

PRESSEINFORMATION

Rezept gegen Gleichmacherei**Neue Strategien auf dem European 3PL Summit 2014 vorgestellt**

Köln/Amsterdam, 21.11.2014 – In einer Fachsequenz mit Xavier Urbain, CEO, CEVA, Tony Gunn, MD Europe, Menlo und weiteren Experten sprachen Helmut Kaspers und Werner Geilenkirchen auf Europas größtem Fachtreffen für 3PL über Rezepte gegen die geringe Unterscheidbarkeit der Firmen im Markt.

3PL scheinen immer mehr zu logistischen Commodities zu werden, es fällt immer schwerer, sich aus Sicht der Verlagerer im Wettbewerb zu differenzieren. Als Rezept für sein Unternehmen sieht Xavier Urbain die Innovationskraft, Tony Gunn sieht allgemein eine übergreifende Unternehmenskultur und engagierte Mitarbeiter als wirksames Mittel zur Differenzierung. Eine umfassende strategische Lösung rückten Helmut Kaspers, Management Consultant für Global Logistics Companies und Werner Geilenkirchen, Experte für Logistikmarketing in ihrem gemeinsamen Vortrag in den Vordergrund.

3PL sehen oft in einzelnen operativen Details die größten Chancen, sich vom Wettbewerb abzugrenzen. „Strategische Themen werden zu oft als isolierte Projekte behandelt, es fehlt häufig an einer alle Unternehmensbereiche umfassenden Betrachtung. Eine ganzheitliche Ausrichtung, bis auf Country- oder Branch-Level runtergebrochen, ist ein erster wichtiger Schritt“, weiß Helmut Kaspers, derzeitig Member of the Board bei GreenCarrier AB Göteborg, Schweden und Non-Executive Director bei TAL International NY., USA.

Ansprechpartnerin:

Heike Herzig

hh@herzigmarketing.de

02234.989905-0

Dann folgt der notwendige zweite Schritt – diese Ausrichtung im Markt zu kommunizieren. Das auf dem 3PL Summit vorgestellte Nieselregen-Konzept ermöglicht diese wirksame Vermarktung im 3PL-Markt.

Die einfache und budgetfreundliche Lösung setzt auf die Kommunikation einer Vielzahl an Informationen und relevanter Geschichten, die interessant aufbereitet und über verschiedenste Kanäle wie ein Nieselregen im Transportmarkt verbreitet werden. Entscheider finden diese JIT, also genau in dem Moment, wo sie danach suchen - so entsteht ein Pull Effekt, Ausgangspunkt für eingehende Sales- und HR-Leads sowie kontinuierliche CRM Prozesse.

„Unsere gemeinsame Lösung ist das beste Rezept gegen die Gleichmacherei und für eine nachhaltig starke 3PL-Marke“, sagt Werner Geilenkirchen, in der Geschäftsleitung bei der Kölner Marketingagentur Herzig, die dieses Pull-statt-Push-Konzept speziell für die Transport- und Logistikbranche entwickelt hat, „letztlich sorgt ja auch ein kontinuierlicher Nieselregen eher für Wachstum, während der Effekt eines Platzregens meist schnell verpufft“.

Der zwölfte 3PL Summit stand unter dem Motto “3PLs, customer relationships, and how not to be commoditized”. Zusätzlich zu ihrem Vortrag leiteten Helmut Kaspers und Werner Geilenkirchen einen interaktiven Workshop, der den rund 40 Teilnehmern detailliert aufzeigte, wie durch modernes Logistikmarketing Wettbewerbsvorteile generiert werden können.

Ansprechpartnerin:

Heike Herzig

hh@herzigmarketing.de

02234.989905-0



Von links: Werner Geilenkirchen und Helmut Kaspers mit ihrem Rezept gegen Gleichmacherei.

(Bildquelle: eye for transport)



Werner Geilenkirchen stellt sein Nieselregen-Konzept vor.

(Bildquelle: eye for transport)

Ansprechpartnerin:

Heike Herzig

hh@herzigmarketing.de

02234.989905-0

Über HERZIG Marketing Kommunikation GmbH

HERZIG ist Fachagentur für Logistikmarketing. Seit 1994 unterstützt die Kölner Agentur Transportfirmen und Logistics Service Provider in NRW, Deutschland und Europa, bis hin zu den asiatischen Wachstumsmärkten, bei der strategischen Marktprofilierung, der Vertriebskommunikation, PR und innovativem Online-Marketing.

Geleitet von Heike Herzig und Werner Geilenkirchen, bietet das Beratungsunternehmen fundierte Branchenkenntnisse und Kontakte. So verschaffen die Kölner Spezialisten z. B. mit einem eigenen Logistikevent Zugang zu Märkten und Entscheidern. Als aktives Mitglied beim Cluster Logistik.NRW und der Bundesvereinigung Logistik, BVL unterstützt HERZIG die Stärkung und Zukunftsausrichtung des Logistikstandortes Deutschland.

<http://www.herzigmarketing.de>

Über Kaspers Consulting

Helmut Kaspers ist Gründer und Inhaber der Management Beratung für Global Logistics Companies und Member of the Board bei GreenCarrier AB Göteborg, Schweden und Non-Executive Direktor bei TAL International NY., USA.

<http://kaspers-consulting.com/>

Ansprechpartnerin:

Heike Herzig

hh@herzigmarketing.de

02234.989905-0