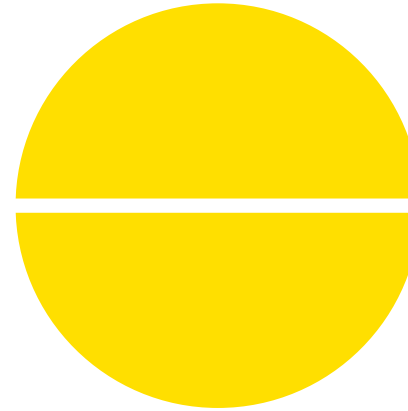


MEDIAKIT
OMNICHANNEL / **2023**

STERCK.*Concept*

— in **2** pijlers —



OMNICHANNEL COMMUNICATIE NETWERCK

Over STERCK

STERCK is een gedurfd initiatief om ondernemers en vrije beroepers bij mekaar te brengen. Weg van de platgetreden paden en resoluut origineel.

Het STERCK concept zorgt voor een doorgedreven 'matching' tussen collega-bedrijfsleiders. Eentje die niet alleen informatief en entertainend is, maar vooral concrete zakelijke opportuniteiten kan opleveren.

Omnichannel aanpak

STERCK zet volledig in op een omnichannel-ervaring. Zo is er STERCK Magazine, dat een intrigerende mix vormt van stercke redactionele content en partner content. Het magazine springt er uit zowel qua inhoud, qua layout als tone of voice.

Via onze website en de diverse STERCK social kanalen bereikt onze content een belangrijke doelgroep van C-level beslissingsnemers. Via Facebook en Instagram volgen zij geselecteerde content uit het magazine. Het herhalingseffect in de omnichannel strategie zorgt dat STERCK partners gelezen worden.

Netwerck met kwaliteit

De tweede STERCK-pijler is het STERCK Netwerck, de exclusieve toegang tot een performant en uitgebreid zakelijk netwerck. Hierin zijn we uniek in de doorgedreven matching. Op basis van uw profiel, activiteit en doelgroep gaan we u steeds met de juiste ondernemers in contact brengen. Daarbij zorgen we ook voor een gepaste introductie zodat u meteen in gesprek kan gaan. Want bij STERCK genereren we voor u graag concrete zakelijke opportuniteiten.

Uniek concept

Het STERCK concept met een krachtige omnichannel communicatie is uniek in België. Hierbij zijn het STERCK Magazine, de digitale kanalen en het STERCK Netwerck onlosmakelijk met elkaar verbonden. Dit is dé manier om uw bedrijf in de kijker te zetten en business te genereren. ■

2023

OMNICHANNEL KALENDER

WEST-VLAANDEREN

15.300 LEZERS

SECTOR

REGIO'S

DEADLINE

Aanlevering materiaal

VERSCHEENING

MAART

STERCK MAGAZINE 17

DE INDUSTRIE
VAN DE TOEKOMST

- Avelgem
- Spiere Helkijn
- Zwevegem

20 JANUARI

8 MAART

JUNI

STERCK MAGAZINE 18

DUURZAAM
ONDERNEMEN

- Anzegem
- Deerlijk
- Waregem

2 MEI

22 JUNI

AUGUSTUS

STERCK DIGITAAL

+5.000
C-LEVEL VOLGERS



10 JULI

23 AUGUSTUS

OKTOBER

STERCK MAGAZINE 19

BOUW
& INTERIEUR

- Brugge

6 SEPTEMBER

25 OKTOBER

DECEMBER

STERCK DIGITAAL

+5.000
C-LEVEL VOLGERS



6 NOVEMBER

13 DECEMBER

omnichannel

STERCK.



omnichannel STERCK.

Tarieven & Formules

Wij houden niet zo van hokjesdenken. En ook niet van 'one shots' in communicatie. Vandaar dat we in principe altijd een voorstel op uw maat zullen uitwerken.

Daarin gaan we een optimale omnichannel mix bepalen van contentmarketing en advertenties op de juiste kanalen.

Puur indicatief kan u op de volgende pagina's een overzicht van contentformules, advertentiemogelijkheden en tarieven terugvinden. Volumekortingen zijn natuurlijk van toepassing, maar een maatwerkofferte is altijd in uw voordeel.

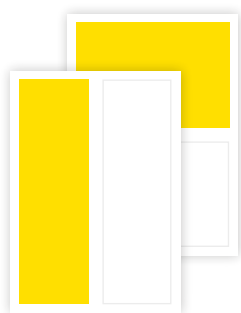
Contacteer ons dus vrijblijvend voor een afspraak. Op basis van een boeiend gesprek peilen we naar uw verwachtingen en kunnen we een gepast voorstel maken. ■



omnichannel

STERCK.

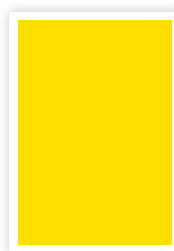
Content marketing



1 1/2 PAGINA

- staande of liggende versie, afhankelijk van opmaak en ruimte in het magazine.
- titel + tekst + 1 kleine foto + logo + contactinfo.

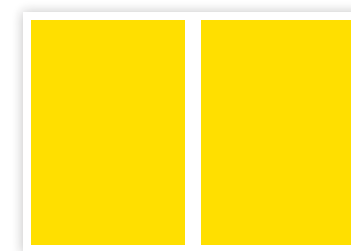
€ op aanvraag



2 1/1 PAGINA

- staand, niet aflopend.
- titel + tekst + 1 grote foto + logo + contactinfo.

€ op aanvraag



3 2/1 PAGINA - SPREAD

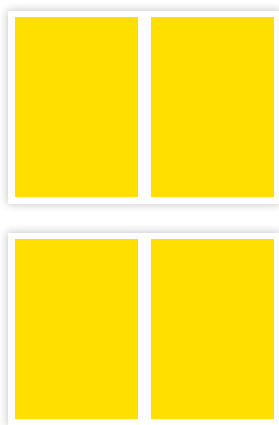
- staand, twee aaneensluitende pagina's, niet aflopend.
- titel + tekst + 2 grote foto's + logo + contactinfo.

€ op aanvraag

omnichannel

STERCK.

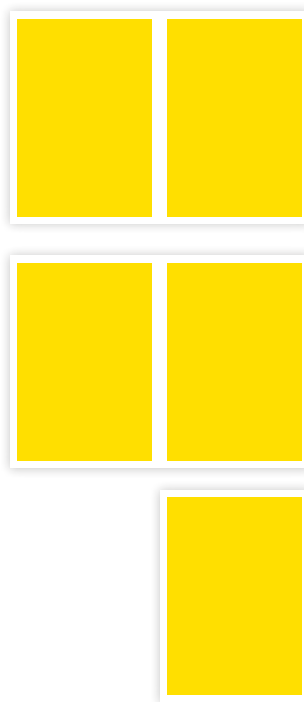
Content marketing



1 4/1 PAGINA

- staand, vier aaneensluitende pagina's, niet aflopend.
- titel + tekst + 4 grote foto's + logo + contactinfo.

