Bol.com helpt retailers met adverteren

09-08-2016 13:59



Bol.com lanceert een nieuwe afdeling, die aangesloten webshops helpt gepersonaliseerd te adverteren. De Ahold-dochter biedt via marketing & media services ondersteuning bij onder meer productintroducties en het vergroten van het bereik.

Een van de advertentievormen die bol.com aanbiedt is Sponsored Products. Webwinkels die hier gebruik van maken, wordt een plek in de top drie van zoekresultaten gegarandeerd. Andere vormen zijn display advertising en adverteren via onder meer nieuwsbrieven, online magazines en social media. Bol.com heeft naar eigen zeggen voor iedere fase in de ‘customer journey’ een andere advertentievorm ontwikkeld.

Ruim de helft van de online zoektochten van consumenten die bij retailers starten, gaat via bol.com. “De naamsbekendheid en het bereik maakt ons niet alleen aantrekkelijk als winkel, maar ook als advertentieplatform”, licht directeur marketing & platform innovation Margaret Versteden toe. Het inzetten van advertenties gaat volgens haar op ‘een zeer meetbare en schaalbare manier’, zodat webshops hun advertentiebudget optimaal kunnen inzetten en op ieder moment kunnen bijsturen.

De afdeling marketing & media services is gestart met meer dan honderd bedrijven. Onder meer Philips, Rituals en Miele hebben zich al aangesloten.