

Google brengt winkelbezoek na advertenties in kaart

23-12-2014 00:00

Google wil adverteerders laten zien dat er een direct verband is tussen het zien van een zoekadvertentie en winkelbezoek. Consumenten die een product of merk zoeken zijn volgens de internetgigant snel geneigd om de fysieke winkel die een Google-advertentie plaatst te bezoeken.

Google Store Visits maakt dit verband inzichtelijk. De uitbreiding van de zoekmachine toont marketeers informatie over welk type zoekadvertentie zorgt dat consumenten de winkel bezoeken. De tool maakt gebruik van een algoritme. Dit algoritme schat hoeveel consumenten een winkel hebben bezocht in de dertig dagen nadat zij een advertentie hebben gezien. Adverteerders krijgen op hun beurt anonieme locatiedata die is opgehaald van het mobiele Google-account van smartphonegebruikers.

Om gebruik te mogen maken van de nieuwe tool moeten adverteerders op Google hun locatie kenbaar maken en deze toevoegen aan een AdWords-account. Hiermee maakt Google de koppeling tussen de locatie van de winkel en de zoekopdrachten binnen een bepaalde afstand van deze locatie. Bezoekinformatie is vooralsnog alleen beschikbaar in de Verenigde Staten en wordt daar in de komende maanden verder uitgerold.