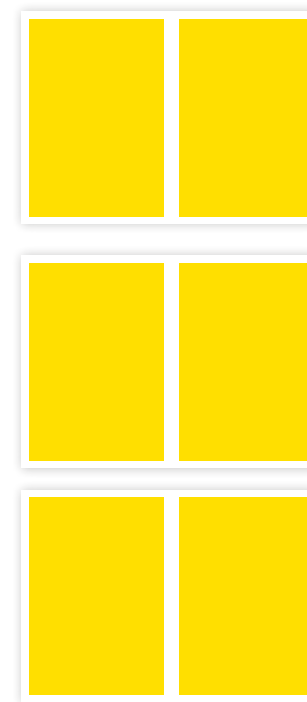
€ op aanvraag



2 5/1 PAGINA

- staand, vijf aaneensluitende pagina's, niet aflopend.
- titel + tekst + 5 grote foto's + logo + contactinfo.

€ op aanvraag



3 6/1 PAGINA - SPREAD

- staand, zes aaneensluitende pagina's, niet aflopend.
- titel + tekst + 6 grote foto's + logo + contactinfo.

€ op aanvraag

omnichannel

STERCK.

Content marketing

BEDRIJFSPROFIELEN

Een visitekaartje om u tegen te zeggen. Stel uw bedrijf, producten en diensten overzichtelijk voor in een STERCK Bedrijfsprofiel. Zo springt u telkens in de kijker. ■

BEDRIJFSPROFIEL

INDUSTRIEBOUW VAN A TOT Z IN EIGEN BEHEER

De toevoeging van studie bureau Technieken Consilitech en de overname van glasproducent D-Glas in Oostende. Het zijn twee recente acties waarmee Willy Naessens Industriebouw zijn verticale integratie versterkt. Het doel: maximaal eigen mensen inzetten in elke stap binnen het bouwproces, zowel in ontwerpfase als in uitvoeringsfase.

Met een omzet van 500 miljoen euro per jaar in het bouwsegment blijft Willy Naessens de grootste industriebouwer van het land. Ze realiseren dagelijks prefab, casco en turnkey gebouwen voor de meest uiteenlopende sectoren. Ook op de kmo-markt staat Willy Naessens Industriebouw sterk, als partner voor onder meer productiehallen, opslagruimtes en kantoorgebouwen.

Full-service bouwpartner

"We zijn geen coördinatiebureau, wel een totalpartner", benadrukt commercieel directeur Thomas De Vogelaere meteen. "Andere industriebouwers bieden vaak ook een service van a tot z aan, maar werken dan met een hele poule van onderaannemers. Wij voeren het alles uit in eigen beheer en zetten maximaal in om een bouwproject met eigen ploegen te realiseren. Dat heeft een aantal voordelen. We stemmen alles perfect op elkaar af, zodat mogelijke hiaten worden gidentificeerd. Bovendien kunnen we snel schakelen, net omdat we niet van derden afhankelijk zijn. Door alles in eigen beheer uit te voeren, garanderen we een hoge kwaliteit, binnen een strakke timing én binnen budget. Met de projectleider als vast aanspreekpunt tijdens elke fase van het project."

Met het eigen studie bureau Consilitech en de recente overname van glasspecialist D-Glas in Oostende zet Willy Naessens Industriebouw verder in op zijn verticale integratie. Om ook de laatste schakeltjes in het volledige bouwproces binnenshuis te halen. Van de eerste schetsen en de technische studies tot het plaatsen van de technieken en de binnenafwerking.

Prestigieuze projecten

Tussen de al ruim 8.500 realisaties prijken heel wat mooie referenties. Denk maar aan het gebouw voor het chemisch bedrijf Matco in Waregem. Na een vervoestende brand trok een bouwteam op maat er een modern pand op, met een maximale ontzorging voor de klant. Ook op het innovatieve bedrijventerrein Evalis staan

al verschillende projecten van de groep. Ze gaven onder meer de sites van Osta Carpets, Kordekor, Spica en Looitens vorm. Momenteel wordt er nog volop gewerkt aan een indrukwekkende productiehal voor NTGRATE, producent van geveven vinylvloeren.

"Voor elk van deze klanten zetten we onze unieke bedrijfsstructuur om in praktische voordelen, steeds naar de noden en volgens de wens van de klant. Samen met ons familiaal karakter en ons team met daadkrachtige mensen staat het garant voor een vlot bouwproces met een hoogwaardige afwerking en een kwalitatief resultaat", besluit Thomas.



Thomas De Vogelaere



Willy Naessens Industriebouw
Kouter 3
9780 Wortegem-Petegem
T: 056 60 41 11
info@willynaessens.be
www.willynaessens.be

12

BEDRIJFSPROFIEL

EEN BEDRIJF OVERNEMEN MET VOLLE GOESTING EN EEN GERUST HART



Jan Verbrugghe

Een bedrijf kopen begint vaak met volle goesting. Maar eens de vele onderhandelingen, moeilijke discussies en het contractwerk naar boven komen, verglijdt het al snel in een stresserende en uitputtende zaak. Veel ondernemers zien op tegen deze procedure en zijn daarom wat afwachtend. Gelukkig kan je rekenen op de begeleiding van SDM doorheen het volledige traject.

Als ervaren corporate finance huis begeleidt SDM je tijdens het aankoopproces van a tot z, waardoor je als ondernemer volledig ontzorgd wordt en kan focussen op de belangrijke zaken. "Het belangrijkste is dat het bedrijf past bij de koper", weet Jan Verbrugghe, managing partner en founder van SDM. "Zowel op het gebied van grootte, competentie van de koper alsook naargelang de ambitie of schaalbaarheid."

Waarde van de onderneming

Belangrijk is uiteraard het bepalen van de waarde van een onderneming. Maar, is dit altijd in cijfers uit te drukken? "Als grote advieskantoren een waardeverslag maken, focus ik vaak mijn voorhoofd", geeft

Verbrugghe aan. "Ze gebruiken allerlei verschillende methoden, om dan een gemiddelde van een gemiddelde te berekenen en daar plots een waarde te zien staan."

"SDM focust aldus op andere zaken. Bij de aankoop van een familiebedrijf bijvoorbeeld, is de terugbetaalcapaciteit het meest belangrijk omdat deze moet gebaseerd zijn op een degelijk businessplan, een financieel plan en de realiteit. Want als er na de terugbetaling niet voldoende cash overblijft om te investeren, blijf je er best van af!"

Het zit hem in het DNA

De grote advieskantoren schrikken kopers ook vaak af door het te hebben over de grote valkuilen bij een overname. "Deze valkuilen zijn vaak fiscaal gesteld en laten een hoop dingen aan het licht komen, waardoor kopers afhaakten. Je mag uiteraard niet blind zijn voor deze dingen, maar men mag de goesting om te ondernemen niet ontmenen", vertelt Verbrugghe.

