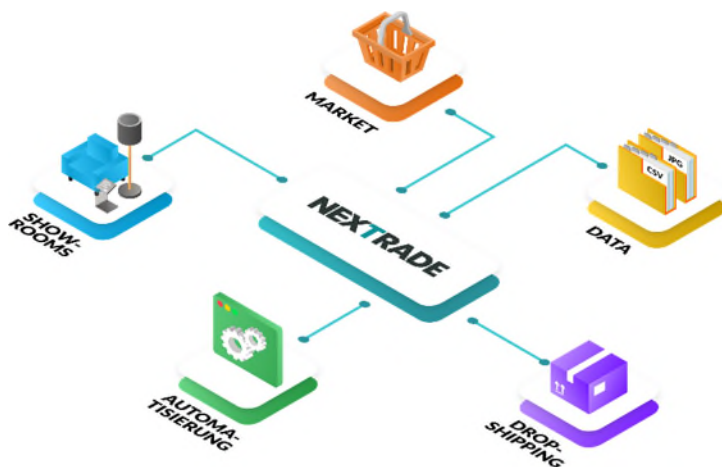


Fokus auf (Re-)Order: Mehr Service für Nextrade-Kund*innen

Frankfurt am Main, 7. Juni 2022. Als Partner der Konsumgüterbranche ist das Nextrade-Team in einem ständigen Austausch mit Industrie und Handel. Der Wunsch nach einer einfachen und zentralisierten (Re-)Order-Plattform (Nachbestellung) für Produkte der Topmarken wurde in den letzten Jahren immer größer. Die digitale Orderplattform Nextrade baut deshalb ab sofort ihren Bestellservice weiter aus und stellt die effiziente (Re-)Order in ihren geschäftlichen Fokus. Händler*innen können zukünftig auf der neu geschaffenen Startseite (Dashboard) alle relevanten Informationen zu Bestellungen einsehen und haben einen direkten Überblick über ihre Warenkörbe.

Für Händler*innen und Einkäufer*innen steht derzeit die Effizienz beim Einkauf ihrer Waren an erster Stelle. Das Ordern bei den Topmarken soll dabei möglichst unkompliziert sein und der Ablauf der Bestellung kostentransparent und übersichtlich. Durch das gute Feedback der Branche, während und nach dem Abklingen der Pandemie, konnte das Nextrade Team die Plattform in den Bereichen ausbauen und vereinfachen, die für den Handel und die Industrie von immenser Bedeutung sind: Effiziente (Re-)Orderprozesse und das Handling der Artikeldaten. Damit werden auch kostbare Ressourcen im Bereich Budget und Personal auf Seiten der Marken für andere Tätigkeiten freigesetzt.

Die digitale Plattform hat in einem umfangreichen Relaunch ein neues Gesicht bekommen und stellt den Bestellvorgang zukünftig noch gezielter in ihren Fokus. Während der Pandemie hat Nextrade strategisch die Produktinspiration und den Erlebnisfaktor als digitale Ordermesse in den Vordergrund gestellt und unter anderem mit virtuellen Showrooms und dem Aufbau von Markenwelten den Kontakt und den Austausch zwischen Marken und Hersteller*innen am Leben erhalten.



Nextrade mit noch effizienterem Bestellservice

„Da nun endlich wieder Messen in Präsenz stattfinden können, bieten unsere Leitmessen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld einen Überblick über Neuheiten und Trends, das haptische Erlebnis, den persönlichen Austausch und dienen zur Neukund*innen-Gewinnung“, sagt Philipp Ferger, Geschäftsführer von nmedia und Bereichsleiter Consumer Goods Fairs der Messe Frankfurt. „Mit Nextrade werden wir jetzt gezielt einen anderen Ansatz verfolgen. Hier muss mit Abklingen der Pandemie und der Chance auf die persönliche Begegnung nun nicht mehr das Erlebnis im Fokus stehen, sondern die Effizienz. Das beinhaltet aus unserer Sicht das Sortiments-Management für Bestandskund*innen, die Schaffung schlanker und schneller Prozesse sowie perfekt gepflegte Daten für die Verwendung im Rahmen der Omni-Channel-Strategien des Handels.“

Topbestellservice mit individuellem Einkaufserlebnis

Nextrade stellt zukünftig die (Re-)Order in den Fokus. Im Zuge dessen wurde die Benutzeroberfläche komplett angepasst. Demnach wird es eine stärkere Trennung zwischen dem praktischen Bestellsystem und der reinen Produktinspiration geben. So erhalten Händler*innen direkt auf der Startseite die Möglichkeit, mit wenigen Klicks ihre letzten Bestellungen und noch offene Warenkörbe einzusehen, bereits getätigte Order kann nun leicht nachbestellt werden und die Top 5-Marken der Händler*innen werden angezeigt. Einer effizienten und einfachen (Re-)Order steht somit nichts mehr im Weg.

