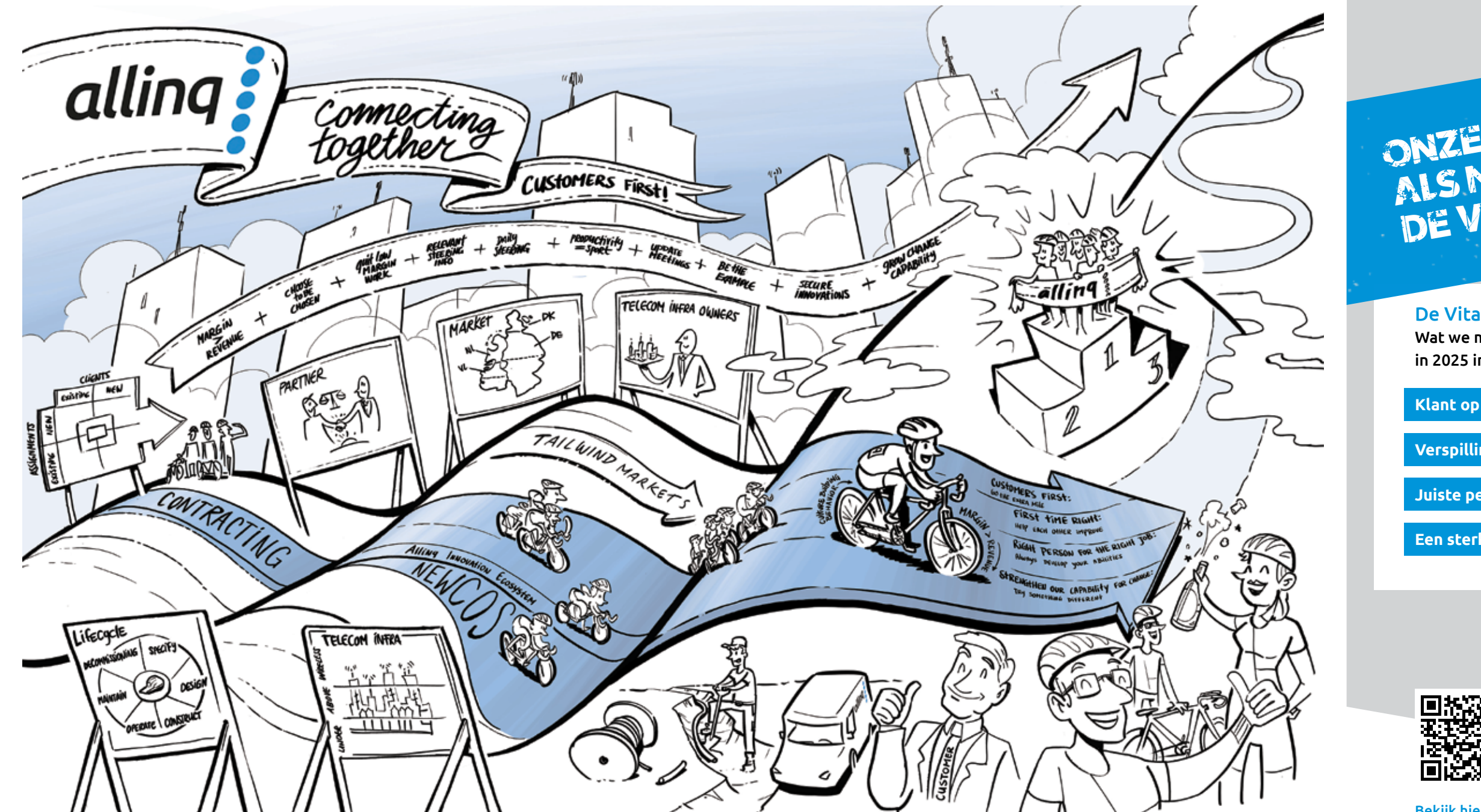




ONZE CULTUUR ALS MOTOR VAN DE VITAL FEW

De Vital Few Wat we moeten doen om in 2025 in de top drie te staan:	Onze cultuurwaarden Waar van we van nature al heel goed in zijn (ons DNA):
Klant op 1	We doen een stap extra voor de klant
Verspilling op nul	We helpen elkaar steeds beter worden
Juiste persoon op de juiste plek	We ontwikkelen onszelf steeds verder
Een sterk verandervermogen	We proberen eens wat anders



Bekijk hier de cultuurfilm van Allinq

ZETTEN WE DE KLANT OP 1

Hoewel onze aannemersmentaliteit diep in onze genen zit, zijn we al lang niet meer die puur uitvoerende partij. Wij staan naast onze klant. Begrijpen zijn markt en ambities. Met kennis van zijn keten, bouwen we als **partner in business** aan een lange termijn relatie. Voor onze continuïteit, en om de klant beter te maken: nu, morgen en daarna.