Als corporate finance adviseur met 30 jaar ervaring stelde Verbrugghe zelf de grootste valkuil op van een bedrijf: het DNA. "Dat DNA is gecreëerd door de eigenaar en zijn managementteam. Daar gewoont de stekker uittrekken en vervangen door de visie van de nieuwe eigenaar, is vragen om problemen. De vorige eigenaar voldoende lang aan boord houden is dus key. Vandaar de formules van een buy-out waar de vorige eigenaar nog mede investeert in zijn eigen overnamestructuur."

"Uiteraard dien je als koper ook voldoende middelen ter beschikking te hebben voor de overname. Als dit niet het geval is, is het vooral belangrijk om andere mogelijkheden te overlopen. SDM stelde daarom het SMART TO GO-programma op, waarbij ondernemers je medefinancieren en ondersteunen in elke stap die jij wil zetten. Bij SDM staat alles aldaar in het teken van verantwoord overnames, zonder de fun factor van het ondernemen te verliezen. Ondernemers is leuk en boeiend, maar alle mogelijke facetten van een overname onder de hoep nemen, blijft een must en daar zijn wij er voor u."



SDM
Luitervant Lippenslaan 60
2140 Antwerpen-Burgheut
T: 03 380 14 30
info@sdm.be
www.sdm.be

13

omnichannel

STERCK.

Content marketing

**BLICK
OP**

sanitair dupont



MICHAEL DUPONT
Sanitair Dupont

NATHALIE DUPONT
Sanitair Dupont

BLICK OP

Elke ondernemer heeft bijzondere verhalen. In Blick Op richten we onze blik op een bedrijf en/of een ondernemer en serveren we een unieke inkijk achter de schermen. ■

Familiale warmte als businessmodel

Op een dag vind je de job van je leven.... En die dag kan je gerust al tijdens je kindertijd beleven. Michael Dupont, de vierde generatie van de familiale groothandel in sanitair, kent het gevoel. Zus Nathalie ontdekte dan weer tijdens vakantiejobs haar ongebreidelde passie voor verkoop. In 2008 en '09 traden ze in de voetsporen van vader Stefaan, die zich intussen focust op de aankoop van installatiemateriaal en IT. "We zijn erg complementair en staan allebei graag tussen onze mensen. Daarom zetten we met alle plezier de familiale traditie verder", vertellen broer en zus in koor.

De officiële oprichtingsakte van wat vandaag is uitgegroeid tot de stevig uit de kluiten gewassen familiezaak, dateert van exact een eeuw geleden. In 1923 startte Louis Dupont, overgrootvader van Nathalie en Michael, met een handelszaak in huishoudtellen en non-ferromaterialen. Van sanitair was toen amper sprake.

"Dat is vrij normaal: de aanleg van het openbaar leidingnet voor water in Menen gebeurde pas in 1937", zegt Michael. "We stonden toen mee op de eerste rij om materialen daarvoor aan te leveren. Pas na het einde van de Tweede Wereldoorlog, toen Marcel Dupont de leiding van zijn vader had overgenomen, kwam de groei van de onderneming in een

stroomversnelling terecht en lag de focus steeds meer op sanitair. Onze vader, Stefaan, heeft op zijn beurt een grote verdienste in de verdere uitbouw van de zaak gehad."

Verkoopmicrobe

STERCK. Hoe hebben jullie dat tijdens jullie kindertijd beleefd?

Nathalie: "Het bedrijf was onze favoriete speeltuin. Elke woensdagnamiddag en zaterdag hebben we er uren op de koer geravot. Toch kwam het in die jaren nooit in mijn hoofd op dat mijn professionele toekomst hier zou liggen. Integendeel: ik wou eigenlijk voor tandarts studeren, maar wiskunde bleek me niet zo

goed te liggen. Daarom heb ik me geconcentreerd op handels-, economisch en financieel recht. Die kennis komt nog me nog dikwijls goed van pas. De verkoopmicrobe kreeg me te pakken tijdens vakantiejobs bij een onderneming van vrienden van onze ouders. Ik mocht toen regelmatig mee naar buitenlandse beurzen en vond dat zalig: standen opbouwen en afbreken, contacten leggen en verkopen realiseren tijdens de evenementen zelf, dan weer op naar de volgende beurs... heerlijk gewoon."

Michael: "Ik was wel altijd al getriggerd om hier aan de slag te gaan. Vooral de technische kant van de producten interesseerde me enorm. Bovendien leer je gaandeweg het ganstaal van de mensen kennen, ook tijdens de vakantiejobs die ik hier

omnichannel

STERCK.

Content marketing

P R A K T I J C K P R A K T I J C K

Proactief inspelen op opportuniteiten met een gepast krediet

Nu de rentevoeten stijgen, lijken kredieten minder interessant voor een onderneming. Toch hoeft de huidige marktevolutie niet het einde te betekenen van uw investeringsplannen. Door grondig na te denken over uw langetermijnobjectieven bepaalt u de toekomst van uw bedrijf. Hoe begint u hieraan? Plan alvast proactief een gesprek met uw kredietexpert.

Krediet of eigen vermogen?

Of u nu overweegt een andere speler over te nemen, uw machinepark te vernieuwen of uw bedrijf minder energieafhankelijk te maken,

het zijn allemaal beslissingen waarvoor u niet over één nacht ijs gaat. Om de groei van uw onderneming veilig te stellen, is het belangrijk om minstens één keer per jaar uw korte- en langetermijndoelstellingen te overlopen. Bij deze oefening gaat u na welke doelen haalbaar zijn, welke u moet bijsturen, welke investeringen nodig zijn en welke rendementen u mag verwachten.

Met de stijgende rente hebben ondernemers de neiging sneller naar het eigen vermogen van hun zaak te grijpen om hun investeringen te bekostigen. Volgens de krediet specialisten bij Van Lanschot, Els Decouttere en Yves Depoortere, is dit niet altijd de beste keuze. Een gezonde hoeveelheid eigen vermogen laat u namelijk toe

onverwachte fluctuaties in de markt op te vangen. Een krediet is meer dan geleend kapitaal en een rentevoet. Het rendement van uw investering op lange termijn, de type investering en uw afbetalingsplan bepalen welk krediet interessant is en hoe winstgevend uw projecten zijn. Inflatie en deflatie sturen bovendien de marktprijzen. Plan daarom tijdig een gesprek in met uw kredietexpert. Samen overlopen jullie uw visie, uw kredietbehoeften en uw financieringsmogelijkheden. Zo weet u waar u als ondernemer naartoe kan werken.



