

Facebook: Mensen verbinden aan merken en producten via mobiel

Mensen zijn overgestapt naar mobiel. Het is de snelst omarmde communicatie-technologie in de geschiedenis die de manier waarop we met elkaar verbinden en nieuwe dingen ontdekken compleet verandert. Bedrijven zijn echter nog steeds bezig met de overstap.

Voor marketeers is het een uitdaging om hun klanten via mobiel te bereiken en de verkoop te doen toenemen. Het merendeel van de tijd die mensen op mobiel doorbrengen is besteed aan mobiele apps, en mensen besteden het grootste deel van die tijd in slechts een handvol van de apps, waaronder Facebook en Instagram.* Voor veel mensen is het moeilijk om hun web te vinden in de mobiele winkelervaring. Klanten ondervinden trage laadtijden en te veel stappen in het koopproces. Dit is slecht voor de consument en slecht voor marketeers.

Op Facebook komen mensen niet alleen om verbinding te maken met vrienden en familie, maar ook met producten en merken. Uit onderzoek onderzoek is gebleken dat bijna de helft van de mensen naar Facebook komt om actief te zoeken naar producten, en een meerderheid van hen ontdekt nieuwe producten in het Nieuwsoverzicht, via Pagina's en in groepen.

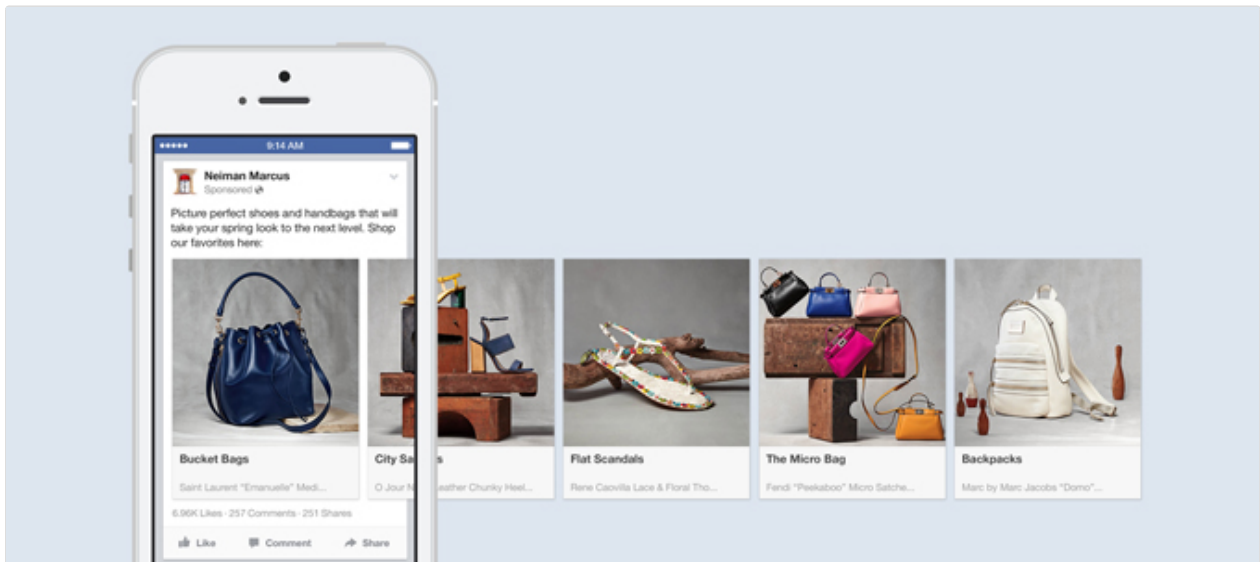
Dit gedrag - dat al plaatsvindt op Facebook - geeft Facebook de kans om de ervaring voor consumenten en marketeers beter te maken. Facebook wil werken aan manieren die het gemakkelijker maken voor mensen om producten op mobiel te ontdekken en voor bedrijven om de verkoop te stimuleren.

Sommige van deze manieren zijn al volledig gelanceerd en creëren nu al waarde voor mensen en bedrijven. Anderen worden nu getest en zullen later geevolueerd worden zodra er meer feedback is.

Bewezen oplossingen die de verkoop stimuleren: [Product Ads voor Nieuwsoverzicht](#)

Vorig jaar introduceerde Facebook de carousel-advertentie. Deze stelt adverteerders in staat om meerdere productafbeeldingen en -links te gebruiken in een advertentie. In eerste tests zagen adverteerders een lagere kosten-per-conversie van 30 tot 50 procent. De carousel-advertentie is nu ook beschikbaar op Instagram en recentelijk is ook video toegevoegd aan dit format.

