



32 sidor om Inquire och vad vi står för

Game-changing Logistics

Brand book

100 % transparens

INQUIRE

Det gör inget om
våra kunder får
se den här boken.

Det gör faktiskt inget om konkurrenter läser vår bok heller. InQuire går inte att kopiera.

Den här boken sammanfattar varumärket InQuire på 32 sidor. Vad vi står för, vilken kultur vi har och vilken kultur vi inte vill ha. Den tar ca 6 minuter och 30 sekunder att läsa från pärm till pärm med en läshastighet på 230–250 ord/minut (*på InQuire är exakthet en dygd*). Men innehållet tål att reflekteras över lite då och då.

Vad innebär till exempel vårt varumärkeslöfte för dig (s. 18–19)? Hur kan du uppfylla det i ditt arbete? Och vem är din mystiske kollega ”Ingen Någon Man” som dyker upp när du minst anar det (s. 28–29)?

Eftersom ett av våra kärnvärden är Transparency och vi är stolta över vad InQuire står för, gör det inget om en kund eller någon annan får titta i boken. Men det är inte en bok vi delar ut till höger och vänster. Det här är din bok. Och vår bok. Tillsammans bygger vi InQuire ännu bättre och mer hållbart.



Det är dumt att transportera luft

Samma år som Charlotte Kalla tar OS-guld på 10 km fristil i Vancouver och Lena Meyer-Landrut vinner Eurovision Song Contest med Satellite, sitter två herrar* i Lidköping och funderar över varför det transporteras så mycket luft i alla lastbilar på vägarna. Och borde det inte gå att göra företagsleveranser både mer effektiva och hållbara?

Två år senare tilldelas InQuire "Stora Logistikpriset" i kategorin "Årets transportlösning" för samdistributionslösningen av drycker.

Idag är vi långt fler än två och vi har stora kunder över hela Norden. Charlotte Kalla (*vi glömmer aldrig rycket i Val di Fiemme*) har ställt tävlingsskidorna i garaget och Lena Meyer-Landrut ... ja, henne är det ingen som minns.

Men vi fortsätter envist jakten på den optimala leveransen. Precis som det började år 2010.

* Björn Paulsson och Christer Strand

Vilka blöjor väljer du?

Om paret som just fått sitt första barn ber bästa vännen, som inte har barn, att köpa med ett paket blöjor när hen kommer på besök, vilka blöjor tror du hamnar i shoppingkorgen? Förmodligen börjar det på Pam och slutar med pers.

Det är så det funkar. Vi väljer det vi känner igen. Men framför allt gör vi val för att reducera risker. Hade vännen valt ett okänt märke och blöjorna läckt hade paret tyckt att hen gjort fel val. Om det kända märket läcker ger man inte vännen skulden utan varumärket. Därav det gamla uttrycket

“Nobody gets fired for buying IBM” bland storföretagens lite rädda inköpare.

Nu är inte InQuire ett stort globalt varumärke med alla självklara värden det innebär. Men vi ska likväl reducera risker för våra kunder. De ska alltid känna sig trygga i sitt val, alltid kunna förklara varför de valt oss och aldrig uppleva att de tar en risk när de väljer oss framför någon annan.

Varumärket InQuire är varken mer eller mindre än den bild av oss som kunder har i sina huvuden. Därför är det så viktigt att vi vårdar vårt varumärke och kommunicerar det på samma sätt i alla våra kontakter.

Tillsammans bygger vi InQuire.



Värden som driver oss

InQuire står för en mängd värden – allt från vårt unika system IQPL till vassa medarbetare. Och det är viktigt att ett varumärke står för och kommunicerar vissa värden utan att hoppa hit och dit. Därför är det vanligt att företag har kärnvärden som genomsyrar allt de kommunicerar och gör. Därmed inte sagt att kärnvärden behöver ropas ut. Men de ska kännas och upplevas.

InQuire har tre kärnvärden som bygger vår identitet och som alla som kommer i kontakt med oss ska uppleva. Tre kärnvärden som sätter fingret på vad vi gör, hur vi gör det och varför vi gör det.

Läs om våra kärnvärden på följande tre uppslag.