Yves Depoortere
Directeur Van Lanschot Krediet

Grondige voorbereiding

Om een kredietaanvraag rond te krijgen, zijn tijd en beschikbare informatie twee belangrijke factoren. U bereidt daarom het gesprek met uw kredietexpert het best grondig voor, met een duidelijk overzicht van alle actuele cijfers en toekomstige businessplannen. Het is aangeraden uw boekhouder te betrekken bij deze gesprekken. Zo komen jullie sneller tot heldere inzichten en onderbouwde conclusies. Met alle nodige financiële informatie bij de hand, verloopt uw kredietaanvraag ook een pak vlotter.

Wil u uw zaak overlaten of een financiële planning opstellen voor uw familie, dan staat uw kredietexpert eveneens voor u klaar. Door uw onderneming te optimaliseren haalt u meer uit uw bedrijf, nu en later. Vertrouw dus op uw kredietexpert voor een oplossing op maat van uw bedrijf.

Van Lanschot
— vanlanschot.be

Hoe maak je van je mensen gelukkige medewerkers?

Een werkgever die werkgeluk centraal plaatst, is een aantrekkelijke werkgever. Daar zijn de meeste bedrijven het over eens. Ruim zes op de tien Belgische werkgevers schenken er prioriteit aandacht aan om talent aan te trekken en te behouden. Dat blijkt uit ons 'The Perfect Match'-onderzoek.

"Zijn je medewerkers gelukkig op het werk?" Een eenduidig antwoord liep erop bestaat niet, want werkgeluk is persoons- en tijdsgebonden, moeilijk meetbaar en hangt af van uiteenlopende factoren. Ook dragen bedrijven en medewerkers een gedeelde verantwoordelijkheid.

Het abc van gelukkige medewerkers

Kort samengevat bepalen drie basisfactoren werkgeluk: 'autonomy', 'belonging' en 'contribution'. Samen vormen ze een ideale cocktail van inhoudelijke, organisatorische en relationele toetsen om van werkgeluk een prioriteit in je bedrijfsbeleid te maken.

A van 'autonomy'

Medewerkers hebben behoefte aan vrijheid om op hun manier en volgens hun persoonlijke waarden te werken. Tegelijk willen ze voldoende uitdagingen in hun professionele parcours. Hoe je die vrijheid organiseert en werkbaar maakt, hangt grotendeels af van de sector en de job. Een kader voor flexibel werken is sowieso een goed startpunt. Dat steunt doorgaans op vier pijlers: flexibele werktijd, werkplek, jobinvulling en arbeidsrelaties.

B van 'belonging'

Faciliteer verbondenheid met directe collega's, teamleden en leidinggevenden, maar ook met de organisatie en bedrijfswaarden. Om dat gevoel van 'erbij horen' te concretiseren zijn onder meer duidelijke rollen en taakverdeling, een constante feedbackcultuur, duurzaam talentbeheer en een inspirerende bedrijfscultuur enkele basisvoorwaarden. Ook de fysieke en sociale

werkomgeving kan een gevoel van verbondenheid maken of kraken. Tot slot verdient ook technologie de nodige aandacht. Pak je digitalisering doordacht aan, dan stelt het je medewerkers in staat om beter samen te werken.

C van 'contribution'

Medewerkers willen voelen effectief iets te betekenen en er ook nog eens waardering voor krijgen. Vertel medewerkers hoe ze bijdragen tot de bedrijfsdoelstellingen, of zelfs tot het bredere maatschappelijke plaatje. Dat werkt al snel aanstekelijk en engagerend. Erkenning tonen kan heel wat vormen aannemen: van een motiverend loonbeleid over inspirerend mentorschap tot duurzaam talentmanagement.

Van abc naar 1-2-3

Om werkgeluk te bevorderen, heb je diverse gelijklopende acties nodig. Hou daarbij altijd in het oog dat initiatieven elkaar versterken en zeker niet tegenwerken. Vóór je concreet aan de slag gaat, is het raadzaam om een algemeen beleid of actieplan uit te werken voor meer geluk op het werk:



Barbara Van Geoye
sdworx
Het 90% 100% team

1 Maak je vooruitgang meetbaar via een nulmeting en herhaalonderzoeken. Die metingen peilen naar medewerkerstevredenheid en -engagement, psychosociaal welzijn, leiderschapstijl, enzovoort.

2 Giet je bedrijfscultuur in een authentiek verhaal dat zichtbaar is langs het volledige medewerkstraject: van sollicitatie over groei en ontwikkeling tot afscheid.

3 Bepaal gerichte acties voor werknemers en teams of functies om verschillen in de subjectieve betekenis van werkgeluk te coveren.

SD Worx
— sdworx.be



SCAN DEZE
QR CODE EN
ONTDEK ONZE
DIENSTEN

PRAKTIJK

STERCK. is er voor en vooral door ondernemers. In PRAKTIJK delen onze structurele partners hun ervaring met handige tips en praktische weetjes. Thema's die u helpen om uw eigen business te versterken. ■

omnichannel

STERCK.

Content marketing

VRAAG & ANTWOORD

VRAAG & ANTWOORD

Als expert weet u het antwoord op de pertinente vragen van ondernemers. In Vraag & Antwoord heeft u de kans om uw kennis in uw expertisedomein te delen én tegelijk u te profileren als referentie. ■

Waarom vormt een digitaal administratief ecosysteem de basis voor efficiënt ondernemen?

Beantwoord door Charlotte Pille, vennoot bij VGD.

Ondernemers die werken met een digitale boekhouding en administratie ondervinden tal van voordelen op het gebied van efficiëntie en doorpakken zo het taboe dat digitalisering meer werk zou betekenen voor de ondernemer. Ze winnen niet tijd in het verwerken van documenten en facturen, maken daarbij minder fouten én hebben continue toegang tot hun actuele cijfers. Een digitaal ecosysteem zorgt ervoor dat alle systemen die deze data aanvoeren en stroomlijnen met elkaar communiceren. Zo kan de ondernemer snel schakelen, zodat hij efficiënt kan ondernemen.

Een online boekhouding automatiseert en faciliteert de continue aanlevering en verwerking van aan- en verkoopfacturen, banktransacties en btw-bonnetjes, betalingen... Waar facturen vroeger enkel per post binnenkwamen, zijn er nu diverse stromen (mail, post, portalen...). Het ecosysteem verzamelt die allemaal in een digitale brievenbus van waaruit ze automatisch doorgestroomd naar moderne boekhoudsoftware zoals bijvoorbeeld Exact Online, de software waarmee VGD werkt. Die vult de gegevens automatisch in, zodat onze adviseur de data enkel hoeft te dubbelchecken vooraleer ze geboekt worden.

Dankzij de modernste technologieën bij het verwerken van de facturen zijn ook de nodige digitale betaalgegevens beschikbaar. De ondernemer kan zo heel eenvoudig zijn betalingen uitvoeren via het ecosysteem. Ook verkoopfacturen kan hij opmaken en digitaal verzenden. Ze worden meteen verwerkt in de boekhouding en komen samen met de aankoopfacturen in het persoonlijk digitaal archief van de klant. Zo kan hij alle documenten snel opzoeken. Het resultaat is een up-to-date boekhouding waardoor de accountant ook de nodige rapporteringen en inzichten digitaal kan aanleveren aan de ondernemer. Een bijkomende troef is de flexibiliteit. Als reactie op een nieuw systeem, zoals een kassasysteem, webshop, goedkeuringsflow... dan integreren onze adviseurs die moeiteloos met Exact Online tot een gepersonaliseerd ecosysteem.

