Per Workshop zu mehr Wettbewerbsvorteilen

Der aktuellen BME-Logistik-Umfrage zufolge beklagen „72 Prozent der Spediteure die ruinöse Konkurrenz im Transportsektor“, eine Situation, die auch aus Sicht des Verbandes Verkehrswirtschaft und Logistik Nordrhein-Westfalen e.V. (VVWL) Firmen oft in ihrer Existenz gefährdet.

„Deshalb ist es unglaublich wichtig, dass Firmen ihr Wettbewerbsprofil strategisch stärken“, sagt Werner Geilenkirchen, Lehrbeauftragter für Logistikmarketing. Immerhin buhlen allein in NRW rund 17.000 Logistikdienstleister um Fracht- und Logistikaufträge. Es gilt, sich von der Konkurrenz abzuheben – gerade auch vertrieblich. „Die individuellen Merkmale und Vorteile müssen einem Verlader klar, kontinuierlich und vor allem interessant vermittelt werden“, bringt Geilenkirchen die Herausforderung auf den Punkt.

Werner Geilenkirchen, „Schrittweise Umsetzung macht es einfacher“

Foto: Ricardo Thaler

Workshop

Das ist allerdings leichter gesagt als getan. „Gerade weil der unvoreingenommene Blick auf die eigenen unternehmerischen Stärken und Schwächen oft fehlt“, weiß Heinz Hintzen, Geschäftsführer der Hintzen Logistik GmbH. Gleichzeitig geraten strategische Ziele im Alltagsgeschäft schnell aus den Augen. Die Folge: Operative Qualitäten werden oft nicht effizient genug vermarktet, das Image als Dienstleister und Arbeitgeber nicht professionell auf- und ausgebaut.

Um derartige Risiken zu vermeiden, holen sich immer mehr Logistikdienstleister externe Unterstützung ins Haus. Der VVWL hat die Kölner Fachagentur Herzig als Premium Partner gewinnen können, VVWL Mitgliedsunternehmen erhalten so branchenspezifische Hilfe bei der Ausarbeitung nachhaltiger Lösungswege. Grundvoraussetzung für den Erfolg der Beratung ist, dass die strategische Ausrichtung nicht nur in den Köpfen der Geschäftsführer, sondern auch bei den Mitarbeitern bekannt ist. „Manchmal ist beides nicht der Fall“, weiß Geilenkirchen, der in der Geschäftsleitung bei Herzig die Bereiche Strategie, Marketing und Marken-Management verantwortet.

Foto: Foto Studio Strauch

Heinz Hintzen, „Strategie muss individuell ausgerichtet werden“

André Theilmeier, „Eigene Kompetenzen kompetent vermarkten“

Speditions-, Transport- und Logistikunternehmen müssen die eigene Positionierung schärfen, um dann Schritt für Schritt eigene Wettbewerbsvorteile optimaler vermarkten zu können. Wie beispielsweise im westfälischen Verl: Im Rahmen eines Strategieworkshops entdeckte der Traditionsbetrieb Frankenfeld seine „Freude an Lösungen“ – und machte daraus kurzerhand seinen neuen Firmenslogan. „Früher haben wir – ganz westfälisch und mittelständisch geprägt – eher weniger über unsere Qualitäten und Erfolge gesprochen“, erinnert sich Geschäftsführer André Theilmeier, „der gemeinsam erarbeitete neue Slogan stellt die Lösungskompetenz unserer Logistikgruppe deutlicher heraus und verhilft der Marke Frankenfeld so zu mehr Prägnanz und Marktpräsenz.“

Den Weg zu wirksamen Erfolgen ebnet am besten ein interaktiver Workshop. „Gemeinsam mit dem Auftraggeber lässt sich ein „roter Faden“ für die Vermarktung der Services in den Bereichen TUL und Mehrwertdienste viel besser erarbeiten“, verdeutlicht Geilenkirchen. Dabei werden moderne Marketingkonzepte, erprobte Branchenlösungen und die beim Kunden vorhandenen Erfahrungen individuell kombiniert. Als Premium-Partner des Verbandes bietet Herzig den VVWL Mitgliedsunternehmen diesen maßgeschneiderten Workshop zudem zum Vorzugspreis an.

Dass sich das rechnet, steht für zahlreiche Unternehmer längst außer Frage: „Wir haben 2013 einen Strategieworkshop bei Herzig gebucht. Er war sehr strukturiert, gut vorbereitet und vor allem individuell auf uns und unsere Zukunftspläne ausgerichtet“, lobt Heinz Hintzen. Schon deshalb würde er dieses Angebot jederzeit weiterempfehlen. „Allerdings nicht an den Wettbewerb“, schmunzelt der innovative Logistikunternehmer.

Der HERZIG Strategieworkshop behandelt diese 7 wichtigen Themen:

- Detaillierte Analyse der unternehmerischen Stärken/Schwächen
- Beurteilung der aktuellen Präsenz im Transportmarkt
- Basis-Analyse ausgewählter Wettbewerber
- Erstellung eines individuellen Unternehmensprofils/Markensteuerrads
- Arbeitsmuster für die eigene PR- und Kommunikationsarbeit
- Ausarbeitung eines maßgeschneiderten Vertriebsgesprächs
- Strukturierung geeigneter Vertriebsprozesse

Für VVWL-Mitglieder bietet die Agentur Sonderkonditionen an. Weitere Informationen erhalten Sie von Katja Wittke, kw@herzigmarketing.de und auf www.herzigmarketing.de.

UnternehmensBeratung Zukunftsorientierte Beratung – aus der Branche für die Branche

Die Fachberater stehen Ihnen für eine kompetente betriebswirtschaftliche Beratung gerne zur Verfügung.
Rufen Sie uns an, Ihre Ansprechpartner:

VVWL NRW

Reinhold Leusmann
Fon: 02 51/60 61-442
leusmann@vvwl.de

Sven Heinz
Fon: 02 51/60 61-444
heinz@vvwl.de

Unser Beratungsziel ist eine partnerschaftliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Kunden.
Vertrauen und Kompetenz, dafür garantiert der Verband.

Mittelstandsorientiert. Branchenkompetent. – Wir begleiten Sie in die Zukunft!