

Otto maakt reclame voor andere spelers

12-02-2015 14:00

Otto biedt zijn e-commercepartners en andere commerciële partijen voortaan ruimte en content aan op zijn website. De etailer werkt voor dit zogenoemde digital retail media samen met Triad Retail Media, dat vergelijkbare concepten voor onder meer Walmart en eBay ontwikkelde.

Bestaande e-commercepartners zoals Samsung en Esprit en spelers waarvan de doelgroep aansluit bij de bezoekers op Otto.nl kunnen gebruikmaken van de service, vertelt general manager Bas Oudejans van Triad Retail Media aan RetailNews. Triad Retail Media neemt de verkoop, productie en operations van de campagnes op Otto.nl voor zijn rekening. "Een merk als Esprit kan via eigen advertenties of brandpages op Otto.nl zijn sales en exposure vergroten."

Daarnaast worden zogenoemde programmatic propositions aangeboden, waarbij banners worden verkocht aan adverteerders die niet direct verbonden zijn aan Otto. "Dan kan je denken aan aanbieders van huishoudelijke apparatuur tot meubels, zolang ze maar niet conflicteren met Otto's online activiteiten."

Triad Retail Group krijgt op basis van de afgesproken revenue share een deel van de omzet die voortkomt uit de advertenties. "Het grootste deel gaat naar Otto.nl, die weer afspraken heeft met zijn partners." Voor Otto geven dergelijke samenwerkingen met merken de mogelijkheid om de shopping experience van zijn klanten vergroten, laat managing director Andreas Stumpf weten. "Daarnaast bieden we leveranciers en merken de mogelijkheid om hun merk en producten onder de aandacht te brengen bij ons publiek."