Je kiest dus zelf de gewenste tools uit de blokkendoos van het ecosysteem: van het louter opladen van facturen tot een volledig digitaal boekhouding en administratie, met

rapportering. Wij waken online mee waardoor de ondernemer ten volle kan genieten van ons proactief advies. Hij moet enkel tijdig zijn documenten digitaal aanleveren. In ruil ontvangt hij periodiek een rapport op maat, wat zorgt voor extra inzicht in zijn cijfers. Een digitaal ecosysteem is dus een onmisbare schakel in de efficiënte groei van een onderneming. Meer info over het ecosysteem vind je op <http://be.vgd.eu/Sterckmagazine>.

In welke business u ook actief bent, passende en goede werkkledij is een waardevolle investering voor de veiligheid van uw personeel, voor de uitstraling naar uw klanten en voor de herkenbaarheid in het straatbeeld. Zoals een bedrukte vloot uw uithangbord is op en langs de openbare weg, is uw gepersonaliseerde werkkledij uw visitekaartje op de werkvloer.

Hoe geraak ik 'top of mind'?

Uiteraard kan u het en der online en offline advertenties laten publiceren, maar hebt u al eens nagedacht over toegankelijke en dynamische manieren om uw marketing kracht bij te zetten? Als zaakvoerder rekt u er wellicht veel op uit. U gaat naar evenementen, op prospectie of op klantenbezoek. Ook uw medewerkers komen op veel plaatsen.

Stel u bijvoorbeeld een event-site voor waar uw team de opbouw doet, of een werf waar jullie een nieuwbouwproject mee vormgeven. Op en rond dat terrein lopen heel wat potentiële klanten. Dragen uw mensen gepersonaliseerde werkkledij, dan hebben passanten de naam van uw bedrijf gespot. Bij een eventuele latere opportuniteit drijft uw naam dan misschien wel boven.

Hoe creëer ik een professionele uitstraling?

Door uw team gepersonaliseerde kledij aan te bieden, kiest u voor herkenbaarheid en professionalisme. Een outfit met uw logo en naam draagt bij tot de geloofwaardigheid en een betrouwbare uitstraling. U bent zeker dat uw medewerkers met nette kledij voor de dag komen en een goede indruk maken, zonder in een strak keurslijf te zitten. De keuzemogelijkheden voor uw werkkledij zijn namelijk nimmig. Een lange broek, een short, een t-shirt, een polo of een hemdje: u bepaalt het zelf, indien gewenst met professioneel advies.

Eén look, één team?

Een team dat goed samenwerkt, kan bergen verzetten. Daarom zet u vandaag misschien al in op teambuilding-activiteiten en bedrijfsfeesten. Wist u dat ook een gedeelde werkkledij verbondenheid creëert? Werknemers voelen zich op gelijke voet behandeld en dat resulteert in meer tevredenheid en een hogere productiviteit. Bovendien is een geïntegreerde werknemer een trouwe werknemer.

Wilt u de betrokkenheid nog meer aanzwengelen? Laat uw personeel meebeslissen hoe hun nieuwe werkkledij eruit gaat zien. Ze zullen de outfit met plezier dragen en u stimuleert hun creativiteit. Dat levert dus alleen maar voordelen op.

Deze expertise werd aangeboden door:

Ruwomat
— ruwomat.be

Hoe boost gepersonaliseerde werkkledij mijn bedrijf?

Beantwoord door Geert & Wout Mortier van Ruwomat



omnichannel

STERCK.

Content marketing

TESTIMONIAL

De beste verhalen komen van uw klanten. In Testimonial laten we u samen met uw klant aan het woord. Omdat één plus één vaak drie is.

JEROEN LATRUWE
— Valcke Prefab Beton

RONNY DEVOS
— Wybo Transport

Grens-overschrijdend en stabiel partnership

TESTIMONIAL

De beste verhalen komen van uw klanten. In Testimonial laten we u samen met uw klant aan het woord. Omdat één plus één vaak drie is. ■



Wybo Transport groeit stevig. Dat vraagt om extra kantoor- en vooral stockageruimte. De transportfirma deed al meermaals een beroep op Valcke Prefab Beton voor de uitvoering van hun nieuwbouwprojecten, recent nog in de Vlaanderenlaan in Poperinge. "In Valcke vinden we een bewaarde, flexibele en betrouwbare partner, op amper vijf kilometer van ons hoofdkantoor", zegt zaakvoerder Ronny Devos.

Het begon in de jaren negentig met een loods van 2.800 vierkante meter, net over de Franse grens. Wybo Transport zocht een West-Vlaamse partner en sloeg met Valcke Prefab Beton twee vliegen in één klap: zusteronderneming Traconord voerde het Franse project vlot uit. Het startschot was gegeven voor een hele reeks geslaagde gezamenlijke bouwprojecten. In 2011 volgde een groot magazijn van 7.200 vierkante meter aan de Europaan in Poperinge.

"Daar moesten we snel schakelen", zegt Ronny Devos, zaakvoerder van Wybo Transport. "Nu ik het zo zeg, dat is eigenlijk wel een rode draad. Vaak krijgen we de vraag van bepaalde klanten voor stockage en moeten we die snel voorzien, voor ze zich tot een concurrent richten. Gelukkig denkt Valcke mee in functie van die korte deadlines. In dit geval werden de eerste paletten al gelost toen de vloer met moeite droog was."

Op dezelfde site realiseerde Valcke ook de truckwash, met onderkeldering voor wateropvang en -recuperatie.

Nieuw hoofdkantoor met magazijn

De burelen zijn ondertussen verhuisd naar de site in de Vlaanderenlaan in Poperinge, met daarnaast ruim 10.000 vierkante meter magazijn. De werken startten in de zomer van

2018. Amper zes maanden later waren de eerste paletten gestockeerd. "Enkele specifieke keuzes maakten van dit project een leuke uitdaging", herinnert salesmanager Jeroen Latruwe zich. "Zo heeft de logistieke loods overspanningen van 35 meter en vrije hoogtes van 13,5 meter, voor optimale stockagemogelijkheden. We kozen bovendien voor een betondak in plaats van klassieke steeledeek, omwille van zowel de akoestische als thermische inertie van onze voorgespannen TF-dakelementen. Om de binnenruimte maximaal te benutten, optreden we ervoor om de kolommen aan de buitenzijde te plaatsen. De combinatie met zwarte silexpanelen resulteert in een leuk, speels architecturaal effect. Die uitstraling trokken we vervolgens in het kantoorgebouw."

