→ **Hoe Vogelaar klanten door AI snel en optimaal bedient**
→ **Claude elimineert in recordtempo saai en routineus werk**
→ **Met AI-ondersteund “Vogelaar Operating System” zo slim als een VOS**

OOK GROTE INTERNE OPTIMALISATIES:

VOGELAAR RICHT ZICH MET AI OP DE KLANT VAN MORGEN

Voor Vogelaar is databeheer deel van de corebusiness. Data staan ook aan de basis van het in eigen beheer ontwikkelde Vogelaar Operating System: VOS. Hiermee worden zowel interne als externe administratieve en technische processen aangestuurd. In de afgelopen tijd kreeg AI hierin een belangrijke rol. We gingen in gesprek met algemeen directeur Mark Bonenkamp en operationeel directeur Jeroen Balke over hoe je met behulp van AI-tools een onderneming klaarmaakt voor de klant van morgen.

TEKST **Herman Hartman**
FOTOGRAFIE **Bastiaan de Graaf**

Vogelaar is sterk data-driven, of het nu gaat om drukwerk, direct mail of fulfilment, en dat zowel in b2b als b2c. Er is altijd een data-component. Bij direct mail en fulfilment ligt dat voor de hand. Bij drukwerk speelt personalisatie vaak een rol. De motivatie om meer met data te doen, komt voort uit de veranderende markt, waardoor je veel meer kennis moet vastleggen en delen met klanten. Bonenkamp: ‘We zien de markt voor ons type dienstverlening veranderen. Zo’n 70 procent van alle marketeers is jonger dan 35 jaar. Een nieuwe generatie marketeers die opgroeit met Instagram en TikTok komt pas met ons vakgebied in aanraking als ze in hun eerste baan aan de slag gaan. Onze uitdaging is dat we de inzet van mailings en andere fysieke vormen van drukwerkverspreiding net zo overzichtelijk moeten maken als het verzenden van een e-mailing. Deze jonge generatie zet AI in bij het ontwikkelen van hun strategie voor marktbenadering en is gewend om veel zaken realtime te doen. Als je een vraag krijgt toegespeeld - rechtstreeks of via hun AI-systeem van dienst -, verwachten ze per omgaande antwoord. Daar moet je op inspelen. Dat kan alleen als je je interne zaken goed op orde hebt.’



Jeroen Balke (links) en Mark Bonenkamp, met achter hen het venster op de productiehal. Met inzet van AI bouwt Vogelaar zijn eigen ERP-systeem VOS, voor maximale flexibiliteit en optimaal gestroomlijnde processen.

Interne bedrijfsprocessen

In 2024 nam Vogelaar het bedrijf Mailweb.nl, →



In de productiehal worden tijdschriften en mailings in folie geseald, van bijlagen voorzien en klaargemaakt voor verzending. Vogelaar beschikt over ruim 45 productiemachines voor de verschillende print-, inpak- en verzendprocessen.



Orderpicken in het fulfilmentmagazijn. Met de pickkar worden meerdere orders tegelijk verzameld; de papieren orderbon heeft plaatsgemaakt voor scanner en tablet.

een online portal voor het bestellen en plannen van direct-mailproducties, over van Jeroen Balke. Dit bedrijf versterkte het aanbod op het gebied van direct mail. Het bracht ook een andere kijk mee op het aansturen van interne bedrijfsprocessen. Het systeem dat Balke had ontwikkeld, is als basis gebruikt voor het ontwikkelen van wat nu VOS is. Balke: ‘Het begint met de controle op de hele flow en alle deelprocessen die daaraan ten grondslag liggen. Met meer dan 45 machines in huis en een capaciteit van ruim een half miljoen poststukken per dag, verdeeld over verschillende vervoerders, komt daar heel wat bij kijken.’

De complexiteit is toegenomen doordat een deel van de klanten de complete productie in handen geeft van Vogelaar, waarbij het bedrijf onderdelen van een mail inkoopt die niet in eigen huis worden gemaakt. Balke: ‘Het is van belang dat we een digitale relatie met onze toeleveranciers kunnen onderhouden en dat er API’s beschikbaar zijn om koppelingen te maken waar nodig.’

Maatwerk

De eerste stap, twee jaar terug, was VOS inzetten als vervanging van het bestaande ERP-systeem. Bonenkamp: ‘We hadden specifieke wensen die we er bij onze ERP-leverancier niet doorheen kregen. Neem bijvoorbeeld het controleren van door de klant aangeleverde adresbestanden via PostNL. Dat proces verloopt nu volledig automatisch.’