Darüber hinaus wird es auch weiterhin möglich sein, in den Shops der Marken zu stöbern und sich Sortimente, Neuheiten und Aktionen anzuschauen. Denn die Marken wollen auf Nextrade nicht nur ihren Umsatz vorantreiben, sondern den Händler*innen außerdem 365 Tage im Jahr ihre Markenwelt erlebbar machen. Hierzu gibt es einen speziellen Bereich, der in der Navigation unter „Inspiration“ zu finden ist. Diesen können Händler*innen für den individuellen Erlebnisfaktor nutzen.

Bewährte Nextrade-Lösungen weiterhin nutzen

Die Konsumgüterbranche kann neben der neuen Ordereffizienz nach wie vor von allen bekannten und bewährten digitalen Nextrade-Lösungen profitieren. So stehen zum Beispiel die Showroom-Funktion, die Bild- und Artikelstammdaten in einem Standardformat zentral über Nextrade zur Verfügung und dank der Dropshipping-Shops können Händler*innen Produkte direkt aus dem Lager der Marke versenden. Somit müssen Händler*innen keine zusätzlichen Lagerflächen vorhalten, denn die Marke übernimmt den Versand.

„Nextrade ist zum Standard der Branche geworden“, sagt Nicolaus Gedat, Geschäftsführer von nmedia. „Mehr als 400 Marken ermöglichen es ihren Händler*innen bereits, über Nextrade digital zu ordern und aktuelle Produkt- und Bilddaten zu beziehen. Der beständige Austausch mit Industrie und Handel hilft uns dabei, die richtigen Lösungen zu entwickeln. Somit können wir jetzt eine noch effizientere Plattform für alle Handelspartner*innen bieten.“

Nextrade entdecken unter: www.nextrade.solutions

Presseinformationen & Bildmaterial:

<http://messefrankfurt.com/presse>

Besuchen Sie uns auf:

www.twitter.com/messefrankfurt

www.instagram.com/messefrankfurt

www.youtube.com/user/messefrankfurt

Ihr Kontakt:

Erdmann Kilian

Tel.: +49 69 75 75-5871

erdmann.kilian@messefrankfurt.com

Messe Frankfurt GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

www.messefrankfurt.com

Die Order- und Datenplattform der Home & Living Branche

Das digitale Order- und Datenmanagement Nextrade für Marken und Händler*innen der Konsumgüterbranche verlängert die Messe und ermöglicht Bestellungen zu jeder Tages- und Nachtzeit an 365 Tagen im Jahr.

www.nextrade.solutions

Conzoom Solutions – die Plattform für den Handel

Die Wissensplattform Conzoom Solutions bietet dem Konsumgüterhandel ein vielfältiges Angebot wie Studien, Trendvorstellungen, Workshops oder Anleitungen für den Point of Sale. Sie gibt einen Komplettüberblick über das internationale Portfolio der Messe Frankfurt im Konsumgüterbereich und stellt dort gebündelt Informationen für den Handel zusammen.

www.conzoom.solutions

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Unternehmensgruppe Messe Frankfurt ist die weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalterin mit eigenem Gelände. Zum Konzern gehören rund 2.300* Mitarbeitende im Stammhaus in Frankfurt am Main und in 30 Tochtergesellschaften weltweit. Das Unternehmen hat im Jahr 2021 zum zweiten Mal in Folge mit den Herausforderungen der Pandemie zu kämpfen. Der Jahresumsatz wird rund 140* Millionen Euro betragen, nachdem vor der Pandemie im Jahr 2019 noch mit einem Konzernumsatz von 736 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kund*innen unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kund*innen weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Unsere digitale Expertise bauen wir um neue Geschäftsmodelle aus. Die Servicepalette reicht von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

* vorläufige Kennzahlen 2021