Våra kärnvärden ska genomsyra allt vi gör så våra kunder känner och upplever vad vi står för.

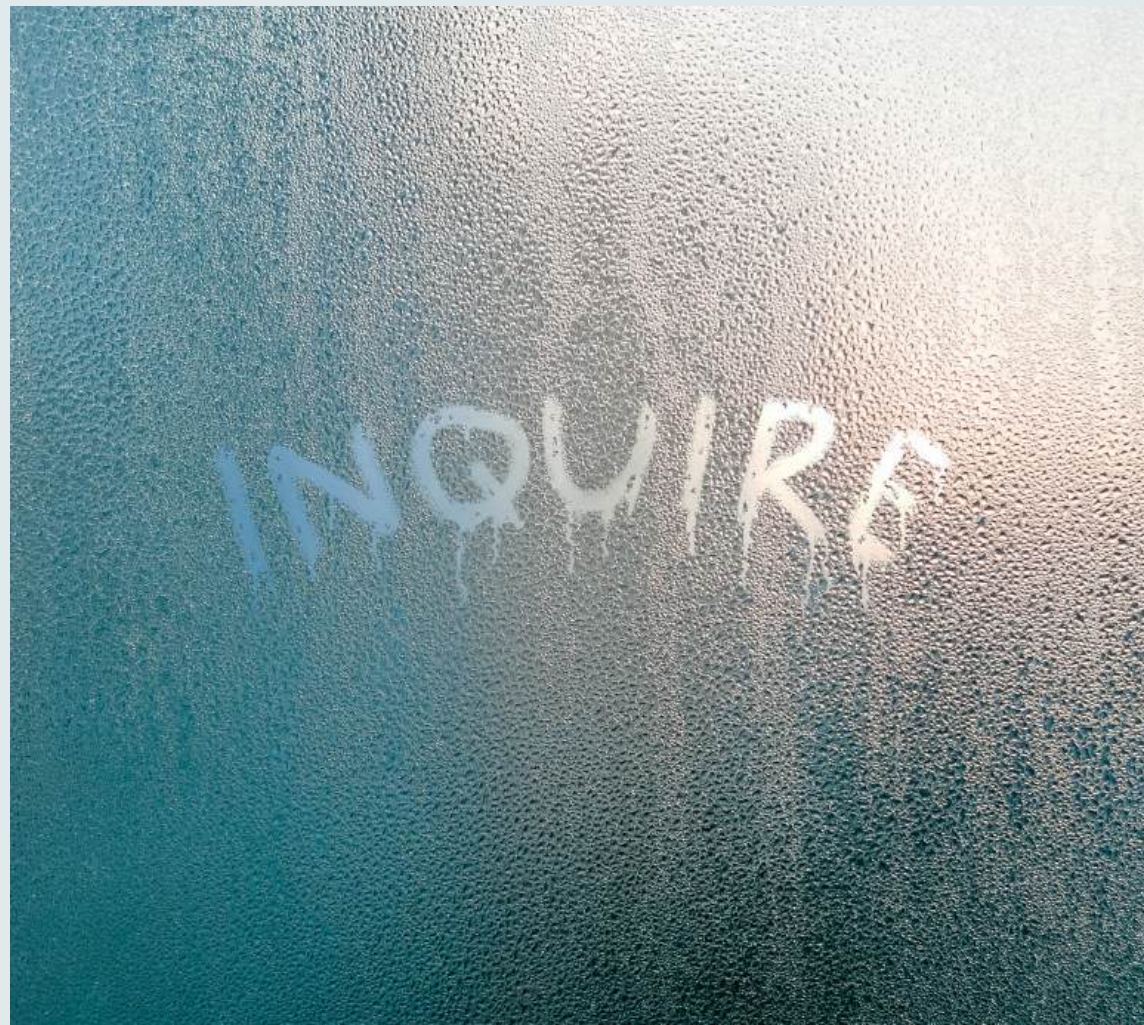


På så vis kan vi ligga "top of mind" hos dem.

