

# globe



Wake Up International BV  
p.12

“We zijn de oren en ogen van de klant in China.”

**21 Incoterms, het blijft lastig**  
globe magazine geeft antwoord op de meest gestelde vragen.

**26 Strik die Duitse collega**  
Vinden is slechts het begin.  
Aan boord halen is de kunst.

**32 Mexico moeilijk?**  
Tijd voor een frisse blik op dit snel groeiende land.



Wake Up International

# Trade as a service

Zoek je een bedrijf die de volledige internationale operatie voor je uitvoert? Bij Wake Up International ben je aan het juiste adres.

Het mede ontwikkelen van nieuwe producten, selecteren van leveranciers, het toezicht houden op de productie, kwaliteitscontrole, transport, opslag en distributie: Wake Up International kan alles voor je verzorgen. "We zijn een soort barpapapa," verwoordt general manager Roderik Bos. "Wil je dat we alleen inkopen en de kwaliteitscontrole doen? Prima. Wil je dat we ook importeren, de opslag doen en internationaal distribueren? Kan allemaal!"

Roderik ontvangt globe magazine op het hoofdkantoor in Zeist. Aan tafel is ook Marco van Alphen aangeschoven, die als operational manager verantwoordelijk is voor de vier kantoren in China en Vietnam. In de vergaderzaal staan overal producten van relaties uitgestald, van matrassen tot broodroosters en van supermarkttassen tot onderhoudsartikelen voor gehoorapparatuur.

"We zijn een familiebedrijf," begint Roderik zijn verhaal. "Mijn vader is in de jaren '70 begonnen met het bedrijf. Hij richtte zich aanvankelijk op bijoutherieën voor de modewereld. Die kocht hij

dan als groothandel in Azië en verkocht ze door aan detaillisten. Postorderbedrijven als Wehkamp, Neckermann en Otto plakten kleine cadeautjes op de cover van hun catalogi. Dat kon een kettinkje zijn of een sjaltje. Omdat mijn vader de weg kende in Azië werd hem gevraagd dat te regelen. Zo is hij langzaam in de wereld van de *premiums* gerold. Het werd steeds groter: als je iets bestelde uit een catalogus kreeg je vaak een cadeautje zoals een fleecedeken of een porseleinen beker. En we gingen merchandising doen, onder andere voor Feyenoord. Zo bouwden we over de jaren veel kennis van verschillende productgroepen op."

Mede door de komst van internet zakte de premiumsmarkt sterk in. Roderik: "Het was niet meer zo noodzakelijk om cadeautjes weg te geven om consumenten te 'triggeren', de prijs van de producten zelf werd het meest belangrijk. Als bedrijf hebben we toen onze focus verlegd naar de reguliere handel. Maar je kunt ons geen handelshuis noemen: we kopen uitsluitend op opdracht in. Wat we eigenlijk leveren is een dienstverlening. We zoeken fabri-



kanten, checken de wet- en regelgeving, verzorgen de logistieke processen, doen de kwaliteitscontrole en denken zelfs graag mee bij het ontwikkelen van producten.”

Marco: “Er is een wisselwerking met onze opdrachtgevers. Roderik en ik lopen heel veel beurzen af. Soms zien we iets waarvan we weten dat het goed bij een bepaalde opdrachtgever past. Dat bieden we dan actief aan. Daarnaast kan een opdrachtgever vragen om op zoek te gaan naar een specifiek product. We houden ook in de gaten of bestaande producten ergens anders niet gunstiger in te kopen zijn. Misschien is er een betere kwaliteit te vinden, kan het goedkoper of zijn de condities beter. Wij zijn de oren en ogen van onze relaties in Azië.”

#### Kwaliteit

Roderik: “In onze vroege jaren merkten we zo nu en dan dat wat er in Nederland uit de container kwam, niet altijd precies was wat je besteld had. Om meer grip op de productie en kwaliteit te krijgen zijn we in het jaar 2000 be-

#### “XX”

gonnen met het openen van eigen kantoren in Azië. Op dit moment hebben we er drie in China en één in Vietnam. Dat zijn eigen kantoren met eigen personeel”.

