

Net-a-Porter gebruikt interactieve advertenties

29-04-2015 13:21

Online retailer Net-a-Porter maakt shoppen gemakkelijker door zijn advertenties shoppable te maken. De advertentie van de online retailer op de mobiele website van het magazine Harper's Bazaar laat gebruikers direct zoeken naar producten.

In de advertentie is een zoekmachine opgenomen die gebruikers direct laat zoeken op keywords. De advertentie van Net-a-Porter stelt gebruikers de vraag naar welk product zij op zoek zijn. Wanneer shoppers op de zoekbar drukken verschijnt het toetsenbord van hun smartphone en kunnen zij hun wensen kenbaar maken. Vervolgens presenteert Net-a-Porter een op maat gemaakte landingspagina met producten die aansluiten op de wens van de consument.

Door shoppers direct naar een voor hen aantrekkelijke omgeving te loodsen wil de etailer de conversie verhogen. "Hoe minder stappen een consument hoeft te nemen, des te eerder zij een aankoop afronden", aldus een woordvoerder van Net-a-Porter. "Mobiele marketeers hanteren de regel dat elke stap extra de kans op een aankoop met vijftig procent doet afnemen."