

De C-Level-gids voor slimmere retail commerce

TCO verlagen & groei stimuleren





Inhoudsopgave

4 Het nieuwe mandaat voor C-level

- 04** Commerciële strategie is nu bedrijfsstrategie

6 TCO: de belangrijkste metric

8 Van kostenpost naar groeimotor

- 8** Commerciële infrastructuur transformeren tot een inkomstenbron
- 8** Het DNA van een groeibevorderend commerce platform
- 9** Van operationele overhead naar meetbare impact

10 Van collega's tot bewijs: waarom retail leiders vertrouwen op Shopify voor prestaties en TCO

- 10** Erkenning in de branche, ondersteund door echte resultaten
- 12** Waarom validatie door collega's belangrijk is voor beslissingen op C-level niveau
- 12** Bewezen succesverhalen
- 12** De conclusie voor leidinggevendenden

13 Waarom Shopify en valantic het platform en partnerschap zijn waarop je moet inzetten

- 13** Innovatie, focus en partnerschap waarmee je voorop blijft lopen
- 15** Het voordeel van valantic

16 Volgende stappen: je routekaart voor 2026 minder risicovol maken

- 17** Het 4-stappenplan voor retail leiders
- 17** De oproep tot actie voor 2026



Het nieuwe mandaat voor C-level

Commerciële strategie is nu bedrijfsstrategie

Retail zit midden in een van de meest ingrijpende en transformatieve periodes in zijn geschiedenis. De grenzen tussen fysiek en digitaal zijn niet alleen vervaagd. Ze zijn helemaal verdwenen. Klanten willen de vrijheid om te shoppen zoals zij dat willen: online, in de winkel, via hun mobiel, via sociale media of in een mix van deze kanalen die naadloos op elkaar aansluiten.

Het huidige retaillandschap is wereldwijd by default. Concurrenten kunnen van de ene op de andere dag je markt betreden. Prijstransparantie is direct mogelijk. En klanten, gesterkt door keuze en technologie, voelen zich aangetrokken tot merken die snelheid, relevantie en vertrouwen bieden.

Voor leidinggevendenden op C-level (CIO's, CTO's, CMO's en CDO's) is digital commerce niet langer een geïsoleerde IT-aangelegenheid. Het is een

Inzicht van leidinggevenden: “Digitale commerce is verplaatst van de IT-afdeling naar de directiekamer omdat de prestaties ervan bepalend zijn voor het concurrentievermogen van een retailer.”

directe hefboom geworden voor zowel groei als concurrentievoordeel, die van invloed is op alle statistieken die belangrijk zijn voor het bedrijf:

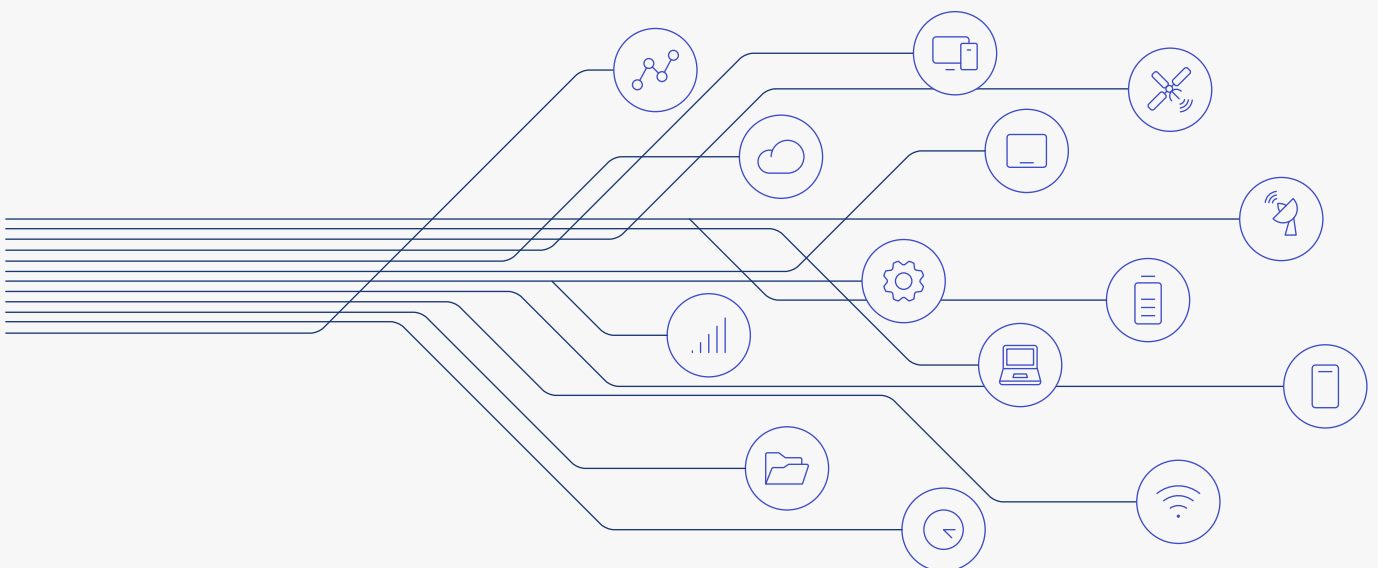
- **Omzet:** via hogere conversiepercentages, een hogere gemiddelde orderwaarde (AOV) en een hogere klantwaarde (CLV).
- **Efficiëntie:** door operationele kosten te verlagen, workflows te stroomlijnen en de productiviteit van teams te verhogen.
- **Marktflexibiliteit:** waardoor je snel kunt schakelen, nieuwe kanalen kunt lanceren en nieuwe kansen kunt benutten voordat je concurrenten dat doen.
- **Merkwaarde:** door consistente, soepele klantervaringen te bieden die loyaliteit en aanbevelingen versterken.

