

Facebook stimuleert crossselling voor retailers

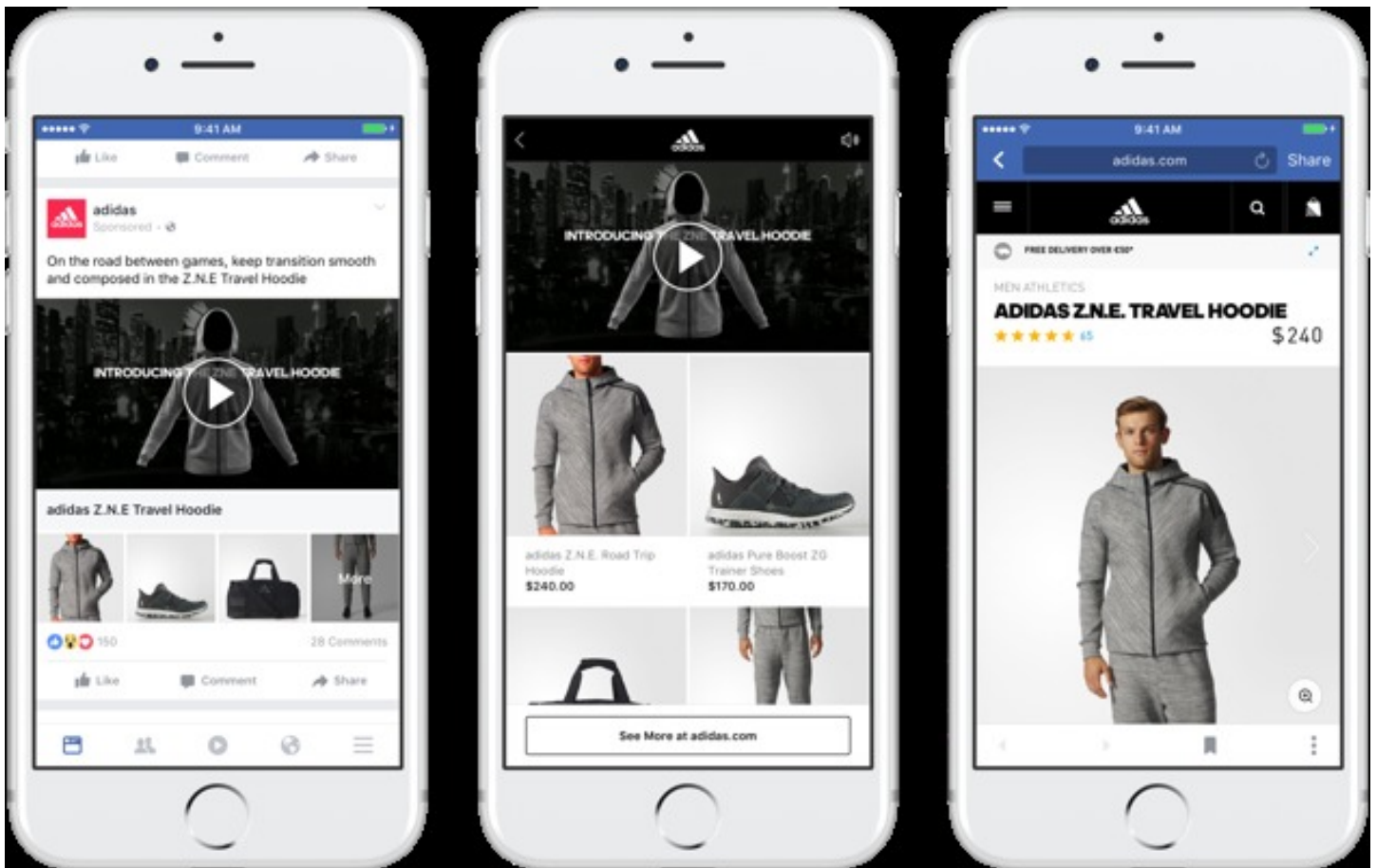
29-03-2017 08:43



Facebook introduceert een nieuw advertentieformat dat is bedoeld om mobiele shoppers visueel te inspireren. Onder de naam Collection kunnen retailers tot vijftig producten tegelijk laten zien.

Facebook wil met de nieuwe functie inspelen op de groeiende groep consumenten, die hun telefoon gebruiken tijdens hun shopping journey. Retailers kunnen een advertentie met een hoofdfoto of -video plaatsen, boven andere relevante productfoto's. Als consumenten erop klikken komen ze op de collectiepagina binnen Facebook terecht.

Consumenten die op het door hun gewenste product klikken komen terecht op de productdetailpagina van de website of app van de verkoper. Adidas en Tommy Hilfiger zijn een van de eerste bedrijven die van deze nieuwe functie gebruikmaken.



Adidas heeft Collection ingezet om zijn nieuwe ‘Z.N.E. Road Trip Hoodie’ onder de aandacht te brengen. Mensen die op de advertentie klikten kwamen terecht op een fullscreen winkelomgeving met aanvullende producten van het sportmerk. ‘Collection’ heeft uitstekende mogelijkheden voor crossselling en we zullen dit nieuwe formaat verder verkennen om te inspireren en de omzet te verhogen, aldus performance marketing senior specialist Rebecca Watts.