



KUNDCASE

**BJÖRN BORG GÅR HELA  
VÄGEN TILL KUND MED  
REDUCERAT FOTAVTRYCK**

**DHL**

Björn Borg är ett globalt sportmode-varumärke med ett starkt fokus på hållbarhet i allt från produkter och transporter till mänskliga rättigheter och jämlikhet. Hållbarhetsarbetet B. Tomorrow är en drivande och central del i Björn Borgs produktutvecklingsstrategi. En strävan att göra skillnad, att bli bättre och att aldrig sluta utvecklas.

Jonathan Larsson, Supply Chain och Logistics Manager på Björn Borg, har en holistisk syn på distributionsflödena som han ur ett logistiskt perspektiv delar upp i fyra ben: distributörer – som har distributionsrättigheter för Björn Borg-produkter på olika marknader, wholesale/e-tailers – som utgör mellanhanden mellan Björn Borg och konsumenten, retail – de egna butikerna och e-handel - den egna webbutiken.

## FOKUS PÅ FLEXIBILITET

Björn Borg står i startblocken med att se över sina leveranslösningar för att utöka sina distributionsflöden. Översynen av flödena görs ur ett kund- och konsumentperspektiv för att förbättra konsumentupplevelsen men samtidigt göra interna kostnadsbesparingar.

En medvetenhet har börjat växa fram bland konsumenten där inte längre priset är den enda relevanta parametern. Björn Borg vill erbjuda valmöjligheten att få hem sin order på ett mer praktiskt sätt än tidigare. Det ska också finnas hållbara leveransalternativ med bibehållen hög precision. Leveranser fram till dörren är ett måste bland valmöjligheterna, tillsammans med ett preciserat informationsflöde som beskriver var leveransen befinner sig för tillfället.

– Ett brett utbud av leveransalternativ ökar bekvämligheten för konsumentent, ger ökad kundnöjdhet och förhoppningsvis en vilja att handla mer. Genom att även erbjuda hållbara transportalternativ ger vi kunden en möjlighet att jobba för en bättre morgondag tillsammans med oss.

## HÅLLBARHET PÅ KRAVSPECEN

Björn Borgs tre fokusområden för att leverera den bästa kundupplevelsen är servicegrad, leveranstid och hållbarhet. Kunderna efterfrågar nya, smarta och hållbara lösningar och kraven på flexibilitet blir bara högre och högre. Utlämningsstället utökas med möjlighet att få leverans till dörren och realtidsspårning av paketen.

– Som e-handlare är det viktigt att ligga i framkant när det kommer till innovativa leveranslösningar som stärker konsumentupplevelsen, så det är något vi eftersträvar och fokuserar på, säger Jonathan.

*“Som e-handlare är det viktigt att ligga i framkant när det kommer till innovativa leveranslösningar”*



**Jonathan Larsson**  
Supply Chain och Logistics  
Manager på Björn Borg

## B. TOMORROW MINSKAR KOLDIOXIDAVTRYCKET

Björn Borgs hållbarhetsarbete går under samlingsnamnet B. Tomorrow. Bolagets målsättningar och arbete inom hållbarhet omfattar allt från mänskliga rättigheter, kemikalieutsläpp och produktutveckling, till hållbara förpackningar, butiker och minskat koldioxidavtryck genom bland annat smartare logistik och transporter. DHL har ett antal initiativ som går i linje med Björn Borgs hållbarhetsmål och de tittar tillsammans på leveransalternativ som kan reducera koldioxidavtrycket.

Jonathan brinner för lastmile-leveransen, den sista biten för att nå ut till konsumenterna, och där man kan påverka miljön i stor utsträckning genom att välja klimatsmarta leveranslösningar. Han tittar bland annat på ett DHL-initiativ med el-cyklar, vilket är både praktiskt och hållbart i storstadsmiljö.

## FLER FLÖDEN FÖR FRAMTIDEN

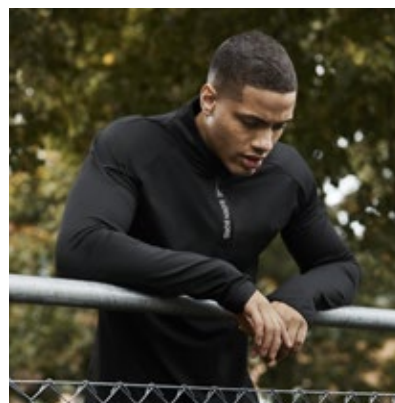
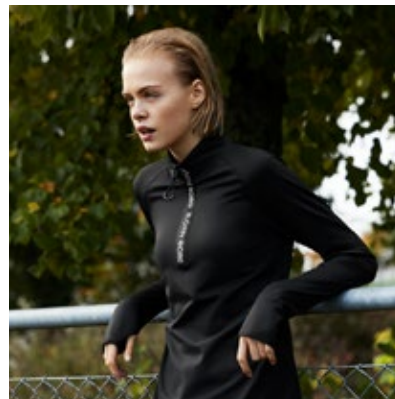
Huvuddelen av Björn Borgs utbud är idag underkläder, så returer utgör för närvarande en relativt liten del av flödet. Det pågår en varumärkesförflyttning mot att vara mer av ett sportklädesföretag och i och med detta har andelen returer börjat öka, vilket sätter fokus även på returflödet.

## KUNDERNAS FÖRTROENDE OCH PARTERSAMARBETE

Jonathan har ett tydligt kund- och konsumentfokus i alla led. En fördel med DHL är att det är en välkänd distributör som många kunder och konsumenter känner sig trygga med, särskilt i Europa. Att kunden känner ett förtroende för webbbutikkens transportlösningar är viktigt och bör inte underskattas, och där är DHL starka, enligt Jonathan. DHLs breda utbud och flexibla lösningar passar Björn Borg och Jonathan är nöjd med den höga servicegraden och tidsprecisionen i leveranserna. Även DHLs miljöfokus och innovationstakt tilltalar Björn Borg och i slutändan de medvetna konsumenterna.

– Att ha en bra logistikpartner betyder mycket. Någon som är expert på sitt område och som erbjuder skräddarsydda lösningar som ger stora vinster genom konsolidering av leveranser och effektivisering av flöden.

Som leveranspartners har Björn Borg och DHL ett bra samarbete, tycker Jonathan. DHL har Key Account Managers som frekvent har avstämningar och informerar om nya lösningar som kan passa Björn Borgs verksamhet och flöden. De har en tät dialog och DHL presenterar kontinuerligt rapporter och analyser av alla Björn Borgs flöden. En god kundservice är, precis som för konsumenterna i webbutiken, nyckeln till det långsiktiga samarbetet mellan Björn Borg och DHL.



DHL har ett världsomfattande nätverk och organisation, lång erfarenhet och förstår komplexiteten i att leverera direkt mot slutkonsument.

### **Vi satsar grönt. Hänger du med?**

När du skickar paket med oss på DHL kan du vara säker på att vi gör allt för att minska vår miljöpåverkan. 2050 är vårt globala mål att vi ska ha noll nettoutsläpp av växthusgaser. Redan i dag har vi kommit en bra bit på vägen. Här i Sverige har vi sedan 2008 minskat våra utsläpp med 48% (minskade koldioxidutsläpp per ton km). Följ gärna med på vår resa mot mer hållbara transporter.

### **Vill du bli kund hos DHL?**

0771-345 345

[dhlpaket.se](https://www.dhlpaket.se)