Maar kansen gaan gepaard met complexiteit. Retail leiders staan onder druk om aan deze eisen te voldoen en tegelijkertijd de stijgende

technologische kosten te beheersen, de beperkingen van verouderde systemen te overwinnen en het tempo van innovatie vast te houden waarmee ze de markt voor blijven.

Eén ding is duidelijk: commerciële strategie is nu bedrijfsstrategie. De beslissingen die je neemt over je commerce-infrastructuur zullen bepalend zijn voor het vermogen van je bedrijf om de komende tien jaar te concurreren, te groeien en te bloeien.

In deze gids bekijken we hoe vooruitstrevende retail leiders hun aanpak herzien. Ze stellen de totale eigendomskosten of total cost of ownership (TCO) centraal in hun strategische besluitvorming, transformeren commerce van een kostenpost naar een groeimotor en kiezen partners die innoveren in het tempo dat hun bedrijf vereist.



Wereldwijde retail-touchpoints (winkel, mobiel, desktop, social commerce-iconen verbonden)



TCO: de belangrijkste metric

In de directiekamers van retailbedrijven komt één commerciële metric steeds hoger op de agenda te staan: Total Cost of Ownership (TCO). Deze metric laat de werkelijke kosten en waarde van je commerce platform zien, naast de licentie- of abonnementskosten die je vooraf betaalt.

De verborgen kosten vertellen vaak het echte verhaal:

- **Implementatie en integratie:** ERP-, CRM-, OMS- en marketingsystemen met elkaar verbinden.
- **Ontwikkeling:** middelen die nodig zijn voor elke feature update of campagne-lancering.
- **Onderhoud en upgrades:** hosting, compliance, beveiliging en versie-upgrades.
- **Opportunitetskosten:** gederfde inkomsten door trage lanceringen, downtime of slechte schaalbaarheid.
- **Training en ontwikkeling:** teams efficiënt houden en op de hoogte houden van nieuwe tools en trends zoals AI.

C-Level Insight: “Elke euro die je bespaart op de tech stack, is een euro die je kunt herinvesteren in groei.”

De businesscase is duidelijk:

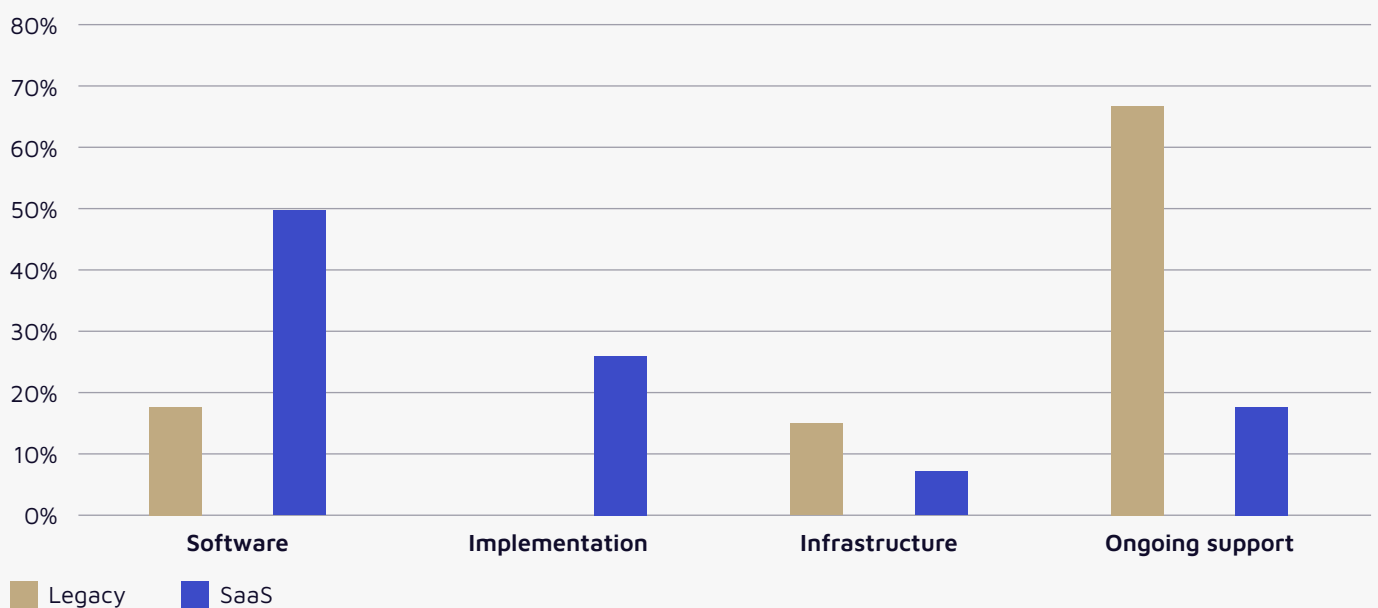
Als je dit over een langere periode bekijkt, wordt het verschil tussen legacy stacks en moderne platforms duidelijk:

- **Legacy platforms** betekenen lange projecttermijnen, afhankelijkheid van gespecialiseerde ontwikkelaars en dure ‘big bang’-upgrades.
- **Moderne cloud-native platforms** bieden flexibiliteit, schaalbaarheid en continue innovatie, zonder verstoring.

Retailers die overstappen naar Shopify Plus verlagen hun TCO gemiddeld met 35%, terwijl ze hun conversie verbeteren en hun time-to-market versnellen. Een lagere TCO maakt niet alleen budget vrij, maar maakt ook herinvestering mogelijk in groeifactoren zoals klantenwerving, productinnovatie en AI-gestuurde personalisatie.

In de huidige omgeving met druk op de marges is TCO niet langer optioneel, maar een KPI op directieniveau die bepaalt of je commerce stack een concurrentievoordeel of een verborgen risico is.

TCO OVER 5 YEARS



Staafdiagram dat de TCO-verdeling vergelijkt tussen een legacy-platform en een modern platform (implementatie, onderhoud, upgrades, opportunity costs)



Van kostenpost naar groeimotor

Commerciële infrastructuur transformeren tot een inkomstenbron

In veel retailbedrijven werden commerce platforms altijd gezien als kostenposten; systemen die nodig waren om e-commerce draaiende te houden. Budgetten werden toegewezen voor stabiliteit, niet voor groei. Tech teams waren vooral bezig met het up-and-running houden van systemen en het vervullen van zakelijke verzoeken, vaak met lange doorlooptijden en beperkte flexibiliteit.

Maar deze mentaliteit verandert snel. Toonaangevende retailers zien hun commerce platform nu als een strategisch middel. Een middel dat direct kan bijdragen aan omzetgroei, de operationele efficiëntie kan verbeteren en geheel nieuwe inkomstenstromen kan genereren.

Het DNA van een groeibevorderend commerce platform

De overgang van kostenpost naar groeimotor is gebaseerd op vier pijlers:

1. Flexibele architectuur

- Moderne, API-first platforms met sterke integratielagen maken het makkelijk om verbinding te maken met nieuwe kanalen, betaalmethoden of fulfilmentpartners, zonder dure herbouw. Dit zorgt ervoor dat je je snel kunt aanpassen aan veranderingen, terwijl je de TCO onder controle houdt.
- In plaats van vast te zitten aan rigide of verouderde systemen, krijgen retailers de vrijheid om zich in hun eigen tempo te ontwikkelen, met een architectuur die is ontworpen voor aanpassingsvermogen op de lange termijn.

Balancing Efficiency and Investment



Diagram dat de overgang weergeeft van "Kostenpost" "Groeimotor"

C-Level Insight: "Als je commerce platform niet actief omzet genereert, kost het je twee keer zoveel: eenmaal in onkosten en nogmaals in gemiste kansen."

2. Snellere time-to-market

- De mogelijkheid om nieuwe productlijnen, campagnes of regionale winkels binnen enkele weken in plaats van maanden te lanceren.
- Minder afhankelijkheid van grote technische teams voor elke site-update, waardoor marketing- en merchandisingteams kunnen meegaan met de snelheid van de markt.