De loszones zijn voorzien van luifels van een vijftiental meter breed, om te laden en te lossen in de droogte. Goederen komen in één beweging op de juiste plaats in het magazijn terecht. Er is dus maar één manipulatie, wat het risico op beschadiging of contaminatie minimaliseert.

Gedeelde waarden en normen

Waarom het zo goed klikt tussen Wybo en Valcke? Ronny Devos heeft een verklaring: "We zijn gelijkgezinde bedrijven. Ons familiale karakter en onze respectvolle, open aanpak verbinden ons met elkaar."

Bovendien is bij Valcke, net als bij Wybo, een woord een woord. Als wij belofes maken aan onze klanten, weten we dat Valcke het nodige doet om ons die te laten inlossen. Dat schept vertrouwen."

"Naast de productie, het transport en de montage van alle betonelementen, verzorgt Valcke Prefab Beton ook de volledige engineering", pikt Jeroen Latruwe in.

De korte lijnen garanderen een vlot verloop. Het is voor Wybo dan ook logisch om telkens weer Valcke aan te spreken voor nieuwe gebouwen. Die staan binnenkort weer op de planning: aan de grensovergang ruimen twee tijdelijke constructies binnenkort plaats voor een magazijn van een kleine 7.000 vierkante meter. Aan de overkant, op Franse grond, mag Traconord zich dan weer voorbereiden op een krachttoer, voor ruim 40.000 vierkante meter nieuwe stockage.

Valcke Prefab Beton
— valcke-prefab.be

Wybo Transport
— ronny@wybo.be

omnichannel

STERCK.

Content marketing



VM Logistics focust op circulaire goederen in België

CIRCULAIR

Circulair is de toekomst. En de toekomst is circulair. Een alternatief is er niet. Bij veel ondernemers staat het thema dan ook bovenaan de strategische objectieven voor de komende jaren. In deze rubriek laten we zulke ondernemers even vooruitblikken naar de toekomst, maar vertellen ze ook over wat ze op dit moment al doen op het vlak van duurzaamheid. ■

Meer dan een half jaar na de overname van VM Logistics door ondernemer Willem De Pesseroey ziet de CEO dat het goed gaat met zijn uniek, logistiek bedrijf. "Via ons businessmodel leveren we een belangrijke bijdrage aan een duurzame wereld", vertelt De Pesseroey. "Elke kilogram die hier binnenkomt, gaat vandaag 100 procent terug richting de industrie voor hergebruik of recyclage."



Willem De Pesseroey

VM Logistics is al sinds 2001 de schakel tussen primaire industrie en circulaire industrie", legt De Pesseroey uit. "Waar een klassiek logistiek bedrijf zich richt op productie en de klant plaatst, bevinden wij ons tussen de afvalverwerkings- en recyclage-industrie. Wij hebben een value-added logistiek dienstenmodel, wat uniek is in combinatie met de recyclingmarkt."

"We leveren een dienst, en zijn dus nooit eigenaar van de producten. Onze focus ligt daarbij heel duidelijk op circulaire goederen. Officieel kan je een groot stuk daarvan afval noemen. Het zijn enerzijds nevenstromen die uit de maakindustrie komen of goederen die bij productie afgekeurd zijn. Anderzijds behandelen we ook post-consumer afval. Wat die goederen gemeenschappelijk hebben, is dat ze vroeger veel kans hadden om ergens onderaan de afvalladder terecht te komen. Voor ons is het een belangrijk gemeenschappelijk punt dat er opportuniteiten zijn om ze te recycleren of te hergebruiken."

Ladder van Lansink

"We situeren ons dus tussen de tweede en derde stap bovenaan op de Ladder van Lansink, waar bij de eerste stap afval vermeden wordt. Bij de tweede stap worden producten hergebruikt en bij de derde stap worden producten op verschillende manieren gerecycled. Aan de onderkant van de ladder gaat het om afval dat men verbrandt of stort."

"We voeren ook een aantal activiteiten uit die rechtstreeks waarde toevoegen aan materialen zoals persen of vermalen. Dit laat ons toe om vrachtwagens tot 25 ton te laden. Zo houden we heel wat bijkomend vrachtwagen van de baan. Ook het herverpakken van goederen is veelgevraagd, vooral bij hergebruik van materialen. Afgekeurde goederen dienen vaak herverpakt te worden alvorens ze weer op de markt gebracht kunnen worden."

70 procent plastics

"Zo'n 70 procent van de goederen die we behandelen zijn plastics, simpelweg omdat een aantal types plastic zeer goed recycleerbaar zijn. We behandelen echter ook rubber, papier en textiel. Bij VM Logistics manipuleren we deze producten verder zodat ze terug de industrie in kunnen, vaak richting een recyclagetoepassing, maar soms ook rechtstreeks terug richting de maakindustrie. Producten die voor de ene partij niets waard zijn, kunnen voor andere partijen net wel heel waardevol zijn."

Waarde toevoegen

Maar hoe werkt dat precies, waarde toevoegen aan 'afval'? "Correct sorteren is bijvoorbeeld al sterk waardebepalend. Een vrachtwagen met meerdere soorten plastics valt heel moeilijk te recyclen. Wij hebben magazijnen waar de klant een eigen bureau heeft en waar we vanuit de input van de klant de goederen correct sorteren per type. Ook het aanbieden van opslagcapaciteit om vraag en aanbod op te vangen, voegt waarde toe aan de circulaire ketting. In het verleden werden goederen soms gestort of verbrand omdat afvalverwerking en recyclecapaciteit niet synchron lopen. Wij bieden in zo'n geval een buffer in de recyclecyclus."

"We voeren ook een aantal activiteiten uit die rechtstreeks waarde toevoegen aan materialen zoals persen of vermalen. Dit laat ons toe om vrachtwagens tot 25 ton te laden. Zo houden we heel wat bijkomend vrachtwagen van de baan. Ook het herverpakken van goederen is veelgevraagd, vooral bij hergebruik van materialen. Afgekeurde goederen dienen vaak herverpakt te worden alvorens ze weer op de markt gebracht kunnen worden."

"We voeren ook een aantal activiteiten uit die rechtstreeks waarde toevoegen aan materialen zoals persen of vermalen. Dit laat ons toe om vrachtwagens tot 25 ton te laden. Zo houden we heel wat bijkomend vrachtwagen van de baan. Ook het herverpakken van goederen is veelgevraagd, vooral bij hergebruik van materialen. Afgekeurde goederen dienen vaak herverpakt te worden alvorens ze weer op de markt gebracht kunnen worden."

Hoe zal de maakindustrie er over 20 jaar uitzien?

We leven vandaag in een maatschappij die de transitie ingezet heeft naar duurzaamheid. De aankomende generatie zal niet langer aannemen dat er niet duurzaam gewerkt wordt. Bovendien zal een bedrijf dat erin slaagt om duurzaam te produceren zich kunnen onderscheiden, want grondstoffen worden steeds schaarser.

