



Hinweis: Wir verwenden auf unseren Internetseiten Cookies und Google-Analytics.

Startschuss für Nextrade gefallen

01.07.2019 09:05:00

NEXTRADE
marketplace by nmedia

Orts- und systemunabhängig: Die digitale Orderplattform Nextrade feierte mit der Eröffnung der Tendence den Go-Live ihrer Pilotversion. Der digitale Marktplatz für die Konsumgüterbranche im B-to-B-Bereich ist ab sofort in einer Pilot-Version online. Die Live-Schaltung für Händler erfolgt in den kommenden Wochen. Unter den Lieferanten befinden sich sowohl bereits im Portfolio von Nmedia bestehende Brands wie Koziol, Leonardo und Robbe & Berking als auch eine Vielzahl an Neukunden – darunter Butlers, Gilde, Hoff und Wenko. Insgesamt sind bereits 60.000 Artikel verfügbar. Die Messe Frankfurt fungiert als Vermarktungspartner für den nationalen und internationalen Vertrieb. Mit der Plattform launcht die deutsche Messegesellschaft ein Format, das in Zeiten massiver Konsolidierung des Handels neue Kanäle für die Zusammenführung von Angebot und Nachfrage schafft. Für Händler entfällt hierdurch das manuelle Ordern bei einzelnen Lieferanten, was Zeit, Kosten und Ressourcen spart. „Digitale Alternativen schaffen Freiräume, um Messebegegnungen noch stärker für die nachhaltige Vernetzung und das Aufspüren von Neuheiten und damit zur Sortimentsstärkung zu nutzen. Dazu hilft es, das Zeitfenster für aufwändige Orderprozesse auf jede Tages- und Nachtzeit zu vergrößern. Mit dem Launch der Plattform heben wir als erster Messeveranstalter dieses Potenzial und gestalten gemeinsam mit starken Partnern die digitale Transformation der Branche mit“, so Philipp Ferger, Bereichsleiter Tendence und Nordstil sowie Geschäftsführer von Nmedia. Jeder Lieferant kann seinen eigenen Shop im Look & Feel der Marke mit eigener Rechteverwaltung bis hin zu individuellen Preisen gestalten – inklusive Upload von Produktbildern, Videos, Produktbeschreibungen und weiteren Marketingunterlagen. Zudem ermöglicht der Marktplatz

die Integration von Handelspartnern, die nicht über Messen oder Vertriebspartner erreicht werden. Durch die Einrichtung eines eigenen Markenshops können Lieferanten zudem über eine zentrale Schnittstelle Händler anbinden und den Verkauf gebündelt, effizient und kostenreduziert mit wenigen Klicks organisieren.

Kontakt:

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt

Telefon: +49 (0)69/75 75-0

Fax: +49 (0)69/75 75-64 33

E-Mail: info@messefrankfurt.com

Internet: www.messefrankfurt.com