3. Empowered teams

- Tools en workflows die zo zijn ontworpen dat niet alleen ontwikkelaars, maar ook zakelijke gebruikers wijzigingen kunnen aanbrengen.
- Deze autonomie betekent sneller experimenteren, snellere iteratie en meer datagestuurde besluitvorming.

4. Voortdurende innovatie

- Toegang tot nieuwe platformfuncties, integraties en optimalisaties zodra deze beschikbaar zijn, zonder versturende replatforming-projecten.
- Ingebouwde mogelijkheden zoals AI-gestuurde personalisatie, geavanceerde analyses en omnichannelbeheer zorgen ervoor dat retailers voorop blijven lopen op de veranderende verwachtingen van de consument.

Van operationele overhead naar meetbare impact

Bij migratie naar Shopify zijn de resultaten meetbaar:

- Checkout-ervaringen die tot 36% beter converteren dan het branchegemiddelde.
- Aanzienlijk lagere operationele overhead, waardoor teams zich kunnen richten op strategie en creatieve executie.
- De mogelijkheid om snel nieuwe verkoopkanalen, social commerce, live shopping en marktplaatsintegraties te testen en toe te passen, zonder kernsystemen te hoeven herzien.

Een wereldwijde retailer in sportartikelen stapte bijvoorbeeld over op een modern commerce platform en kon in minder dan 90 dagen drie nieuwe regionale sites lanceren, waardoor de ontwikkelingskosten met 40% werden verlaagd en de conversie in het eerste kwartaal met dubbele cijfers steeg.

De conclusie is duidelijk: wanneer commerce is ontworpen voor groei, is het niet langer een post op de onkostenstaat, maar een motor voor concurrentievoordeel.



Van collega's tot bewijs: waarom retail leiders vertrouwen op Shopify voor prestaties en TCO

Erkenning in de branche, ondersteund door echte resultaten

In de wereld van commerce technologie is erkenning van analisten waardevol, maar erkenning van concurrenten is onbetaalbaar. Waarom? Omdat het afkomstig is van leiders die in dezelfde situatie hebben gezeten, met vergelijkbare uitdagingen te maken hebben gehad en moeilijke keuzes hebben gemaakt over waar ze in zouden investeren.

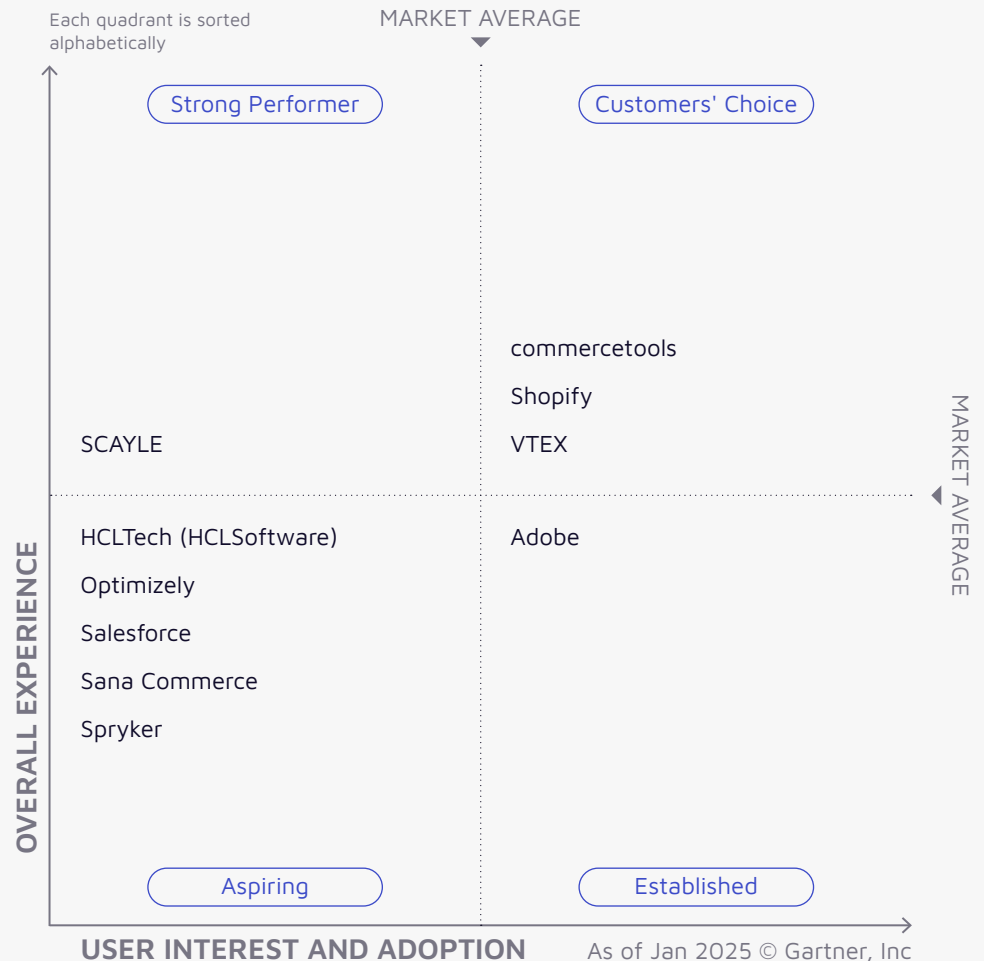
In mei 2025 werd Shopify uitgeroepen tot Customers' Choice in Gartner's Voice of the Customer for Digital Commerce. Deze benoeming is volledig

