeken en kunnen we verbeterlagen maken."

Meegroeien

Door de overname kwamen er in een klap veertig medewerkers bij. Daarnaast is Shypple continu op zoek naar nieuw personeel. Marit: "Hebben jullie, als dynamische scale-up, speciale eigenschappen waar je naar zoekt?" Naomi: "Er zijn natuurlijk bepaalde pijlers die nodig zijn om je succesvol te maken in een snel veranderende

omgeving. Je moet het leuk vinden en ervoor open staan. Initiatief willen nemen en de vrijheid krijgen om dat te doen. Het is een wisselwerking. Je moet je kunnen aanpassen en snel kunnen schakelen."

Erwin: "Ja, die flexibiliteit is heel belangrijk. En zelfstandig kunnen werken. Je werkt door de coronacrisis nu veel vanuit huis, dat vraagt een behoorlijke dosis zelfdiscipline." Waarop Naomi aanvult: "Je moet zelf stappen kunnen nemen om jezelf uit te dagen. Binnen Shypple zijn daarvoor mogelijkheden en uitdagingen genoeg."

Het is ook samenwerken, meedenken. "Waardering voor elkaars creativiteit vind ik erg belangrijk", stelt Erwin. "Als iemand een nieuw idee heeft, is er altijd iemand die ernaar luistert." Naomi: "Wat ik zelf heel mooi vind, is doordat we zo hard groeien, er ook een hele mooie kans ligt om mee te groeien met het bedrijf."

Keukentafel

Volgens Naomi is het ook belangrijk om elkaar echt te spreken om elkaar te kunnen blijven stimuleren. "Niet alleen online met een korte vraag naar hoe het gaat, om vervolgens de meeting te starten. Écht interesse tonen in elkaar en elkaar live ontmoeten."

In het kantoor van Shypple prijkt een grote keukentafel.



Het platform is een matchmaker in het vrachtverkeer

Erwin: "Daar lunchen we altijd gezamenlijk aan. Ook zijn er zithoeken om onze formele gesprekken op een informele manier te houden. Volgens mij dragen de mogelijkheid om altijd even met iemand te kunnen zitten en onze open sfeer bij aan het succes van Shypple."


Naomi: "We doen het echt samen. Je kan niet zo hard groeien als iedereen op zijn eigen eiland zit. Dat is de sfeer die er heerst, iedereen is bereid om elkaar te helpen."

"Dat persoonlijke zie je ook terug in hoe we onze klanten benaderen", duidt Erwin. "Klanten kunnen altijd bellen of terecht bij onze customer succes afdeling. Maar er is ook altijd ruimte aan onze keukentafel."

Duurzaam

Nick blikt graag nog even vooruit op de duurzaamheidsambities van het jonge bedrijf. "Een zeecontainer vervoeren, is een vrij vervuilende business." Zo meldt het onderzoeksinstituut TNO dat de scheepvaart verantwoordelijk is voor 3,15 procent van alle CO₂-uitstoot. "Dat is niet veel minder dan de luchtvaart", staat op de website. Uit onderzoek blijkt dat als de zeevracht een land zou zijn, het het 6e land zou zijn in termen van uitstoot. "Denken jullie dat jullie impact hebben op dit vlak op rederijen zoals een Maersk?"

Hanna: "We zijn daar meer en meer mee bezig. Nu al compenseren we de CO₂-uitstoot door bomen in Tanzania te planten. Als bedrijf werken we volledig 'carbon positive'. Eind 2021 organiseerden we een kick-off over het onderwerp. Biobrandstof is een nieuwe optie die klanten kunnen kiezen. Eventueel compenseren we met een andere afvaart, want niet alle carriers kunnen op biobrandstof varen. Klanten die op deze manier voor biobrandstof kiezen, en zelf niet de vracht verschepen, dragen zo bij aan een algemene vermindering van de emissies van de scheepvaartindustrie."

Over de toekomst is Erwin duidelijk: "We willen zoveel mogelijk bedrijven aan elkaar verbinden via ons platform. Dat je elkaar helpt dezelfde taal te spreken." 



ready
set,
go!

Een talent
ontwikkelt zich
niet alleen.

Samen ontwikkelen we de supply chain leiders van de toekomst.

Doe ook mee! Neem contact op met Evie Jetten, bel 06 42 48 77 66 of mail evie@setsupplychain.com.

www.setsupplychain.com

 **set** supply chain
professionals