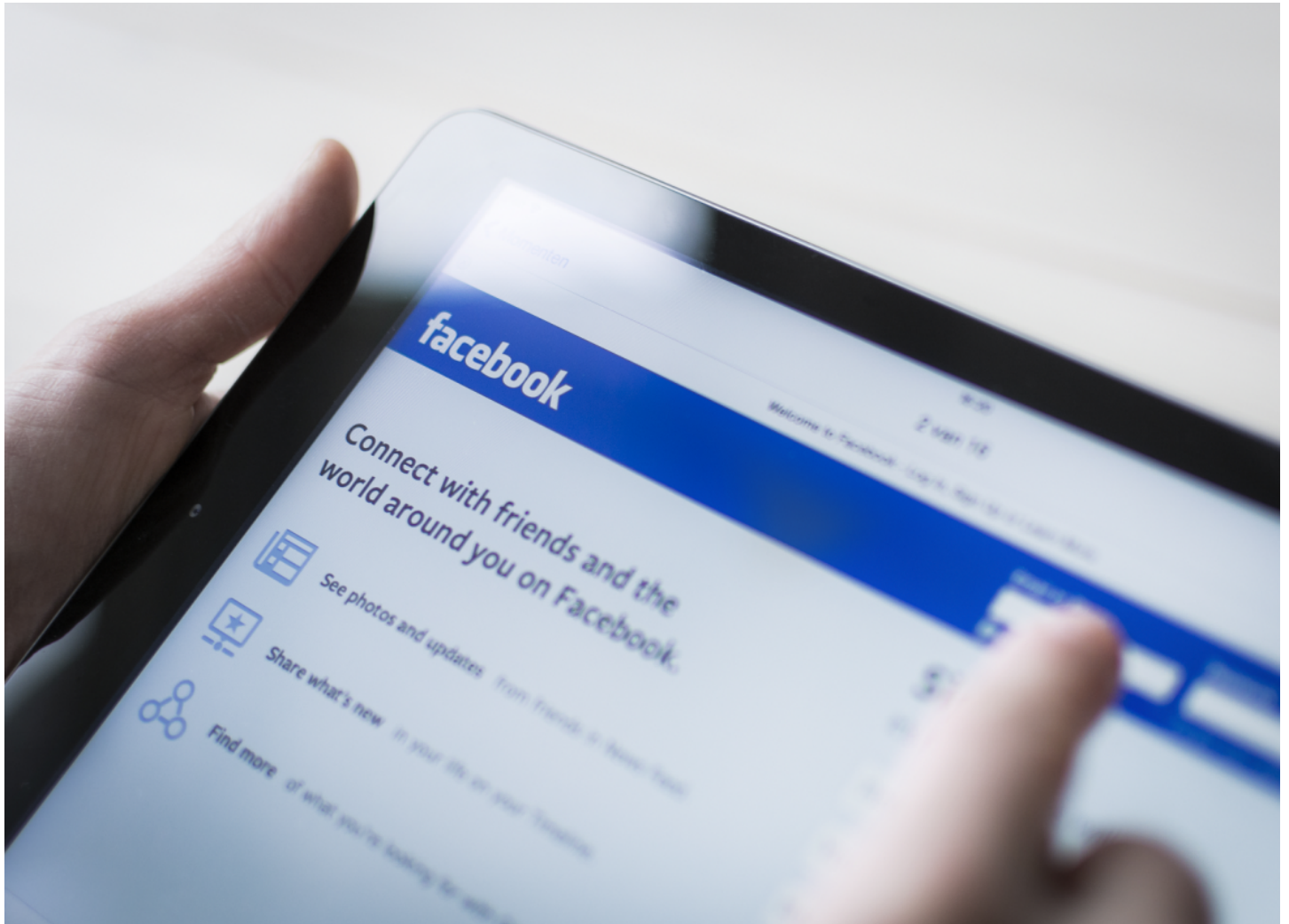


Facebook legt link met fysieke winkels

26-09-2017 09:08



Facebook introduceert nieuwe tools die het mogelijk maken om advertenties toe te spitsen op offline gedrag. Retailers kunnen zo onder meer opnieuw in contact komen met consumenten die hun winkel hebben bezocht.

Facebook lanceerde vorig jaar al een nieuwe tool die retailers laat zien wat de impact van hun advertenties is op offline winkelbezoek. Met de nieuwste oplossing kunnen ze doelgroepen opbouwen van consumenten die bij hen over de vloer zijn geweest en mogelijk zelfs iets hebben gekocht. Daarnaast kunnen ze een doelgroep creëren met dezelfde karakteristieken als hun beste klanten, om zo nieuwe klanten te bereiken. Facebook ontvangt de gegevens alleen wanneer consumenten 'locatievoorzieningen' hebben ingeschakeld op hun smartphone.

Macy's is één van de eerste gebruikers van de nieuwe tools. De warenhuisketen werkte al samen met Facebook bij de introductie van de vorige oplossing. "We zijn erg te spreken over de positieve resultaten die we in de winkel hebben gezien en zijn verheugd om door te gaan met het testen van Facebooks offline opties om onze groei te stimuleren", aldus director of social & emerging platforms Tessa Kavanaugh.