gebaseerd op geverifieerde beoordelingen en ratings van bedrijfs- en technologieleiders die het platform hebben geïmplementeerd en de impact ervan hebben gemeten.

In tegenstelling tot de gebruikelijke beoordelingen van analisten, laat het rapport 'Voice of the Customer' zien hoe het platform echt werkt, zoals:

- **Algemene ervaring:** hoe goed het platform elke dag doet wat het belooft.
- **Mogelijkheden:** de breedte en diepte van de functies die beschikbaar zijn voor winkelteams.

Gartner Peer Insights "Voice of the Customer" Digital Commerce



Inzicht van leidinggevenden: "Dit is niet zomaar een analistenrapport. Het is de stem van bedrijven die deze oplossingen hebben geïmplementeerd en de impact hebben gemeten."

- **Ondersteuning en levering:** hoe goed de onboarding, klantenservice en doorlopende service zijn.
- **Aanbevelingsbereidheid:** misschien wel de meest veelzeggende maatstaf, die laat zien of leiders hun reputatie op het spel zouden zetten om het platform aan een collega aan te bevelen.

De plaatsing van Shopify in het **kwadrant 'Customers' Choice' rechtsboven** betekent dat het **beter presteert dan het marktgemiddelde op het gebied van zowel gebruikerstevredenheid als adoptiegraad**: een zeldzame combinatie die wijst op een goede balans tussen technische prestaties en zakelijke waarde.



Waarom validatie door collega's belangrijk is voor beslissingen op C-level niveau

Het kiezen van het verkeerde commerce platform kan een retailer jarenlang opzadelen met ondermaatse prestaties, hoge TCO en dure workarounds. Validatie door collega's helpt dat risico te verminderen door marketingclaims te doorbreken en te laten zien wat in de praktijk werkt:

- **Snelheid van waardecreatie:** hoe snel kan een platform worden gelanceerd in een complexe retailomgeving?
- **Schaalbaarheid onder druk:** kan het piek events zoals Black Friday of spraakmakende productlanceringen zonder onderbrekingen aan?
- **Adoptievermogen:** Kan het platform gelijke tred houden met opkomende kanalen en veranderend consumentengedrag?
- **TCO-profiel:** Wat zijn de kosten op de lange termijn in vergelijking met alternatieven, voor implementatie, exploitatie en upgrades?

Dit zijn vragen die collega's al hebben beantwoord op basis van hun eigen ervaringen.

Bewezen succesverhalen

Retailers boeken meetbare winst na de overstap naar Shopify:

→ Decor Steals (Wonen & Leven)

- Overgestapt van Salesforce Commerce Cloud in minder dan 6 maanden.
- Lanceringskosten met ongeveer €300.000 verlaagd.
- Conversie met 10% verhoogd in het eerste kwartaal.

→ Bauer (sportartikelen)

- Overgestapt van Salesforce Commerce Cloud naar Shopify Plus.
- 60% omzetgroei gerealiseerd ten opzichte van vorig jaar.
- Bedrijfskosten met 20% verlaagd.
- Conversie met 18% verhoogd.

De conclusie voor leidinggevendenden:

Als je concurrenten snellere lanceringen, lagere totale eigendomskosten en hogere conversiepercentages melden, is de vraag hoe snel je dezelfde voordelen voor je eigen bedrijf kunt realiseren.



Waarom Shopify en valantic het platform en partnerschap zijn waarop je moet inzetten

Innovatie, focus en partnerschap waarmee je voorop blijft lopen

De commerce wereld staat niet stil en dat geldt ook voor je platform.