Marco: “Een van de kantoren (Hong Kong) heeft een aansturende en coördinerende functie. Momenteel zijn wij bezig om ook de kwaliteitscontrole vanuit India op te zetten. Op het tweede kantoor (Guangzhou) zit onze kwaliteitsmanager die alle kwaliteitcontroleurs die de zendingen fysiek controleren aanstuurt. Op het derde kantoor (Zhejiang) zitten de mensen die pro-activiteiten uitvoeren en waar de opvolging van de orders wordt uitgevoerd. Hun voornaamste taak is om in Azië op zoek te

gaan naar de faciliteit waar we het beste de producten voor onze opdrachtgevers kunnen laten maken. Het kantoor in Hanoi vervult *sourcing* en kwaliteitscontroles in Vietnam.

Roderik: “Soms moet je wel eens een zending afkeuren. Dan lopen we na waar het is misgegaan in het proces. We controleren tijdens het gehele productieproces, zodat we eventuele fouten al in een vroeg stadium ontdekken en zeker niet pas als de goederen in Nederland op de kade staan!

Afkeuren is nooit leuk, maar uiteindelijk is het wel waarvoor we er zijn. Wij willen er voor zorgen dat de eindklant kwalitatief goede producten krijgt. We pretenderen niet dat er nooit wat fout gaat. Je kunt nooit voorkomen dat als je honderdduizenden producten laat maken er enkele mindere exemplaren tussen zitten, dat is uitval die je moet accepteren. Maar dat risico is voor ons”.

#### Risico's

Marco: “Onze relaties zijn niet alleen van al het gedoe af, maar ook van de risico's. Wij kopen in, dus als er iets niet goed is, is het ons probleem. Als wij spullen de EU inbrengen ligt bij ons de aansprakelijkheid. Daarom zijn we continu bezig met zaken als certificering en wetgeving. De wet- en regelgeving houden we voornamelijk vanuit Zeist bij.

Al sinds 2000 hebben we kwaliteitsmanagers in China. Zij zijn erg streng en gaan echt tot het naadje van de kous als het gaat om het auditen van fabrieken en het controleren van producten. Onze kracht is dat loyale, lokale mensen bij ons werken die boven het gemiddelde beloond worden.”

Roderik: “Onze opdrachtgever hoeft niet te betalen voor iets wat niet volgens afspraak geleverd wordt. Alleen al daarom willen we dat het over de hele keten klopt.”

#### Productontwikkeling

Roderik: “De laatste jaren zijn we sterker geworden in het samen met onze relaties ontwik-

#### “XX”

kelen van nieuwe producten. Het moet dan bepaalde eigenschappen hebben en het mag in de winkel niet meer dan een bepaald bedrag kosten. Samen met de opdrachtgevers verzorgen we dan de R&D, de prototyping en het maken van mallen.”

Marco: “Maar ook de verpakkingen, de handleidingen, het screenen van fabrieken. We zijn best wel een duizendpoot.”

Marco: “Dit jaar hebben we met een start-up weer een compleet nieuw product ontwikkeld. Over een paar weken zitten daar de eerste producten van in het vliegtuig.”

Roderik: “Soms zijn we bereid om mee te financieren, want niet iedereen met een goed idee heeft ook de financiële middelen beschikbaar of een netwerk van potentiële afnemers. We vragen daar geen belang in het bedrijf voor terug, maar we spreken wel af dat ze bij ons afnemen. Op deze manier hebben we veel succesvolle producten op de markt gebracht.”

#### Ontwikkelingen in China

Marco: “China is naast een sourcingland ook steeds meer in een afzetmarkt aan het worden. Onze opdrachtgever in de gehoorbescherming vraagt bijvoorbeeld regelmatig om producten in China zelf af te leveren. Toen we dat voor het eerst deden hebben we evofenedex om advies gevraagd. Want hoe zit het eigenlijk: Ik heb een Nederlandse partij die me een opdracht geeft om iets in China te maken en ook in China af te leveren, moet ik dan btw op mijn factuur zetten of niet? Voor dat soort vragen ben ik blij dat we lid zijn. Heel af en toe krijgen we ook de vraag om uit Nederland naar China terug te leveren. Maar vaker gebeurt het dat spullen die we in China laten maken niet meer naar Nederland komen.”

