

Otto

Präsentation von Otto Market

Mittwoch, 11.04.2018

Bei der Premiere des „Partner Connect Day“ hat Otto seinen Marktplatzpartnern erstmals „Otto Market“ präsentiert. Die Initiative bündelt ab sofort das gesamte Partnermanagement von Otto. Auch „Brand Connect“, das zukünftige Partner-Portal des Onlinehändlers, wurde vorgestellt. Damit wird die Plattformstrategie von Otto für die Geschäftspartner immer konkreter – und live erlebbar.

Wer Marktplatzpartner von Otto werden möchte, wird in Zukunft nicht mehr an [Otto Market](#) vorbeikommen. Denn Otto Market ist ab sofort der zentrale Anlaufpunkt für alle, die auf der Otto-Plattform Geschäfte machen wollen: Von der Anbindung neuer Partner über die Beratung für den Start bis hin zum langfristigen Management der Geschäftsbeziehungen hat sich das Otto Market-Team voll auf die Plattformstrategie von Otto ausgerichtet.

Otto Market arbeitet dabei Hand in Hand mit [Brand Connect](#), das neue Self-Service-Tool von Otto, das zurzeit in Zusammenarbeit mit Marken wie Adidas oder S.Oliver entwickelt wird. Sobald Partner an die Plattform [otto.de](#) angebunden sind, werden sie mit Brand Connect weitreichende Freiheiten bei der Bewirtschaftung ihrer Sortimente haben: Das Online-Portal bündelt alle Services und Prozesse, die für Markenanbieter relevant sind – etwa Analytics, Bewirtschaftung und Operations. Damit können Partner mittelfristig eigene Markenshops bauen, Werbemittel buchen und Verkaufszahlen in Echtzeit einsehen.

Die beiden neuen Plattforminitiativen hat Otto seinen Marktplatzpartnern erstmals beim Partner Connect Day Anfang dieser Woche in Hamburg vorgestellt. Rund 400 Gäste kamen zu Besuch auf den Otto-Campus, um sich über die neue Plattformstrategie zu informieren und eigene Impulse zur Weiterentwicklung zu liefern – einem kurzen Vortragsteil folgten dabei mehrere Workshop-Sessions, in denen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer einzelne Plattform-Themen weiter vertiefen konnten.

„Für uns bei Otto steht die Digitalisierung unseres Geschäftsmodells nicht im Widerspruch zu einem persönlichen, nahbaren Umgang mit unseren Geschäftspartnern. Im Gegenteil: Wir haben es uns zum Ziel gemacht, der persönlichste Anbieter im digitalen Handel zu sein. Der Partner Connect Day ist ein Schritt, um dieses Versprechen erlebbar zu machen“, so Dr. Michael Heller, Otto-Bereichsvorstand Categories.

Präsentation von Otto Market