In een omgeving die wordt gekenmerkt door snelle veranderingen, verschuivende verwachtingen van consumenten en nieuwe marktdeelnemers, is de winnende combinatie voor C-level leiders technologie die zich in realtime ontwikkelt en een partner die innovatie kan omzetten in meetbare resultaten.

Onverminderd focus op e-commerce

Shopify is 100% toegewijd aan e-commerce. In tegenstelling tot algemene technologieleveranciers die hun focus verspreiden over meerdere,

niet-gerelateerde productlijnen, investeert Shopify al zijn middelen in het bouwen van het meest geavanceerde, schaalbare en flexibele e-commerce platform op de markt. Deze unieke focus heeft een direct voordeel voor retailers: elke innovatie, elke functie en elke investering is ontworpen om je te helpen meer te verkopen, sneller te schalen en slanker te werken.

Een bewezen tempo van innovatie

De innovatiecyclus van Shopify verloopt sneller dan die van traditionele bedrijfssoftware:

- 3 miljard dollar geïnvesteerd in R&D tussen 2023 en 2024.
- Nieuwe functies en mogelijkheden worden continu uitgerold zonder downtime of verstoring door grote 'big bang'-upgrades.



- Twee keer per jaar worden Editions uitgebracht met de nieuwste ontwikkelingen, van nieuwe API's tot uitgebreide wereldwijde betalingsmogelijkheden.

Voor retailers betekent dit dat je altijd met de nieuwste technologie werkt, zonder het risico en de kosten van voortdurende herbouw.

AI als kern

Kunstmatige intelligentie zit verweven in het DNA van Shopify. Zowel in het product als in de manier waarop we werken:

- Voor verkopers: AI-gestuurde personalisatie, voorspellende voorraadtools en geautomatiseerde merchandising helpen de relevantie te vergroten, verspilling te verminderen en de conversie te optimaliseren.
- Voor teams: geïntegreerde AI-tools maken workflows makkelijker, genereren hoogwaardige productbeschrijvingen, halen inzichten uit data en versnellen de time-to-market.
- Voor het platform: AI geeft inzicht in de prioriteiten voor productontwikkeling, identificeert

waar de behoeften van klanten veranderen en maakt een snellere reactie mogelijk.

Het resultaat? Een slimmere commerce-engine die harder werkt voor je bedrijf.

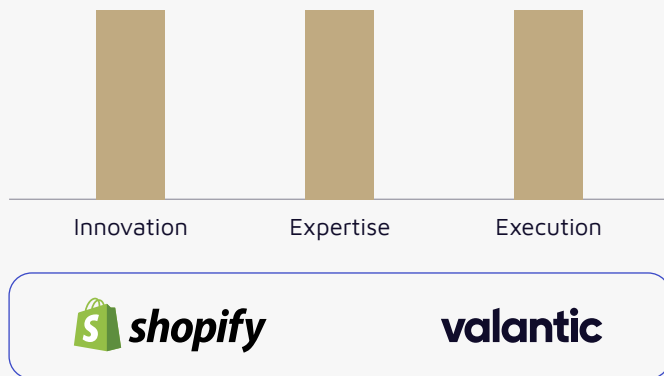
Enterprise-kwaliteit zonder de ballast

Voor grote retailers en ondernemingen op enterprise niveau biedt Shopify Plus de flexibiliteit, prestaties en veiligheid die je nodig hebt. Zonder de trage, dure overhead van traditionele enterprise-software:

- Een wereldwijde infrastructuur die miljarden aan jaarlijkse GMV en piek events kan verwerken zonder downtime.
- Vooraf gebouwde integraties met toonaangevende ERP-, CRM- en marketing automation platforms.
- Uitbreidbare architectuur via API's, SDK's en aanpasbare workflows, zodat het platform zich aanpast aan jouw bedrijf.

En, voor degenen die zich nog steeds afvragen of Shopify geschikt is voor grote, complexe

bedrijven, het bewijs ligt in het klantenbestand: meer dan 100 grote merken zijn met succes gemigreerd van verouderde platforms naar Shopify Plus en plukken nu de vruchten van snellere lanceringen, lagere TCO en hogere conversie.



Het voordeel van valantic

Technologie alleen is niet genoeg. Voor retailers die te maken hebben met snelle veranderingen, bieden platforms en tools mogelijkheden, maar die mogelijkheden worden pas echt goed als je ze combineert met de juiste expertise. Daar komt valantic om de hoek kijken. Samen met Shopify bieden we niet alleen technologie, maar ook resultaten.

