

Facebook brengt winkelbezoek in kaart

21-06-2016 10:21



Facebook lanceert een nieuwe tool die retailers laat zien wat de impact van hun advertenties is op offline winkelbezoek. De tool helpt retailers in het beter wegzetten van advertenties en meet de effecten tot op winkel- of regioniveau.

De gegevens worden live weergegeven in Facebook Insights, zodat marketeers lopende campagnes eenvoudig kunnen aanpassen aan de respons van de klant. Wanneer een landelijke retailer een campagne uitzet en deze in New York meer respons oplevert dan in San Francisco, dan kunnen zij er voor kiezen om de campagne vanaf dat moment meer op San Francisco in te zetten.

De gegevens van de consument ontvangt Facebook alleen wanneer zij 'locatievoorzieningen' hebben ingeschakeld op hun smartphone. Deze optie stelt Facebook in staat om het gedrag van de consument na het zien van een advertentie direct inzichtelijk te maken. De nieuwe advertentiemogelijkheid wordt in de komende maanden uitgerold, nadat een pilot sterke resultaten liet zien. Onder meer Marks & Spencer, Burger King en Cadillac hebben de dienst al geprobeerd.