Wim vertelt erover in de Klant op 1 film

Doe mee met het Klant op 1 programma
Allinq heeft een Klant op 1 programma dat zich focust op een sterke klantrelatie. Een projectgroep houdt ons scherp om dit thema blijvend onder de aandacht te brengen. Zo waren er al Klant op 1 sessies om hier als team met elkaar over te sparren en vroegen ze jou met een interne enquête wat wij nodig hebben om te stijgen in onze klantgerichtheid. Door actief deel te nemen aan acties uit het Klant op 1 programma, lever ook jij hieraan een bijdrage!

Doe een stap extra voor de klant
Of je nu een interne of externe klant hebt; door nét iets meer te doen dan wordt gevraagd, maak je een onuitwisbare indruk. Kén je klant. Wéét waar hij of zij naartoe wil. En help hem of haar verder. Intern doe je dat bijvoorbeeld door eens een kijkje te nemen in het werkveld van de collega voor of na jou in de keten. En ook extern zijn er tal van mogelijkheden om je klant en zijn wereld beter te leren begrijpen. Maar wat je ook doet, blijf kwalitatief goed werk leveren, verras je klant met innovatieve ideeën, blijf betrouwbaar door je beloften steeds weer na te komen en wees die (h)echte partner voor je klant.



Wim vertelt erover in de Klant op 1 film

VITAL FEW 1

Om onze plek in de top drie te verdienen...

ZETTEN WE VERSPILLING OP NUL

Onze markt is aan verandering onderhevig. Er is vraag naar een steeds snellere verbinding, van hoge kwaliteit, voor meer data, tegen de laagste kosten. Om die **betrouwbaarheid** te kunnen bieden werken we met slimme processen en instructies en helpen we elkaar om onze gezamenlijke taak steeds beter te doen.



Drag je idee aan voor het Continu Verbeter Programma.

VITAL FEW 2

Om onze plek in de top drie te verdienen...

ZETTEN WE DE JUISTE PERSOON OP DE JUISTE PLEK

Gezamenlijk werken we aan het kapitaal van onze klanten: hun netwerk. Een fout van ons kan enorme gevolgen hebben. Daar zijn we ons bewust van. Daarom werken we met goed opgeleide vakmensen. Vakmensen die zich blijven ontwikkelen en hun expertise op de juiste plek in blijven zetten. Om altijd de beste **kwaliteit** te kunnen blijven leveren.



Drag je idee aan voor het Continu Verbeter Programma.

VITAL FEW 3

Om onze plek in de top drie te verdienen...

ZETTEN WE DE JUISTE PERSOON OP DE JUISTE PLEK

Gezamenlijk werken we aan het kapitaal van onze klanten: hun netwerk. Een fout van ons kan enorme gevolgen hebben. Daar zijn we ons bewust van. Daarom werken we met goed opgeleide vakmensen. Vakmensen die zich blijven ontwikkelen en hun expertise op de juiste plek in blijven zetten. Om altijd de beste **kwaliteit** te kunnen blijven leveren.



Drag je idee aan voor het Continu Verbeter Programma.

VITAL FEW 4

Om onze plek in de top drie te verdienen...

HEBBEN WE EEN STERK VERANDERVERMOGEN

We beloven onze klanten **innovatief** te zijn. Door continu mee te denken over wat beter kan: efficiëntere processen, lagere faalkosten, betere interfaces, duurzame systemen, verbeterde componenten. Zo verlagen we de kosten in de keten en dragen we bij aan hun succes.



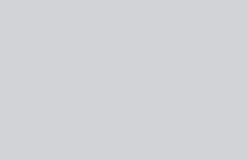
Drag je idee aan voor het Continu Verbeter Programma.

VITAL FEW 5

Om onze plek in de top drie te verdienen...

HEBBEN WE EEN STERK VERANDERVERMOGEN

We beloven onze klanten **innovatief** te zijn. Door continu mee te denken over wat beter kan: efficiëntere processen, lagere faalkosten, betere interfaces, duurzame systemen, verbeterde componenten. Zo verlagen we de kosten in de keten en dragen we bij aan hun succes.



Drag je idee aan voor het Continu Verbeter Programma.