

Elle maakt magazine shoppable

23-08-2015 22:00

Magazine Elle maakt zijn content interactief via onder meer geofencing en beacons. Het beutymagazine slaat hiervoor de handen ineen met de mobiele applicaties RetailMeNot en Shopadvisor.

Consumenten die over deze apps beschikken, ontvangen pushberichten wanneer een nieuwe editie van het blad in hun buurt verkrijgbaar is. Verder kunnen ze gepersonaliseerde aanbiedingen en nieuws over merken ontvangen en hebben ze toegang tot meer content. Op bepaalde pagina's in het magazine kunnen retailers bijvoorbeeld hun producten tonen, die vervolgens door de lezer via hun smartphone gekocht worden. Ook wordt hier informatie over de winkellocaties gegeven en kunnen lezers speciale aanbiedingen opvragen.

Met deze zogenoemde beaconmarketing kunnen uitgeverijen hun content op een nieuwe manier tot leven brengen, stelt vice president marketing Rob Murphy van marketingplatform Swirl. "Voor Elle betekent dit dat ze de lezers op een relevant moment kunnen wijzen op relevante producten. Het is een win-winsituatie voor retailers, adverteerders en consumenten."