

Argos koppelt voorraad informatie aan Google

02-03-2016 06:27

De Britse retailer Argos test de nieuwe locatiegebaseerde advertentiedienst van Google. De nieuwe dienst toont alleen de producten die in de nabije winkel op voorraad zijn.

Wanneer consumenten Google raadplegen voor bijvoorbeeld de aanschaf van een blender, toonde de zoekmachine voorheen diverse blenders die direct online te bestellen waren. De nieuwe Local Inventory Ads tonen in plaats van deze webwinkels het assortiment van de dichtstbijzijnde retailers. Zo zien consumenten direct waar zij het product in hun nabije omgeving kunnen aanschaffen, wat moet zorgen voor een boost in het verkeer naar een fysieke winkel.

Wanneer consumenten het gewenste product online vinden kunnen zij dit direct laten reserveren om op te halen. Deze dienst is een aanvulling op de al bestaande click & collect-dienst van Argos. Daarnaast kunnen zij altijd zonder reservering naar de winkel komen. In dat geval moeten zij zelf op zoek naar het product en kunnen zij in de winkel eventueel nog producten met elkaar vergelijken.

Om te zorgen dat de dienst optimaal werkt, dienen retailers hun assortiment en voorraad te koppelen aan de nieuwe zoekmachine van Google. In eerste instantie toont de zoekmachine alleen producten van Argos, dat de eerste deelnemende retailer is. Deze voorraad wordt elke twee seconden vernieuwd om er voor te zorgen dat de informatie up-to-date is.