Strategische afstemming

Elke transformatie in retail begint met duidelijkheid aan de top. We werken nauw samen met je managementteam (CIO, CMO, CDO en CTO) om ervoor te zorgen dat je commerciële strategie onlosmakelijk verbonden is met je bredere bedrijfsdoelstellingen. Of dat nu betekent dat je nieuwe markten betreedt, omnichannel-ervaringen uitbreidt of de operationele efficiëntie verbetert, we koppelen je digitale commerce roadmap rechtstreeks aan meetbare bedrijfsresultaten.

Implementatie-expertise

Onze gecertificeerde Shopify-experts hebben een bewezen staat van dienst in het uitvoeren van grootschalige, complexe retailprojecten in de Benelux en DACH. Van multinationale

retailers met meerdere merken onder één dak tot snelgroeiende regionale leiders, wij begrijpen de realiteit van het integreren van commerce platforms met ERP-, CRM-, PIM-, POS- en marketing automation systemen. Belangrijk is dat maar weinig implementatiepartners diepgaande POS-ervaring hebben: een cruciale vaardigheid voor grote retailers die afhankelijk zijn van naadloze integratie in de winkel en online.

Voortdurende optimalisatie

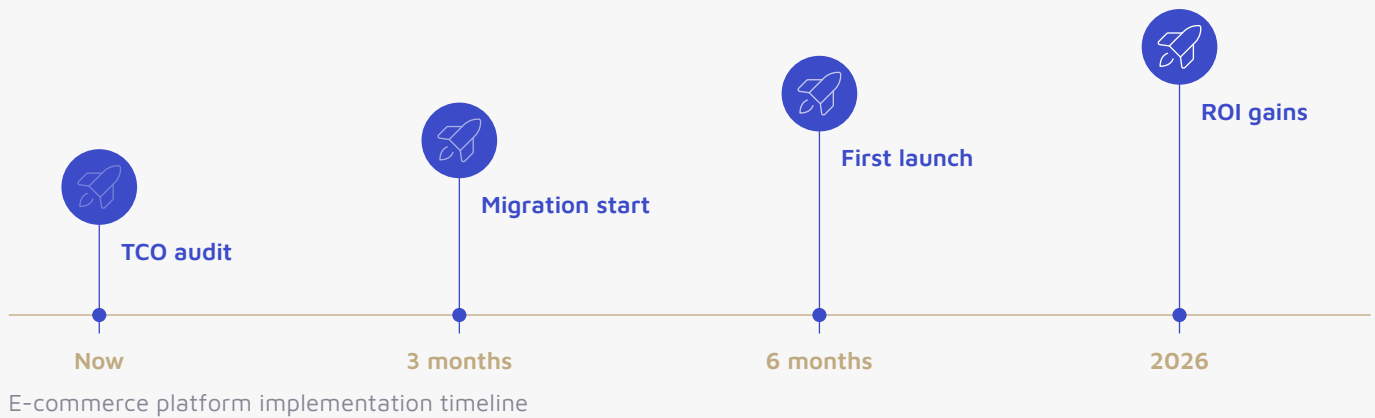
E-commerce staat nooit stil. De verwachtingen van consumenten veranderen, er ontstaan nieuwe kanalen en de concurrentiedruk neemt toe. Daarom houdt ons werk niet op bij de livegang.

We beginnen met het opstellen van een duidelijk optimalisatieplan dat aansluit bij je strategische doelen en het identificeren van kortetermijnvoorstellen en langetermijninitiatieven die het rendement op je Shopify-investering maximaliseren.

Van daaruit zorgen we voor continue prestatieverbetering, implementatie van nieuwe functies en proactieve marktaanpassing, zodat je voorop blijft lopen. Of het nu gaat om de uitrol van de nieuwste AI-aangedreven checkout-verbeteringen van Shopify, uitbreiding naar social commerce of het benutten van uniforme POS-mogelijkheden, valantic zorgt ervoor dat elke innovatie effectief wordt geïntegreerd en getimed voor maximale zakelijke impact.

De kracht van partnerschap

Wat het partnerschap tussen Shopify en valantic uniek maakt, is de combinatie van geavanceerde technologie en diepgaande gecertificeerde expertise. Shopify investeert miljarden in R&D en levert elk kwartaal nieuwe functies en innovaties. En valantic zorgt ervoor dat die innovaties effectief worden geïmplementeerd, afgestemd zijn op je strategie en geoptimaliseerd zijn voor je bedrijfsmodel. Het resultaat: snelheid, schaalbaarheid en duurzame groei met een betrouwbare partner aan je zijde.