Retailers zien sterke resultaten als ze de carousel inzetten om hun creatieve werk tot leven te brengen in dynamic product ads. Met dynamic product ads kunnen marketers hun productcatalogus uploaden en ervoor kiezen om Facebook de meest relevante producten te laten tonen. Met de carousel kunnen meerdere producten worden getoond waardoor mensen gemakkelijk kunnen bladeren en ontdekken via mobiel.



Neiman Marcus gebruikt de carousel en zag 3x meer conversies en 85% betere click-through rates in vergelijking met andere advertenties.

Tests voor gestroomlijnd shoppen

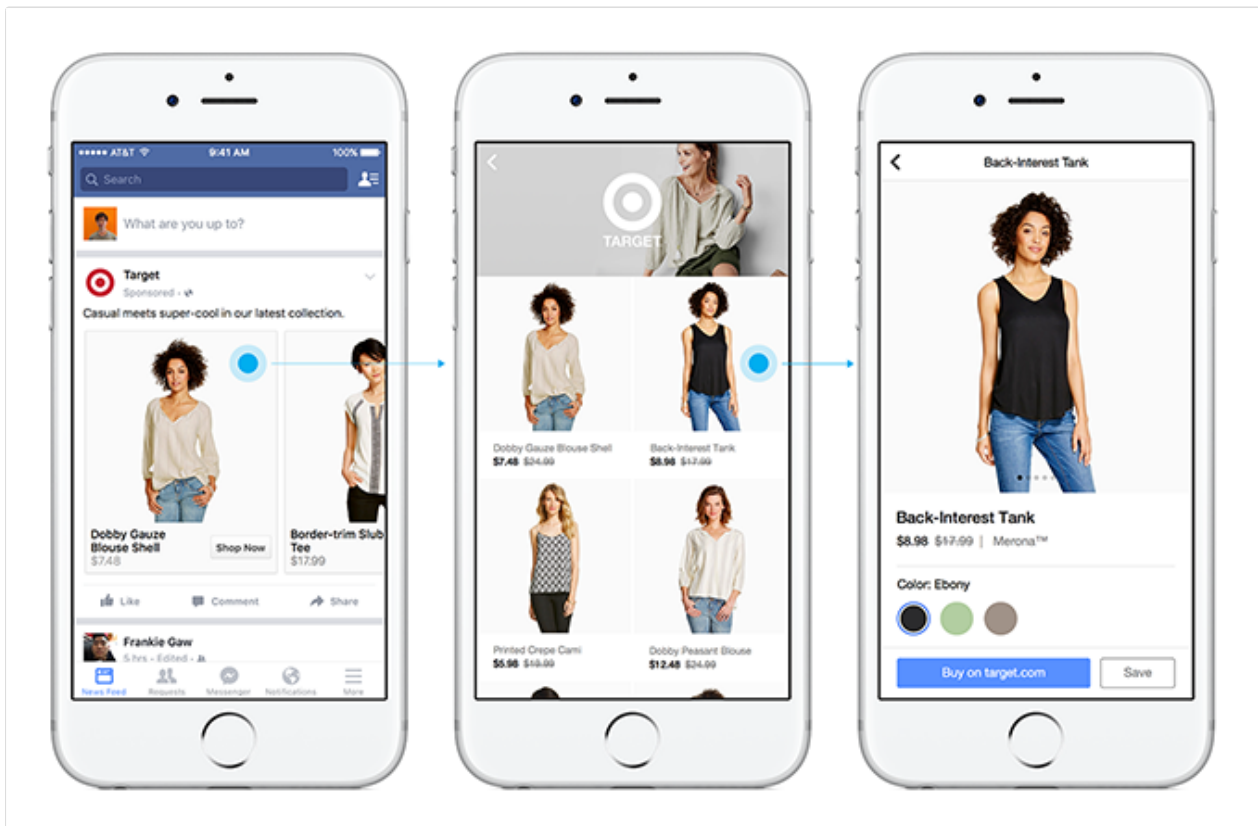
Facebook test momenteel verschillende advertenties om shoppen op mobiel gestroomlijnder te maken.

Canvas: een nieuwe native manier om te browsen via advertenties

Als mensen op producten in een advertentie klikken zijn de mobiele websites waar ze naar verwezen worden vaak niet optimaal en ze laden langzaam. Dit vergroot de kans dat mensen zullen afhaken in het koopproces.

Daarom is Facebook begonnen met het testen van een nieuwe advertentieervaring - Canvas - die bedrijven helpt bij het behalen van hun doelstellingen. Sinds Juni wordt Canvas getest door een aantal bedrijven en de komende weken zal de test worden uitgebreid. Als mensen op een advertentie hebben geklikt zullen ze een snelladende, schermvullende pagina

zien waar ze kunnen bladeren door producten voordat ze de stap maken naar de website van de verkoper.