Våra kärnvärden

Transparency

Samarbeten byggda på öppenhet och visibilitet där alla vet vem som gör vad är en avgörande framgångsfaktor i allt vi gör. Transparensen genomsyrar inte bara våra samarbeten med kund, utan är också vägledande för vårt interna arbete och en viktig del i vår företagskultur.



Våra kärnvärden

Relationship

Även om det vi gör är unikt kan nästan allt ersättas av någon annan. Utom våra relationer. Starka, ärliga och raka relationer med våra kunder, byggda på ett ömsesidigt förtroende och engagemang, gör oss oersättliga. Genom vår transparens och våra äkta relationer är vi inte längre leverantörer eller samarbetspartners. Vi är våra kunder.

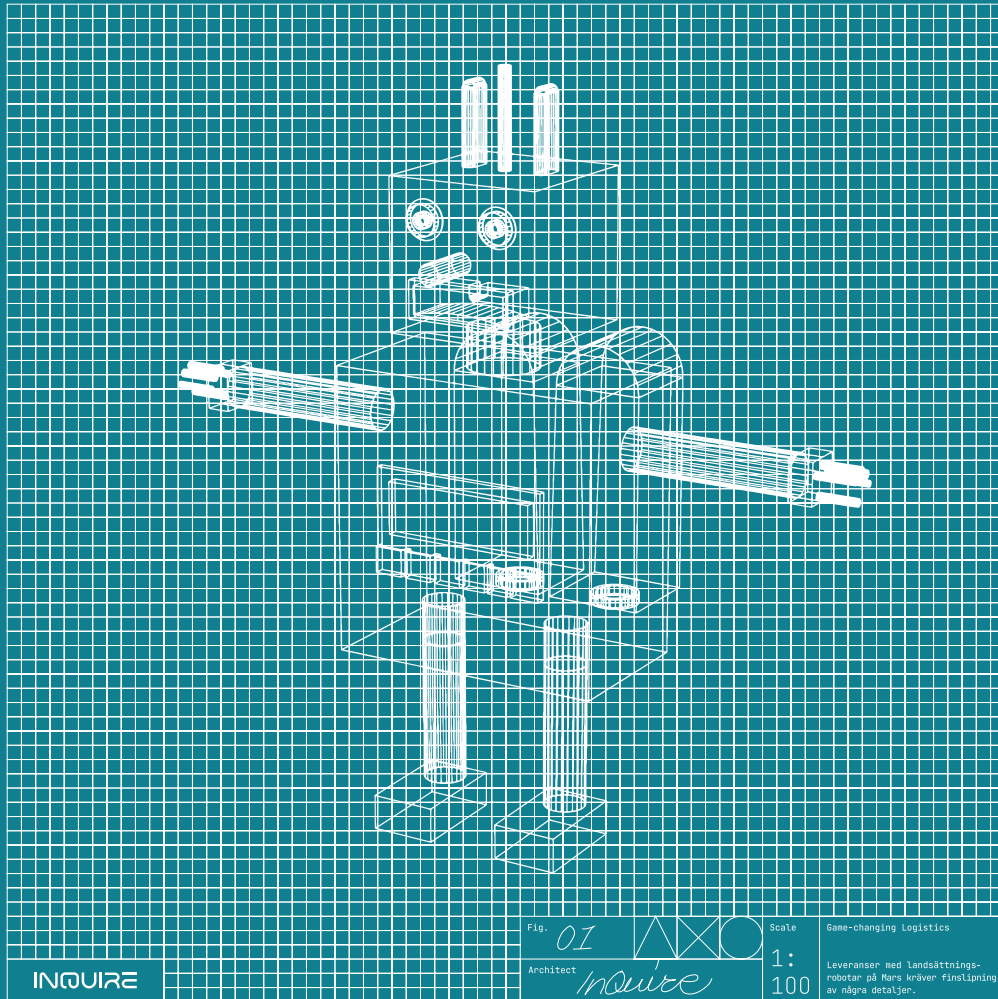


Våra kärnvärden

Sustainability

Allt vi gör tillsammans med våra kunder syftar till en hållbar framtid. Ett ekonomiskt, ekologiskt och socialt hållbart samhälle. Det är den bild vi delar med alla vi samarbetar med. Det är det vi ska uppnå tillsammans. Hållbarhet är den ledstjärna vi navigerar efter.





