



eFreight Forwarding

Entwicklung und Umsetzung digitaler Speditionsmodelle für Logistikdienstleister und Verlager

Ihre Herausforderungen

Das traditionelle Geschäftsmodell von Logistikdienstleistern gerät durch neue Marktteilnehmer zunehmend in Gefahr. Neue Anbieter mit digitaler DNA suchen ihre Position im Markt logistischer Dienste und überzeugen die Kunden mit hoher Transparenz, effizienterer Abwicklung und geringeren Kosten. Für die etablierten Unternehmen am Markt besteht die Herausforderung, den Konkurrenten wirksam zu begegnen und durch eigene eFreight-Forwarding-basierte Geschäftsprozesse eine langfristige Kundenbindung aufrechtzuerhalten. Damit einher geht die Möglichkeit, durch die Optimierung der eigenen internen Prozesse Effizienzgewinne sowohl auf Dienstleister- als auch auf Verlagerseite zu realisieren.

Wer wir sind

Die International Transfer Center for Logistics (ITCL) GmbH ist Ihr Partner für die digitale Transformation und neue Geschäftsmodelle in der Logistik.

- ✓ Branchen-Know-how durch einschlägige Projekterfahrungen bei Logistikdienstleistern und Verladern
- ✓ Enge Vernetzung mit innovativen Start-ups und Technologieunternehmen

Unser Ansatz



Bedrohungsanalyse

Strukturierte Wettbewerbsbetrachtung zum eFreight Forwarding

Wir analysieren Geschäftsmodelle und Wettbewerber und bewerten die digitale Konkurrenzsituation für Ihr Unternehmen.



Digitale Geschäftsprozesse

Relevanzgetriebene und umsetzungsorientierte Optimierung

Wir entwickeln Digitalisierungskonzepte für die internen Optimierungsbereiche und zeigen die zu erwartenden Effizienzgewinne transparent auf.



Digitale Kundenschnittstelle

Analyse und Bewertung geeigneter Umsetzungsoptionen

Wir führen eine strukturierte Bewertung der Realisierungsoptionen zur Digitalisierung der Kundenschnittstelle und deren Umsetzungsplanung durch.



Digitale Services

Steigerung des Kundennutzens und der Kundenbindung

Durch neue Services und digitale Geschäftsmodelle steigern wir Ihre Kundenbindung und sorgen für eine zukunftsorientierte Marktpositionierung Ihres Unternehmens.

Unser Ansatz für das eFreight Forwarding im Detail



Bedrohungsanalyse

- Analyse und Bewertung der Kundenstruktur sowie der entsprechenden Kundenanforderungen
- Monitoring des Digitalisierungs- und Innovationsgrades der Branche
- Identifikation von bestehenden und potentiellen Wettbewerbern
- Analyse der Angriffspunkte im bestehenden Serviceportfolio und in der Marktwahrnehmung
- Gesamteinschätzung der aktuellen und zukünftigen Bedrohungslage sowie Ableitung von Handlungsmöglichkeiten und Handlungsschwerpunkten

Digitale Geschäftsprozesse

- Ist-Analyse der internen Prozesse und Schnittstellen
- Identifikation und strukturierte Bewertung des Optimierungspotentials durch digitale Prozesse (z. B. durch Vermeidung von Medienbrüchen in relevanten Hauptprozessen wie Kapazitätsbeschaffung, Buchung, Routenkonfiguration, Konsolidierung und Zollabwicklung)
- Entwicklung einer eFreight-Forwarding-basierten Ablauforganisation bestehend aus standardisierten Geschäftsprozessen, optimierter Datenstruktur, harmonisierenden Schnittstellen und Systemen sowie der Aufbau einer integrierten Offertkalkulation (Verträge, Kapazitäten, Quoten etc.)
- Entwicklung einer Umsetzungsroadmap
- Begleitung der schrittweisen Umsetzung der eFreight-Forwarding-basierten Geschäftsprozesse

Digitale Kundenschnittstelle

- Szenarienbildung und Bewertung von Realisierungsoptionen zur Digitalisierung der Kundenschnittstelle (z. B. Kundenportal, Freight-Forwarding-Plattform)
- Business-Case-Abschätzung für Akquisitions- / Kooperations-szenarien und eigener Start-up-Gründung
- Identifikation und Bewertung möglicher Partner für eine Umsetzung
- Benennung von Umsetzungsvoraussetzungen (Organisation, Prozesse, Mitarbeiter etc.)
- Entwicklung eines Alleinstellungsmerkmals und Ableitung einer Collaboration Roadmap

Digitale Services

- Identifikation neuer Geschäftsmodelle und Erschließung neuer Kundengruppen mit inhaltlich ähnlichen Bedürfnissen (z. B. e-Commerce-Unternehmen, Start-ups mit digitalem Fokus und logistisch relevantem Fulfillment)
- Identifikation neuer und verbesserter Serviceangebote durch gestiegene Transparenz und Vernetzung interner Geschäftsprozesse
- Erhöhung des Kundennutzens durch verbesserte Serviceangebote (z. B. Erhöhung von Response Rates oder des Servicelevels)
- Entwicklung und Detaillierung neuer Angebote (z. B. verbesserte, ausdifferenziertere Produkte für spezifische Branchen oder Kundenanforderungen, dienstleistungsbegleitende Produkte wie T&T und Kommunikationsplattformen)