‘De snelheid waarmee we VOS de afgelopen twee jaar konden ontwikkelen, ligt voor een belangrijk deel bij het gebruik van AI,’ vertelt Balke. ‘Het ontwikkelen en toevoegen van functies in VOS kan met AI-tools snel worden gerealiseerd. Als iemand een specifieke functie nodig heeft, kan die soms binnen enkele uren al worden ontwikkeld, getest en in gebruik worden genomen.’

Tijd winnen door Claude

Van de 80 medewerkers hebben 30 medewerkers toegang tot VOS. Op hun laptop is recent Claude toegevoegd (de LLM van Anthropic). Balke: ‘We hebben ze erover geïnstrueerd, maar ze leren het vooral van elkaar. Dat pakt goed uit in de praktijk.’ Bonenkamp: ‘VOS bracht de tijd die een ordermanager nodig heeft om een order in te voeren en vrij te geven voor productie al terug van circa 25 minuten naar 8 minuten. Een van onze senior ordermanagers bouwde met Claude een tool waarmee hij 10 orders in 2 minuten kan toevoegen. Zulke ervaringen worden dan onderling gedeeld.’

De tijd die daardoor beschikbaar komt, wordt gebruikt om complexe opdrachten voor te bereiden en met klanten door te spreken. Er worden met Claude ook klanten-dashboards gemaakt, waarmee klanten zicht hebben op de orderstatus en een overzicht krijgen van alle eerder afgegeven orders. Ze kunnen zelf zoekvragen formuleren en de rapportage aansturen die uit VOS komt. Claude neemt ook uiteenlopende routine-functies uit handen. De ongestructureerde facturen van PostNL die dagelijks binnenkomen, moeten aan de orders worden gekoppeld en gecontroleerd op juistheid. Een klus die voorheen vier uur per dag kostte. Met het inschakelen van Claude hoeven alleen de foute regels nog te worden bekeken, een klus die binnen een kwartier is geklaard.

Ook winst op de werkvloer

Op de werkvloer zijn stappen gemaakt. Met behulp van AI is er een extra laag in de planning aangebracht als aanvulling op de algoritmes die van oudsher de planning bepalen, legt Balke uit: ‘Met AI kun je minder logische verbanden in kaart brengen en bijvoorbeeld vooraf bepalen welke machine-operatorcombinatie het best past bij een order, rekening houdend met het tijdpad.’ De orderbonnen hebben plaatsgemaakt voor tablets waarop een dashboard met voor die werkplek relevante gegevens wordt getoond. QR-codes helpen om gegevens uit VOS te koppelen, zoals op de verpakkingslijn, waar verpakkingen op maat worden gemaakt. Bonenkamp: ‘Dit type systemen wordt ingezet door de grote e-commercepartijen. Dankzij onze aanpak kunnen kleinere bedrijven hun producten laten verzenden binnen de strenge EU-richtlijnen. Per verpakking wordt het materiaalgebruik vastgelegd en teruggerapporteerd, zodat de opdrachtgever die kan verwerken in zijn verpakkingsdossier.’



Jeroen Balke (rechts) en Mark Bonenkamp in het fulfilmentmagazijn. Per verpakking legt Vogelaar het materiaalgebruik vast, zodat opdrachtgevers dat kunnen verwerken in hun verpakkingsdossier.

DIRECT MAIL WERKT IN HET DIGITALE TIJDPERK

Uit het onderzoek van DDMA (Data-Driven Marketing Association) blijkt dat meer marketeers direct mail inzetten. In 2024 was dat 46 procent, in 2026 geldt dat voor 51 procent. Marketeers melden in dat onderzoek als reden dat online reclame en e-mail nauwelijks meer gezien worden. Fysieke post valt juist op.

‘Zo’n 70 procent van alle marketeers is jonger dan 35 jaar’

Klaar voor morgen

Voor Balke is het ict-traject gesneden koek. Bonenkamp hield zich daar naar eigen zeggen minder mee bezig: ‘Dat ik met Claude zelf kan programmeren, had ik vooraf niet kunnen bedenken. Je moet je als ondernemer in deze materie verdiepen. Wie dat niet doet, mist het zicht op een ontwikkeling die je relatie met klanten verandert en gevolgen heeft voor de inrichting van je productie, waarbij nieuwe systemen volledig digitaal ontsloten moeten zijn.’ Dat laatste is dan ook een van de criteria voor de investering in nieuwe printers die er nog dit jaar aankomen. PM