Game-changing Logistics är vad vi lovar marknaden. Vårt löfte tydliggör för marknaden vad vi gör och att vi avser att ligga steget före alla andra. Även om vi redan har den bästa lösningen får vårt arbete att utveckla en ännu bättre lösning aldrig avstanna.

I vårt löfte ligger en oupphörlig nyfikenhet och vetgirighet att ta nästa steg, att flytta fram positionerna för en hållbar logistik.

Game-changing Logistics

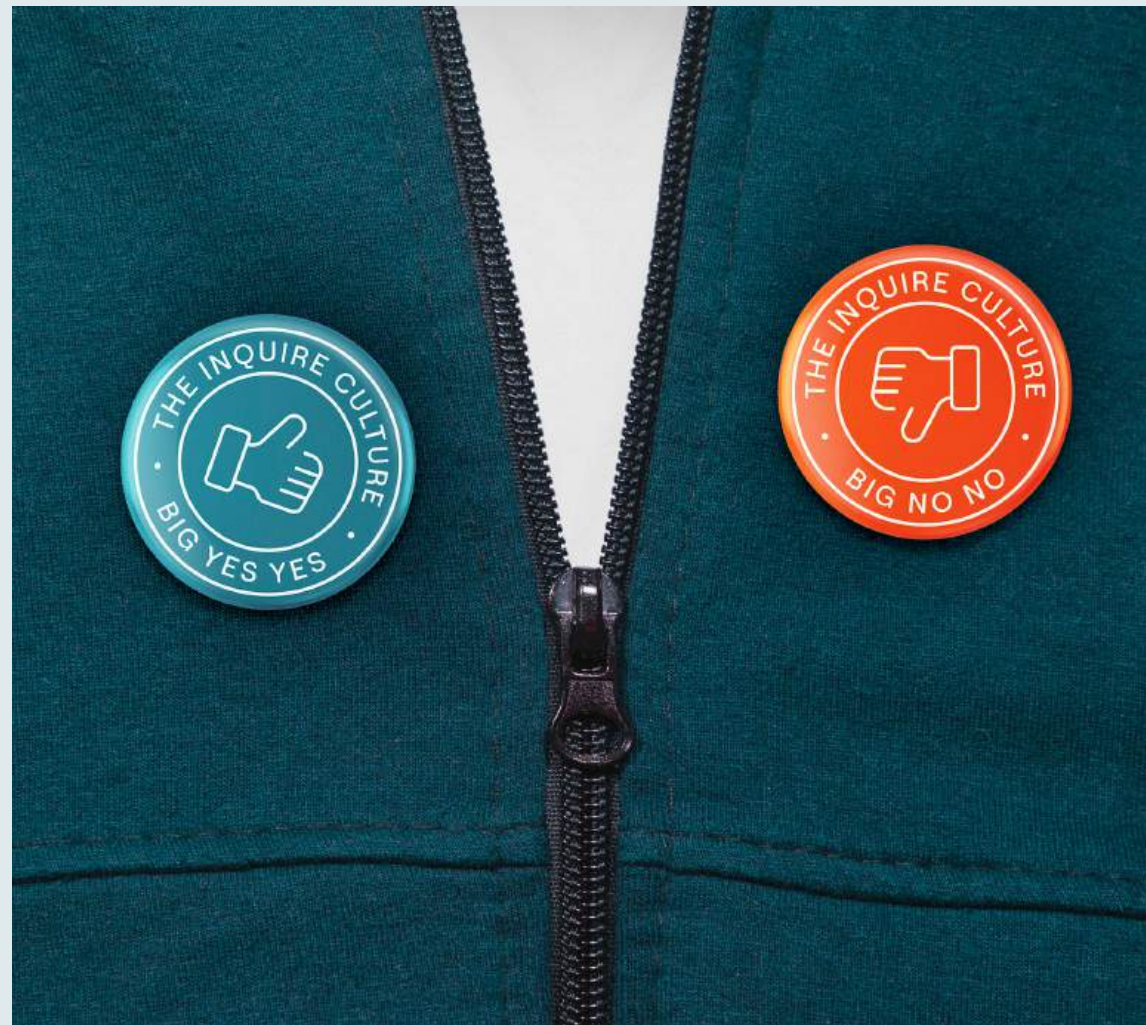
Big yes yes och Big no no!