Roderik: “Ook op logistiek gebied houden we alle ontwikkelingen in de gaten. De treinverbinding tussen China en West-Europa bijvoorbeeld is een mooie nieuwe optie in de transportwereld. We maken daar al veel gebruik



# Adv



van. Het is kostbaar, maar nog altijd goedkoper dan luchtvracht en milieuvriendelijker. Wij laten kleinere artikelen produceren, waarvan er veel in een container passen maar ook veel hoogwaardige producten. Voor acceptabele extra transportkosten kun je deze per trein toch nog snel in de winkel krijgen.

Roderik noemt nog een andere ontwikkeling: het verschuiven van productieregio's. "Locaties liggen steeds vaker in het binnenland of helemaal buiten China. We zitten niet voor niets ook in Vietnam. We houden dit strak in de gaten. Onze opdrachtgevers verwachten dat we altijd toetsen of we nog wel op de beste plek zitten."

Marco: "En we anticiperen op problemen. In Noord-China is smog een serieus probleem. We zagen dat op tijd als bedreiging voor onze productielocaties en hebben nieuwe fabrieken in het zuiden van China gezocht. Net op tijd, want de Chinese overheid liet in achtentwintig steden fabrieken sluiten. De nieuwe locaties zijn milieugecertificeerd en worden elke zes maanden ge-audit."

Roderik: "We werken met een *code of conduct* en toetsen onaangekondigd op de naleving daarvan. Dat gaat om milieu-eisen maar ook de werkomstandigheden. We werken alleen met fabrieken die BSCI-gecertificeerd zijn. Je moet er toch niet aan denken dat er kinderen aan het werk zijn voor jouw brillendoekje of kussen."

### 360 graden

Marco: "We verkopen een dienstenpakket afgestemd op de wensen en behoeften van de opdrachtgever. Sourcing, inkoop, auditing, kwaliteitscontrole, verschepping, opslag en distributie. De opdrachtgever kiest zelf of hij het gehele proces in handen laat van Wake Up of een gedeelte daarvan. Gaat het alleen om commerciële support of alles van procurement tot het managen van de gehele *supply chain*?"

Roderik: "We hebben een grote beddenretailer als opdrachtgever, die bij ons F.O.B China in-



### "XX"

koopt. Wij doen de kwaliteitscontrole, orderfollow-up en zorgen dat alles *compliant* is. De hele logistiek en het importeren verzorgen ze zelf. Zij blijven zelf verantwoordelijk voor de inkoop. Door onze jarenlange ervaring en gedegen marktkennis op het gebied van sourcing en inspecties is er voor hen nauwelijks of geen risico. Maar we werken ook voor een retailer die vierduizend winkels door geheel Europa heeft. Voorheen werd de inkoop en logistiek door de afzonderlijke landen gedaan. Zonde natuurlijk. Wij hebben de inkoop en logistiek voor hen ge-centraliseerd. We hebben een warehouse in

Spanje en in Nederland waar hun goederen liggen. Wij zorgen ervoor dat alle producten decentraal worden uitgeleverd in Europa. Dus zijn zijn behalve importeur ook nog eens exporteur.

We hebben een 360 graden dienstverlening. Alles is transparant, de opdrachtgever weet waar wij kopen en tegen welke prijs. We werken voor een commissie of een opslag. Om nieuwe relaties kennis te laten maken met onze hoge servicegraad bieden wij de eerste opdracht tegen kostprijs aan.

Een paar keer per jaar reizen we met de opdrachtgevers rond om te laten zien waar hun spullen vandaan komen. We doen ook onaangekondigde fabrieksbezoeken, zodat onze opdrachtgever echt ziet hoe het er aan toe gaat. Bedrijven doen met ons zaken omdat ze ontzorgd worden en zich kunnen concentreren op hun *core business*." ●●●