

'Koopknop op social media nog geen succes'

03-12-2015 12:41

De koopknop van sociaalnetwerksites als Twitter, Facebook en Pinterest lijkt nog niet erg aan te slaan. Zo verkoopt een van de grootste klanten die 'buyable pins' aanbiedt via Pinterest er daar minder dan tien per dag van, meldt [Re/code](#).

De drie netwerksites hebben de koopknop vorig jaar gelanceerd. De bedrijven willen niet bekendmaken hoeveel ze via de koopknop verkopen. Maar geen van hen lijkt er vooralsnog veel prioriteit aan te geven.

Facebook begon zestien maanden geleden als eerste met het testen van een koopknop. Nu zit die nog steeds in de testfase en is hij alleen beschikbaar voor online verkopers die werken met e-commerceplatform Shopify. Volgens een woordvoerder gaat Facebook door met het uitvoerig testen van de functie, maar is advertentieverkoop momenteel de topprioriteit wat betreft retailactiviteiten.

Twitter begon in september 2014 met het plaatsen van koopknoppen in tweets en is recent samenwerkingsverbanden aangegaan met Bigcommerce en Stripe, om meer verkopers binnen te halen. Toch ziet de gemiddelde Twitter-gebruiker vaak lange tijd geen tweets met koopoptie voorbij komen.

Pinterest heeft naar eigen zeggen meer dan tienduizend verkopers die met buyable pins werken, waaronder de warenhuisketens Macy's, Nordstrom en Neiman Marcus. Maar zeker één van de grote klanten van Pinterest verkoopt minder dan tien buyable pins per dag. Een woordvoerder van Pinterest noemt juist als positief punt dat veel verkopers laten weten vooral nieuwe klanten via buyable pins binnen te halen.