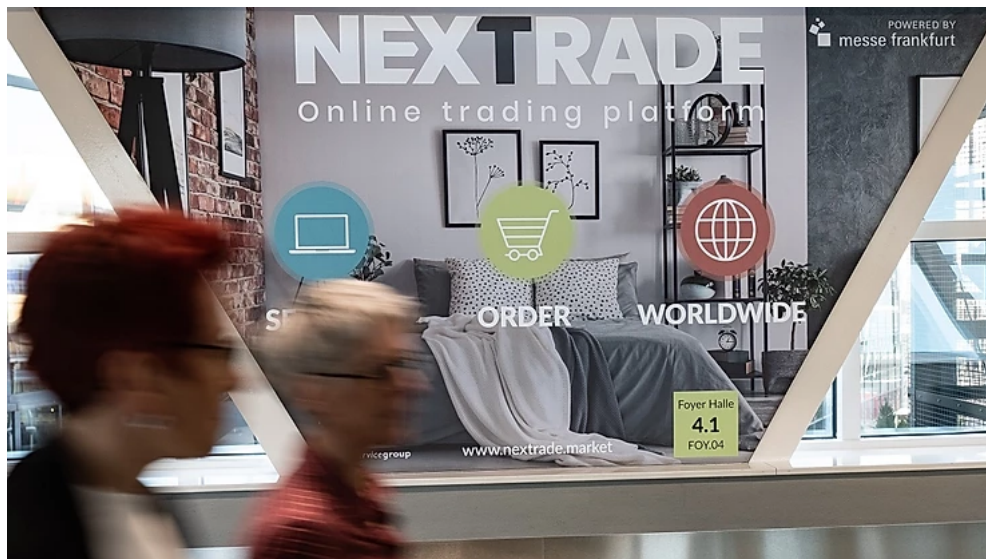


Christine Dicker vor 13 Stunden 3 Min. Lesezeit



Nextrade legt zu

- KONZEPTE -



Nextrade zählt im Mai 2020 1500 registrierte Händler weltweit.

Nicht nur Endverbraucher bestellen immer häufiger digital, auch Händler nutzen Portale verstärkt. So berichtet Nextrade im Mai 2020, dass mittlerweile 1.500 Händler aus aller Welt registriert sind – 70 % davon kommen aus Deutschland. Über die Zahl der täglichen Bestellungen gibt Nextrade keine genaue Auskunft, man beobachtet jeden Tag eine regelmäßige Anzahl an Orders, so die Messe Frankfurt.

Auf dem Order- und Datenmanagement-Portal Nextrade können Händler rund um die Uhr ihre Order bei den angebundenen Lieferanten platzieren. „Gerade haben wir den Meilenstein von 1.500 registrierten Händlern bei Nextrade überschritten, und das bei Teilnehmern aus 55 Ländern, die auf unserer Plattform Nextrade aktiv sind. Tendenz steigend. Und auch lieferantenseitig sind bereits 185 Unternehmen aus 17 Ländern mit mehr als 250.000 Artikeln registriert – und täglich kommen neue dazu. Namhafte Unternehmen wie Artebene, Le Feu, Emform, Mags, Noi, Römertopf oder Sigikid gehören zu unseren neuesten Lieferanten“, freut sich Nicolaus Gedat, Geschäftsführer nmedia, über den Erfolg des Portals.



Nicolaus Gedat (links) und Philip Ferger.

Wie aber werden Händler auf neue Unternehmen und deren Sortimente auf Nextrade aufmerksam? Um Händler direkt auf neu eröffnete Shops hinzuweisen, werden ihnen jetzt schon unmittelbar nach dem Log-in direkt auf der Startseite die „Nextrade-News“ angezeigt. So Nextrade auf Nachfrage von tischgesprach.de. Hier erfahren Händler, welche neuen Marken an Nextrade angebunden wurden. Auch wenn aktuell das Onboarding von Händlern und Lieferanten Priorität hat, ist im Bereich Usability in Zukunft noch viel geplant. Beispielsweise werden in Zukunft u. a. zusammen mit Conzoom Solutions live Konzepte dargestellt.

Und auch Möglichkeiten der direkten Kommunikation über Nextrade sowie kurzfristig ein Relaunch der Website sind in der Planung. Das Stöbern erfolgt in den Shops selbst, indem Händler in die einzelnen Läden gehen – ganz wie auf einer Messe. Und auch hier steht die stetige Verbesserung der User Experience im Fokus. Mit dem letzten Update auf das Shop-Layout 2.0 wurden beispielsweise erst jüngst die jeweiligen Produktsortimente der Shops auf eine kachelbasierten Gridview übertragen und werden nun noch anschaulicher und übersichtlicher dargestellt.

Auch Philipp Ferger, Geschäftsführer von nmedia sowie Bereichsleiter Tendence und Nordstil zieht ein positives Resümee: „Die Besucher unserer Messen – allen voran Ambiente, Tendence und Nordstil – nehmen den zusätzlichen und noch dazu kostenfreien Service der Messe Frankfurt aktiv an. Anfang Mai haben wir auch mit der internationalen Vermarktung in den ersten europäischen Märkten wie Dänemark, Frankreich, den Niederlanden, Polen und Schweden gemeinsam mit den dortigen Vertriebspartnern der Messe Frankfurt gestartet. Und wie man heute schon sieht, gewinnt das Portal auch international rasant an Bedeutung.“ Nextrade soll den Handel dabei unterstützen, Geschäftsbeziehungen auch außerhalb der Branchenmessen aufrecht zu erhalten und bietet ihnen die Chance ihren Orderrückstand über die Nutzung des Portals auszugleichen. Gleichzeitig können Händler dort neue Lieferanten entdecken. Die Order- und Datenplattform schafft somit neue Kanäle und Touchpoints, die ganzjährig auf die Branchenmessen einzahlen.

„Als Messeveranstalter beobachten wir insbesondere seit Anfang des Jahres, in welchem massiven Umfang analoge Begegnungen von externen Faktoren wie

ersetzen, stellen aber eine wichtige Ergänzung und aktuell eine ideale Alternative für das Geschäft unserer Kunden dar. Es ist trotz aller Herausforderungen für den Handel großartig zu sehen, mit welcher Stärke Händler in diesen Zeiten weitermachen und auf unterschiedlichen Wegen aktiv bleiben“, so Ferger weiter. Die Online-Plattform richtet sich aber nicht nur an Messeteilnehmer. Als erster digitaler B2B-Marktplatz für Home & Living führt die Plattform Angebot und Nachfrage der gesamten Branche digital zusammen – und schafft damit einen großen Mehrwert für beide Seiten. Auch Lieferanten bietet sie ganz neue Absatz- und Vertriebskanäle, vor allem im Ausland. Nextrade ermöglicht ihnen die einfache Integration von Handelspartnern sowohl im In- als auch im Ausland, die bisher nicht über Messen oder andere Vertriebskanäle erreicht wurden.

www.nextrade.market



Konzepte

Aktuelle Beiträge



Alle ansehen

Gia: Sibling in der Schweiz

Kommentar verfassen



Rund um die Welt: Sinnerup, Dänemark

Kommentar verfassen



Neue Impulse für ein traditionelles Handwerk

Kommentar verfassen



Anmelden, um einen Kommentar zu hinterlassen.

MIT UNSEREM NEWSLETTER IMMER AUF DEM
LAUFENDEN BLEIBEN!

JETZT ANMELDEN



Impressum | Datenschutz | AGB | Mediadaten