

Is retail media de redding van de retailer?

14-11-2022 08:00



Het zijn lastige tijden in retailland en dus moeten retailers nu maximaal inzetten op het nieuwe businessmodel retail media. Marketingplatform stream helpt retailers om meer winst uit hun kanalen te halen met retail media.

[Recent onderzoek](#) laat zien dat consumenten bij het zoeken naar producten steeds vaker winkel- of retailkanalen gebruiken, in plaats van traditionele zoekmachines. Na een eerste golf van advertenties in online zoekmachines (zoals Google) en een tweede golf in social advertising spreken we nu van een derde golf die retail media heet. Precies daar waar consumenten hun aankopen doen. Retail media wordt gezien als de grote uitdager van traditionele zoek- en social advertenties omdat deze geavanceerde advertentie technologie nu binnen handbereik is van retailers zelf.

Online kanalen als mediaplatform

Deze golf zouden we ook rustig een tsunami kunnen noemen als we kijken naar wat retailers in de Verenigde Staten doen. Amazon, Walmart, Home Depot en andere grote spelers behalen een substantieel deel van hun winst met retail media. Zij zien hun platformen niet langer alleen als verkoopkanalen, maar als mediaplatformen die maximaal benut kunnen worden door adverteerders. Hierdoor haalde Amazon in 2021 een omzet van 31 miljard dollar, puur uit advertentie inkomsten en was dat voor 68% verantwoordelijk voor de

totale winst van Amazon. Volgens schattingen gaat dat bedrag dit jaar over de 40 miljard dollar heen. Dit maakt Amazon het op twee na grootste digitale advertentieplatform van de V.S., na Google en Facebook.

Traffic en awareness

Het mag duidelijk zijn dat je businessmodel met retail media toekomstbestendiger is. Maar waar moet je dan precies aan denken? Allereerst kun je kijken naar quick wins zoals sponsored products; de ideale manier voor merken om bovenaan de zoekresultaten te verschijnen. Daarnaast heb je legio advertentieruimte op je platform voor bijvoorbeeld display banners, waarmee merken niet alleen meer traffic naar hun productpagina's krijgen, maar die ze ook heel goed voor awareness campagnes kunnen inzetten. Het wordt pas echt interessant als je verder gaat kijken dan alleen je e-commerce kanaal; wat dacht je van digitale schermen in de winkel, e-mail en de social kanalen?

Door slim gebruik te maken de verzamelde data op de retailplatformen, kunnen merken hun communicatie afstemmen op de juiste doelgroep. Iets waar alleen maar meer behoefte aan is, nu door privacy overwegingen third party cookie targeting steeds lastiger wordt.

De voordelen van streaem

De grote vraag die nu bij retailers speelt, is hoe je dit hele verhaal kunt faciliteren. Dat is waar streaem om de hoek komt; een one-stop shop oplossing waarmee merken en bureaus campagnes kunnen inkopen en managen op de kanalen van de retailer. Hierdoor maak je het laagdrempelig voor je leveranciers en houd je tegelijkertijd volledige controle over de customer experience én je data zodat de winkelervaring niet verloren gaat. Dit is ook essentieel om bijvoorbeeld adblockers te omzeilen en heb je geen risico dat je data voor andere doeleinden wordt ingezet.

Gratis retail media scan

Wil je weten hoe je kunt groeien met retail media? Of ben je al begonnen met retail media en benieuwd waar je staat? Neem dan snel contact op met John Molendijk of Patrick Emmen | info@streaem.com voor een **gratis** retail media scan of kijk op www.streaem.com.

John Molendijk is co-founder van streaem, onderdeel van Newcraft

Patrick Emmen is Head of Strategic Partnerships bij streaem, onderdeel van Newcraft