

Facebook test advertenties met rijke content

08-09-2015 08:53

Facebook test met een aantal retailers een nieuwe variant op zijn mobiele advertenties. De nieuwe advertenties bevatten foto's en video's die schermvullend getoond worden.

Onder meer Michael Kors, Gatorade, Mr. Porter en Carrefour Spanje zijn door Facebook geselecteerd om mee te werken aan de pilot. Door rijke content te tonen moeten gebruikers van het platform meer geneigd zijn om er te blijven.

Deelnemende partijen worden aangemoedigd om advertenties zo in te steken dat gebruikers de producten op het sociale netwerk kunnen aanschaffen. De nieuwe advertentiemogelijkheid is dan ook een aanvulling op de koopmogelijkheid die Facebook onlangs testte binnen het eigen netwerk.