Volgende stappen: je routekaart voor 2026 minder risicovol maken

Het moment voor verandering is nu

Voor veel retailers is het grootste risico in hun commerciële strategie dat ze te lang wachten met het nemen van de juiste beslissing. Marktleiders weten dat snelheid een concurrentievoordeel is. Elk kwartaal dat je wacht met het moderniseren van je commerce stack, loop je het risico:

- Achter te blijven bij de verwachtingen van klanten.
- Seizoensgebonden of marktkansen te missen.
- Je technische schuld te vergroten, die steeds moeilijker (en duurder) wordt om af te lossen.

Executive Insight: „Elke vertraging vergroot de technische schuld. De slimste zet die je kunt doen, is degene die je een voorsprong geeft op je concurrenten.”

Waarom 2025-2026 een cruciale periode is voor retail

Retail wordt geconfronteerd met meerdere golven van verandering tegelijk:

- **De invoering van AI** versnelt en early adopters personaliseren de customer journey al op manieren die achterblijvers niet kunnen evenaren.
- **Omnichannel-ervaringen** zijn niet langer optioneel, omdat shoppers een uniforme voorraad, prijzen en promoties verwachten op alle contactpunten.
- **Marktconsolidatie** betekent dat concurrenten sneller dan ooit tevoren je markt kunnen betreden.

Leidinggevend op C-level niveau die nu actie ondernemen, kunnen hun organisaties op weg helpen om in 2026 en daarna beter te presteren. Wie wacht, loopt het risico vast te zitten aan verouderde systemen die niet kunnen worden aangepast.



Een bewezen migratietraject met laag risico

Een van de grootste zorgen op C-niveau is het migratierisico:

- Zal het de bedrijfsvoering verstoren?
- Zal het interne middelen opslokken?
- Zal het langer duren dan verwacht?

Met Shopify en valantic is het antwoord duidelijk: **migraties kunnen snel worden uitgevoerd, met minimale verstoring, en leveren binnen enkele maanden meetbare resultaten op.**

- **Gefaseerde implementatie** zorgt ervoor dat kritieke functies als eerste live gaan, terwijl verbeteringen parallel worden uitgerold.
- **Vooraf gebouwde bedrijfsintegraties** verkorten de ontwikkelingstermijnen.
- **Bewezen migratieframeworks** verminderen de complexiteit, waardoor zelfs grootschalige overgangen beheersbaar worden.

Het 4-stappenplan voor retail leiders

1. Beoordeel jouw TCO

Controleer jouw huidige commerce stack op alle directe en verborgen kosten:

implementatie, onderhoud, integraties, ontwikkeling en opportuniteitskosten.

2. Identificeer groeiblokkades

Bepaal waar jouw huidige platform de flexibiliteit beperkt, of het nu gaat om snelheid op de markt, kanaaluitbreiding of klantervaring.

3. Modelleer het rendement op investering van modernisering

Kwantificeer de voordelen in omzet, conversiepercentages en operationele efficiëntie van de overstap naar een modern, innovatief platform.

4. Kies een partner die snel kan leveren

Kies een combinatie van technologie en expertise die het migratierisico minimaliseert en de time-to-value versnelt.

De oproep tot actie voor 2026

Als je huidige platform je groeiambities niet kan bijhouden, is het nu tijd om actie te ondernemen. Door de TCO aan te pakken, flexibiliteit te vergroten en gebruik te maken van een continue innovatiecyclus, kun je je bedrijf positioneren om voorop te lopen in de volgende golf van retail.



Over valantic NL

valantic is een toonaangevend full-service digitaal bureau dat zich inzet om de digitale transformatie van bedrijven wereldwijd te versnellen. Met meer dan 4.000 specialisten wereldwijd helpen we organisaties om te innoveren, te groeien en toonaangevend te zijn in hun markten. Onze missie is om digitale ambities om te zetten in tastbare succesverhalen door strategisch inzicht, technologische expertise en een passie voor uitmuntendheid te combineren.

valantic is actief in meer dan 20 landen in Europa, Noord-Amerika en Azië en biedt een wereldwijd perspectief met lokale oplossingen. Ons uitgebreide netwerk zorgt ervoor dat we altijd dicht bij onze klanten staan en op maat gemaakte ondersteuning en inzichten bieden die succes in diverse markten stimuleren.

Of het nu gaat om advies over digitale transformatie of bedrijfsprestatiebeheer, of de uitdagingen nu liggen op het gebied van data en AI of de digitale customer journey, of het nu gaat om het gebruik van kerntechnologieën en de optimalisatie van end-to-end-processen. Wij hebben de capaciteiten om al deze uitdagingen op te lossen.

valantic NL

Stationsplein 45
Unit C2.070
3013 AK Rotterdam
T +31 10 - 243 60 00

www.valantic.nl