Binnen 20 jaar zal succesvolle maakindustrie dus duurzaamheid en circulariteit als prioriteit beschouwen. Daarnaast biedt de recyclesector een kans om opnieuw meer maakindustrie te creëren binnen Europa, maar innovatie en kwaliteit zijn cruciaal om niet de rest van de wereld te concurreren.

Afval vermijden

Dankzij het speciale businessmodel van VM Logistics wordt heel wat afval circulair behandeld. "Alles wat hier binnenkomt, gaat volledig terug richting de industrie voor hergebruik of recyclage. Wat vroeger afval was, wordt nu als grondstof beschouwd."

Practice what you preach

"We zijn grote voorstander van het 'practice what you preach'-principe. Het is onze ambitie om een duurzame omgeving te creëren voor ons personeel, maar ook voor onze klanten en partners: Veiligheid, kwaliteit en administratieve 'compliance' zijn basiswaarden van het bedrijf. Uiteraard streven we er ook naar om zelf duurzaam om te gaan met energie. Momenteel zijn we een LED-project aan het afronden en tevens hebben we investeringen gepland in zonnepanelen en de elektrificatie van ons wagenpark."



Info

VM Logistics ondersteunt industriële partijen door het bieden van logistieke oplossingen binnen de circulaire ketting van producten als plastics, papier en rubber. We bieden opslag en overslagcapaciteit aan, maar focussen ook steeds meer op activiteiten die rechtstreeks waarde toevoegen aan de producten. Onze klanten zijn afvalverwerkers, de recycle-industrie en de maakindustrie.

VM Logistics

Madridstraat 3
2321 Meer-Hoogstraten,
T. 03 311 81 67
www.vmllogistics.be
info@vmllogistics.be

omnichannel

STERCK.

Content marketing

GEMAACKT

Ondernemen is innoveren. In Vlaanderen hebben we dat goed begrepen, waardoor onze streek tot ver buiten de landsgrenzen bekendstaat als hotspot voor (technologische) innovatie en ontwikkeling. In deze rubriek richten we telkens de schijnwerpers op zo'n case én de knappe koppen erachter.

G
E
M
A
A
C
K
T

Ondernemen is innoveren. In Vlaanderen hebben we dat goed begrepen, waardoor onze streek tot ver buiten de landsgrenzen bekendstaat als hotspot voor (technologische) innovatie en ontwikkeling. In deze rubriek richten we telkens de schijnwerpers op zo'n case én de knappe koppen erachter.



ECHO

Technische specificaties

- Architect en opdrachtgever: DevolderArchitecten bv (Kortrijk)
- Stabiliteit: Cobe ingenieurs bv (Brugge)
- Ruwbouw: Hein Vanhoutte bv (Zwevegem)
- Schrijnwerk: Demeestere Schrijnwerken nv (Maen)
- Verlichting: Nuans bv (Rekem)
- Akoestiek: BeComfort bv (Vlierzele)
- Schilderwerk: Kordekor nv (Kortrijk)
- Oppervlakte gebouw: circa 600 m²
- Oppervlakte kantoren: circa 400 m²
- Het magazijn werd oorspronkelijk gebouwd in 1925 als bananenrijperij voor B.M. Spiers & Son.

Grondige voorbereiding resulteert in snelle oplevering met schitterend resultaat

Toen het kantoor van DevolderArchitecten op het Schouwburgplein te krap werd, kwam de reconversie van een bedrijfsite in de Vierschaarstraat in Kortrijk als een geschenk. Het bureau vond er zijn nieuwe thuis en creëerde meerwaarde voor de buurt.

In 2016 plande interieurspecialist Kordekor zijn uitvalsbasis in de Vierschaarstraat te verlaten. Ze deden een beroep op architect Geert Devolder voor een nieuwe invulling van deze bedrijfsite. Geert zag heel wat opportuniteiten om hier meerwaarde te creëren. Door een magazijn en enkele kleine gebouwen af te breken, kwam ruimte vrij voor groen en parking met nieuwe bedrijfsruimtes rondom.

Kantoor als visitekaartje

Voor het eigen kantoor liet Geert zijn oog vallen op een ruim maar donker magazijn dat diende als verloopslag. "Enkele unieke eigenschappen van de opslagplaats hebben we zichtbaar gelaten, zoals de met planken bekiste betonstructuur", vertelt Geert. "De grote uitdaging was daglicht te voorzien, gezien de implantatie van dit gebouw tussen de tuinen van de buren. Omwille van inkijk konden we niet zomaar ramen voorzien. Onze oplossing? Een stuk van het dak openbreken en een

patio creëren, opdat het licht een weg naar de bureaus vindt."

De façade van het nieuwe gebouw typeert zich dan weer door grote glaspartijen, stalen profielen en een houten gevelbekleding. Op het gelijkvloers bevinden zich naast vergader- en kantoorruimtes het archief en een keuken, op de eerste verdieping heeft ieder zijn werkplek. De wanden zijn bekleed met vilt- en gerecycleerde petflessen, goed voor isolatie en akoestische demping.

Van binnen naar buiten ontwerpen

De werken aan het nieuwe kantoor startten in augustus 2018. Op 4 januari van het jaar daarop verhuisde het team naar een volledig afgewerkt en ingericht kantoor. Daar ging twee jaar voorbereiding aan vooraf. "Die aanpak voor ons eigen kantoor is typerend voor onze werkwijze met iedere klant", verklaart Geert. "We staan erop om opdrachtgevers goed te leren kennen, om zo een ontwerp af te leveren waar tijdens

de uitvoering geen wijzigingen meer aan moeten gebeuren. Hoe is je bedrijf gegroeid en waar wil je naartoe? Hoe is de workflow binnen het gebouw? Interieurinrichting is geen decoratie, maar functioneel, esthetisch en commercieel onmisbaar. Op die manier weerspiegelt de structuur van je gebouw ten volle je strategie."

DEVOLDERARCHITECTEN BV

Info

DevolderArchitecten bestaat uit een sterk team van allround architecten. Ze bekijken het volledige plaatje, tot in de kleinste details, om tot dat ene onbetwistbare ontwerp te komen.

DevolderArchitecten

Vierschaarstraat 80
8500 Kortrijk
T: 056 255 120
info@devolderarchitecten.be
www.devolderarchitecten.be

omnichannel STERCK.

Content marketing

DE TEST

Ondernemers ervaren graag zelf om hun mening te vormen. De Test is dus een ideale manier om uw nieuw product of dienst bij het juiste doelpubliek te introduceren.