"Koop" call to action knop: Aankopen doen via mobiel gemakkelijker gemaakt

Deze functie wordt al een tijd getest en geeft marketeers een goede manier om verkoop te stimuleren. Via desktop of mobiel kunnen mensen op de "koop" knop in een advertentie klikken om een product direct aan te schaffen.

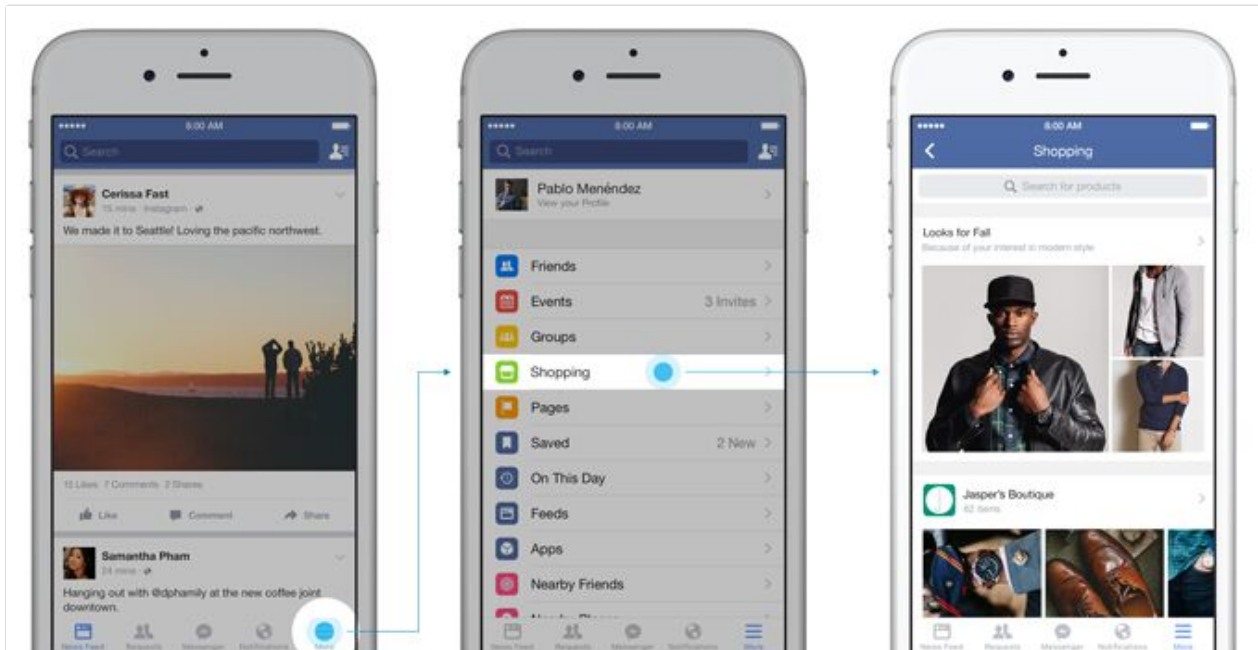
Pagina's als een mobiele oplossing for bedrijven: winkelgedeelte

Meer dan een miljard mensen bezoeken iedere maand pagina's en mensen doen dit om meer te weten te komen over een bedrijf. Daarom voegt Facebook meer manieren toe om producten te tonen aan mensen, inclusief een winkelgedeelte. Bedrijven kunnen ervoor kiezen om dit onderdeel van de pagina te laten doorverwijzen hun eigen site of ze kunnen een manier testen om mensen direct via de pagina aankopen te laten doen.

Eén gedeelte voor het ontdekken van producten: Nieuwe winkelfuncties in Favorieten

Facebook zag ook dat mensen nieuwe producten ontdekken op verschillende plekken binnen Facebook: het Nieuwsoverzicht, Pagina's en Groepen. In de komende weken zal Facebook

beginnen met het testen van één plek waar mensen gemakkelijk producten kunnen ontdekken, delen en kopen. De test vindt plaats met een kleine groep bedrijven in de Verenigde Staten die ook het *winkelgedeelte* testen. Later zal ook andere content worden toegevoegd, waarbij je kunt denken aan producten die te koop zijn in groepen.



Voor al deze advertentievormen - van bewezen producten zoals de carousel en dynamic product ads tot nieuwe tests - is het doel om het gemakkelijker maken voor mensen om relevante producten op mobiele te ontdekken en tegelijkertijd bedrijven te helpen verkoop te doen toenemen. We zullen meer details delen zodra we resultaten hebben van de tests. Meer informatie over adverteren op Facebook vind je

hier: <https://www.facebook.com/business/news/product-ads>

* US comScore data augustus 2015

<https://www.facebook.com/business/news/shopping-on-facebook>

7N60 Communicatie is het PR bureau van Facebook in de Benelux.



Facebookpressroom