

Fashion Week öffnet sich für das digitale Vertriebskonzept von modotex

07.06.2016 - Der Partner für Brands bei der weltweiten Online-Strategie präsentiert Best Practice Case

Parallel zur Modemesse Premium findet am 29. Juni 2016 zum fünften Mal die FashionTech Konferenz im Kühlhaus in Berlin statt. Zum ersten Mal dabei: die modotex GmbH. Die Online-Vertriebsagentur stellt die Dienstleistungen vor, mit denen sie ihre Kunden dabei unterstützt, Fashion weltweit so effektiv wie möglich zu vermarkten. modotex präsentiert seine neueste Entwicklung an der Schnittstelle von Mode und Technologie. Mithilfe der Eigenentwicklung wandelt der Partner der Brands die jeweiligen Produktinformationen innerhalb von nur einer Stunde zeitgleich in 15 Weltsprachen um. Zu den Speakern auf dem Fachkongress gehört Nicolas Kröger, Director of E-Commerce bei modotex, der zum Thema „Selling online: Your no-cost ticket around the world“ spricht und ein Best Practice-Beispiel vorstellt.

Lösungen für komplexe Prozesse

In der 30 qm großen modotex-Lounge erwarten die Geschäftsführung, das Sales-Team und die E-Commerce-Leitung spannende Gespräche mit bestehenden und potenziellen neuen Kunden. Ingo Gerald Heinze, Gründer und Geschäftsführer von modotex: „Das Format der Konferenz, über die neuesten Entwicklungen im Bereich Fashion und Technologie zu informieren, ist für uns der optimale Rahmen, um Modemarken und Herstellern sowie großen Einzelhändlern unsere Vertriebslösung zu präsentieren.“ Die revolutionäre Technologie ermöglicht Unternehmen einen profitablen digitalen Vertrieb von Fashion-Artikeln an den Endkunden. Der standardisierte Prozess macht den gesamten Online-Vertrieb für Hersteller beherrschbar – mit hoher Geschwindigkeit, voller Vertriebssteuerung und ohne Sprachbarrieren.

Die globale Vertriebskanalunabhängigkeit macht die besondere Stärke der Eigenentwicklung aus: modotex beschränkt sich nicht auf einzelne Plattformen, sondern agiert in einzigartiger Weise kanalübergreifend. Statt Marktplätze Stück für Stück manuell anschließen zu müssen, schaltet der Vertriebs-Enabler für Mode auf über 50 Plattformen Fashion-Artikel parallel live. So ermöglicht modotex seinen Kunden einen schnellen und unkomplizierten, kosten- und ressourceneffizienten Einstieg in internationale Märkte. Daraus resultiert eine stark verkürzte Time-to-Market sowie eine sofortige Umsatzsteigerung. Die Partner vervielfachen ihr Absatzpotenzial ohne Ressourcenbindung und Risiko, behalten das Markenimage aber nach wie vor in den eigenen Händen. „Mit modotex als einzigartigem One-Stop-Anbieter für den weltweiten digitalen Vertrieb ist es Brands und Herstellern möglich, die Vertriebskanäle sicher, kosteneffizient und schnell zu steuern und bei Bedarf mit Stores weltweit zu harmonisieren“, fasst Heinze zusammen.



modotex auf der FashionTech:

Die modotex-Lounge befindet sich im Kühlhaus am Gleisdreieck auf dem Gelände der Premium, im 4. OG direkt rechts vom Eingang der Konferenz.

Nicolas Kröger (Director of E-Commerce) als Speaker auf dem Fachkongress:

„Selling online: Your no-cost ticket around the world“

Content-Erstellung, Anbindung und Fulfillment anhand eines Best Practice-Beispiels

29. Juni 2016, 15.00 Uhr, Kühlhaus @ Premium Berlin (FashionTech)

Veröffentlicht:

[Pressebox](#), 07.06.2016

[Unternehmen Heute](#), 07.06.2016

Pressekontakt:

CORELATIONS

Agentur für Public Relations

Gabi Westerteiger, Tel.: +49 (0)40 6461-5372

Kathrin-Luise Fiesel, Tel.: +49 (0)40 6461-5305

Werner-Otto-Straße 1-7, 22179 Hamburg

Mail: gabi.westerteiger@corelations.de

Mail: kathrin-luise.fiesel@corelations.de