

St vd Brink

TOEKOMSTGERICHTE TRANSPORTEUR

In de afgelopen decennia is St vd Brink uitgegroeid tot een van de grootste en bekendste transportbedrijven van Nederland. “De toekomst ziet er rooskleurig uit”, zegt directeur Alex van den Brink.

“Onze slogan ‘Hart voor mensen, passie voor transport’ zegt het eigenlijk al. Deze passie is duidelijk voelbaar, waar je ook komt in ons bedrijf. Met onze ruim 750 medewerkers gaan wij continu voor de beste kwaliteit voor onze klanten én voor elkaar. Werk je samen met St vd Brink, dan mag je in ieder geval een meedenkende partner verwachten”, aldus directeur Alex van den Brink. “Bij ons kun je bovendien rekenen op uitgebreide diensten: transport, op- en overslag en fulfilment. Hierbij focussen we op innovatie: we werken met de modernste materialen en investeren continu in ons wagenpark.” St vd Brink heeft ook oog voor mens en milieu. “We lopen voorop als het gaat om verduurzaming.”

De kracht van St vd Brink? “We zijn een mensgericht familiebedrijf dat een goede verstandhouding met opdrachtgevers, leveranciers en medewerkers hoog in het vaandel heeft staan. Dat familiegevoel is geen sausje. Alles wat we doen, is met de menselijke maat. We gaan voor goede onderlinge



verhoudingen en contact, denken met elkaar mee en gunnen elkaar het beste.”

Van den Brink besluit: “Het is onze missie om voorop te lopen in de branche als het gaat om duurzaam transport. Onze ambitie is om de CO₂-uitstoot in de keten fors te reduceren. Dit is een missie waarin we stappen zetten om de impact op het milieu te beperken. Hierin trekken we samen op met partners. Niet alleen verduurzamen we in onze logistiek, maar ook in onze bedrijfsvoering benutten we iedere kans. Zo nemen wij onze verantwoordelijkheid voor mens en natuur.”

> www.stvdbrink.nl <



DEEL ONLINE

Wepublic

BUITEN BINNEN

De binnenwereld verbinden met de buitenwereld, gestaaft met data. Dat is wat Wepublic doet. “Met goede inzichten in wat er buiten gebeurt, kom je tot betere besluiten”, zegt Co-CEO Mark van den Anker.

Dat wat er in de omgeving gebeurt, is meer dan ooit relevant voor bedrijven. Of dat nu politieke ontwikkelingen zijn, standpunten van belangenorganisaties of het maatschap-



pelijk sentiment. Die inzichten zijn van grote waarde voor de eigen business. Maar daar wringt ook meteen de schoen. Want hoe hou je als bedrijf de vinger aan de pols van de o zo omvangrijke en complexe buitenwereld?

“Dit is een worsteling voor veel bedrijven”, zegt Mark van den Anker, Co-CEO van Wepublic, adviesbureau voor public affairs en communicatie. “Er zijn zoveel ontwikkelingen gaande en er moet op zoveel borden worden geschaakt, dat het voor bedrijven een enorme uitdaging is om overzicht en grip te houden.” Maar het kan wel degelijk. Van den Anker: “Het begint met goede monitoring en datagedreven analyses. Zo kunnen we onze adviezen en persoonlijke inzichten onderbouwen met feiten op basis van die data-analyses. Maar ook bieden we bijvoorbeeld een app waarmee klanten hun eigen stakeholders kunnen bijhouden. Op die manier brengen we de buitenwereld naar binnen.”

Hiermee tilt Wepublic het communicatievak naar een nieuw niveau. Van den Anker: “We helpen klanten om dilemma’s te delen. Luisteren naar de verschillende belangen en inzichten staat daarbij voorop. Zo kom je als bedrijf tot betere besluiten en maak je impact.”

> www.wepublic.nl <



DEEL ONLINE