

Twitter trekt handen af van koopknop

30-05-2016 07:21



Twitter lijkt geen toekomst te zien in een directe koopknop op zijn platform. Het sociale netwerk gaat zich meer richten op advertenties, die gebruikers naar de websites van retailers moeten sturen.

Twitter had zo'n 25 mensen werken op zijn commerciële afdeling, maar het grootste gedeelte daarvan is volgens [BuzzFeed](#) inmiddels weg. Het overige deel is verspreid over andere divisies binnen de organisatie, die verantwoordelijk zijn voor productontwikkeling.

Twitter ziet voornamelijk brood in dynamische productadvertenties. Daarvan ligt de klikratio en het conversiepercentage namelijk zo'n twee keer hoger dan bij andere advertenties, laat een woordvoerder weten tegenover [Internet Retailer](#).

Twitter startte in de zomer van 2014 met het testen van een koopknop, waarbij partners productfoto's konden plaatsen die voorzien waren van een blauwe 'buy now'-knop. Deze koopknop werd vorig jaar breed beschikbaar gemaakt door een koppeling met de e-commercesoftware van Bigcommerce, Demandware en Shopify. Retailers kunnen daar nog altijd gebruik van maken, maar Twitter zou er niet langer nieuwe technologie voor ontwikkelen.

Ook andere sociale netwerken als Facebook, Pinterest en Instagram onderzoeken de mogelijkheden van een koopknop. Tot een grootschalige uitrol heeft dat echter nog niet geleid.