Van exclusieve wagens tot elektrische vier- of tweewielers. Raceboot, robot en andere vernuftige producten of diensten. De Test is uw platform voor communicatie. ■

DE
TEST

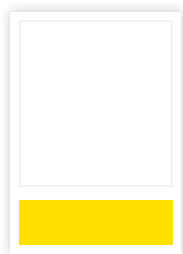
BMW i7 xDrive60



Kan je BMW-adepten nog verrassen met spitsvondige innovaties van het merk? Het antwoord luidt volmondig ja, beamen Filip Bossuyt en Charles Monseret. Het beste voorbeeld daarvan is de gloednieuwe BMW i7, waarmee de Duitse constructeur eens te meer zijn grenzen verlegt. Het paradepaardje van BMW's elektrische vloot zet ook op vlak van rijbereik een stevige stap vooruit. Impressie van een testrit die monden deed openvallen. En ja: de bestelbon is effectief getekend.

omnichannel STERCK.

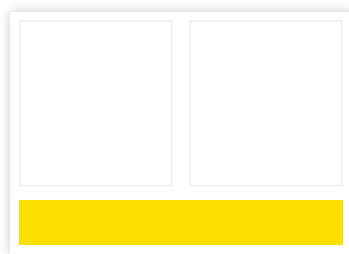
Advertenties



1 AD 1/4

- Eindformaat:
170 x 55 mm
(bxh)

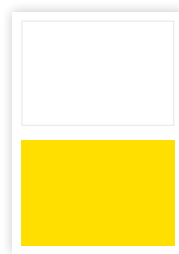
€ op aanvraag



2 AD 1/4 - SPREAD

- Eindformaat:
384 x 55 mm
(bxh)

€ op aanvraag



3 AD 1/2

- Eindformaat:
170 x 124 mm
(bxh)

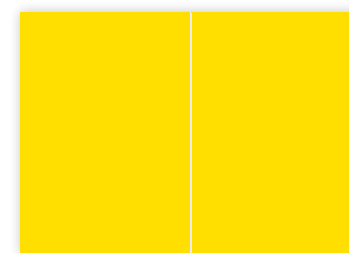
€ op aanvraag



3 AD FULL PAGE

- Eindformaat:
210 x 297 mm
(aflopend, bxh)
- Drukbaar aanleveren:
216 x 303 mm
(bxh - incl. 3mm bleed)

€ op aanvraag



3 AD FULL PAGE - SPREAD

- Eindformaat:
420 x 297 mm
(aflopend, bxh)
- Drukbaar aanleveren:
426 x 303 mm
(bxh - incl. 3mm bleed)

€ op aanvraag

- **Fonts** embedden of in outline (*lettercontouren*)
- **Kleuren** in cmyk
- **Beeldmateriaal** minimum 300 dpi of vectorieel
- **Bleed enkel bij volle pagina's** aanduiden met paskruisen
- **PDF** bestandsformaat, drukklaar

In STERCK Magazine zijn ook speciale communicatiemogelijkheden mogelijk. U kan kiezen voor een **insert** (eigen bijlage bij het magazine), een **wikkel** rond het magazine, een advertentie op een **coverpositie** of een **fold-out cover** met groot advertentieformaat. Contacteer ons voor deze mogelijkheden. Beschikbaarheid is beperkt! ■

Specials

omnichannel

STERCK.

Video



1 BEDRIJFSFILM

- Lengte:
30 seconden of 90 seconden
- Altijd in combinatie met een bedrijfsprofiel in STERCK Magazine
(Omnichannel versterkende communicatie)
- Enkel als deel van een totaal communicatiepakket
(niet los te verkrijgen)

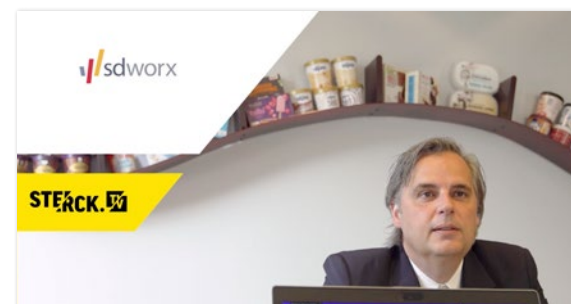
€ op aanvraag



2 TESTIMONIAL

- Lengte:
30 seconden of 90 seconden
- Altijd in combinatie met een testimonial in STERCK Magazine
(Omnichannel versterkende communicatie)
- Enkel als deel van een totaal communicatiepakket
(niet los te verkrijgen)

€ op aanvraag



3 PRAKTIJK - EXPERTISEFILM

- Lengte:
30 seconden of 90 seconden
- Altijd in combinatie met een praktisch artikel in STERCK Magazine
(Omnichannel versterkende communicatie)
- Enkel als deel van een totaal communicatiepakket
(niet los te verkrijgen)

€ op aanvraag

omnichannel STERCK.



2 VRAAG & ANTWOORD

- Lengte:
30 seconden of 90 seconden
- Altijd in combinatie met een Vraag & Antwoord in STERCK Magazine
(Omnichannel versterkende communicatie)
- Enkel als deel van een totaal communicatiepakket
(niet los te verkrijgen)

€ op aanvraag



3 EVENT MOVIE

- Lengte:
30 seconden of 90 seconden
- Altijd in combinatie met een Event fotoverslag in STERCK Magazine
(Omnichannel versterkende communicatie)
- Enkel als deel van een totaal communicatiepakket
(niet los te verkrijgen)

€ op aanvraag

netwerck STERCK. Netwerck

Het netwerck dat uw business verstevigt

Deel worden van het STERCK Netwerck doet allerlei deuren voor u open gaan. Kom in een aangename sfeer nieuwe contacten leggen met collega-ondernemers die concrete zakelijke opportuniteiten voor u kunnen betekenen.

Wij zorgen stevast voor een unieke matching en een persoonlijke introductie zodat u met de juiste ondernemers in contact komt.

Verder kan u op onze STERCK Invites onze redactionele partners ontmoeten, absoluut de moeite om eens mee in contact te komen.

Culinaire verwennerij in een ongedwongen kader ervaart u in de STERCK Netwerck Dinners en STERCK Cafés.

Onze doorgedreven matching-visie gaat zelfs verder dan louter professionele opportuniteiten: we brengen eveneens ondernemers met gelijke interesses samen. Of het nu gaat om een dynamisch golfevent, een aangename whisky tasting of een opwindende dag met exclusieve wagens; op onze Netwerck-momenten beleeft u altijd meer. Een aanrader voor u en uw bedrijf! ■

Altez, A. Verelst Projects, Beddeleem, Bolckmans, De Meeuw, Dillen Bouwteam, Hertsens Infra, Hansen Industrial transmission, Mahieu Construct, SD Worx, Seco Belgium, Skyline Europe, TVH Equipment, Van Lanschot, Verhelst Bouwmaterialen, Vytech, Willy Naessens, ...



We zien u binnenkort

STERCK. Magazine is een uitgave van Roularta Media Group nv

General manager: Eveline Haeck / **Contact:** tel. 0495 59 53 10 of eveline@sterckmagazines.be
Regionaal team: Vincent Vandenberghe en Serge Wailly / **Contact:** tel. 089 48 05 80 of
info@sterckmagazines.be