'Retailers moeten Snapchat op kleine schaal inzetten'

15-06-2016 09:04



Snapchat geeft retailers steeds meer mogelijkheden tot het verkopen van producten. Consumenten lijken echter nog niet happig op het doen van aankopen via het social media-kanaal. Toch moeten retailers consumenten blijven verleiden tot het doen van aankopen middels kleine campagnes. Dat zegt Christopher Penn van Shift Communications in gesprek met Luxury Daily.

Volgens Penn hebben consumenten wel degelijk de neiging om producten te kopen via Snapchat. Het percentage wat aankopen wilt doen via het platform blijft echter achter bij andere, meer gevestigde platformen als Instagram en Facebook. Penn zegt dat retailers er verstandig aan doen om op kleine schaal te blijven experimenteren met het kanaal. Daarbij is het volgens hem van belang dat de campagnes een call-to-action hebben.

“Retailers kunnen klanten oproepen om bijvoorbeeld hun ervaringen met het merk of producten te delen via Snapchat”, aldus Penn. “Bij dergelijke campagnes kunnen retailers hun klanten belonen met prijzen.”

Daarnaast kunnen retailers het platform volgens hem gebruiken om kortingscoupons te delen die beperkt houdbaar zijn. Het platform wordt door met name jongeren gebruikt om berichten met elkaar te delen.