Det mest självklara glöms ibland bort. Speciellt när det är stressigt. Som att hinna med att bry sig om varandra. Men det glömmar vi aldrig på Inquire. Här bryr vi oss genom att visa varandra respekt. Och visar man respekt, får man respekt. Enkelt och effektivt.

Så här kommer några Big yes yes och Big no no om kulturen vi vill ha på Inquire. Om hur vi visar varandra respekt.

Självklart vet vi att alla kan ha en riktigt dålig dag. En dag då du kanske inte visar dina bästa sidor. Inga konstigheter.

Men blir det för många dagar är det ännu viktigare att både du och vi bryr oss lite extra.





Vi är stolta året runt



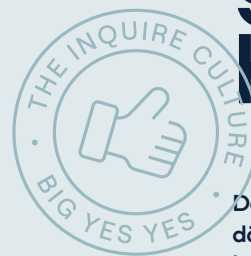
Prideparaderna är bara en gång om året, men på InQuire är vi stolta året runt. Vi är stolta över att vi bryr oss om varandra. Över att människor får vara hetero-, homo- eller bisexuella. Trans, queer eller intersex.

Vi är stolta över att vi behandlar alla lika oavsett varifrån du kommer, var du bor eller vad du tror på. Om man har en funktionsvariation eller nedsättning. Och vi är stolta över att kön eller ålder inte spelar någon roll för hur man blir bemött.

Men vi är inte stolta över rövhattar, skitsnackare eller dumdryga översittare. Ni får ha en egen liten parad nån mörk kväll i november med snöblandat regn.



Hej, tjena, god morgon, hur är läget?



Det finns inte en förskola som inte har trivselregler. De där reglerna är faktiskt inte så dumma. Pedagoger vet hur viktigt det är med regler för att alla ska trivas. Speciellt för barn som är lite tysta och blyga. De kan lätt hamna utanför.

Därför vill vi tacka alla förskolor för lånet av regeln: På InQuire hälsar vi på varandra. Kan barn, kan vi. Dina kollegor kommer vara mycket snabbare med att hjälpa dig om du sagt hej på morgonen. Dessutom kommer de att må bättre.

Så hellre ett – hej, tjena, god morgon, hur är läget – för mycket än att någon känner sig utanför. Och ju fler vi blir, desto viktigare är det.

Hej då.

Hemmakontoret är hemma

Skönaste kortbyxorna och favoritlinnet, pizza ur kartongen vid datorn och kaffekopp från barnbarnen är sånt vi gillar. Hemma. Inte på kontoret eller i Teams-mötet. När du är på kontoret representerar du InQuire både bland kollegor och kunder.

Det är så vi bygger varumärket InQuire, det är så vi visar varandra respekt. Precis som vi visar varandra respekt genom att hålla mötestider och vara förberedda när mötet drar igång. Ganska självklart för att alla ska trivas.



Du är säkert världens bästa mamma, pappa eller mormor även när du är på kontoret. Men din privata kaffekopp ska just vara din privata kopp där hemma. Inte på kontoret.



InQuire är en ledande aktör i Norden på hållbar logistik. Vi drivs av gemensam lust, vilja och engagemang att tillsammans hitta de bästa lösningarna för våra kunder. Att stötta och lyfta varandra för att skapa Game-changing Logistics.

Därför söker vi inte dig som tycker att du är lite bättre än andra. Du som gärna säger "Kan ingen plocka undan i köket", "Kan någon städa undan i konferensrummet" eller "Man borde kanske fixa fika till kundmötet, men jag hinner inte". Hos oss arbetar inte Ingen Någon Man.

Så gör dig inte besvär att skicka någon ansökan till oss.

INQUIRE



Glöm inte vårt **IQ**-test:

InQuire stavas
alltid **InQuire**

