Wie smatch.com Facebook als Vertriebskanal nutzt

Smatch.com, die community-getriebene Produktsuche für Mode und Lifestyle, bietet seinen Service jetzt auch im Social Network Facebook an. Zugleich stellt das Unternehmen seine Shop-Application auch den eigenen Partnershops zur Verfügung.

Mehr zum Facebook-Engagement von smatch.com lesen Sie hier.

smatch.com aus dem Hause Otto, integriert seinen Service ab sofort in das soziale Netzwerk Facebook. Dabei werden 1,5 Millionen Produkte von über 600 Onlineshops über das smatch.com Facebook Profil direkt im Netzwerk abgebildet. Dazu wurde eine Shop-Application entwickelt, in der die Produkte präsentiert werden.

Die Shop-App besteht im Wesentlichen aus einer Produktübersicht, in der bis zu zehn Produkte pro Seite in der Vorschau angezeigt werden können. Zudem verfügt jedes Produkt über eine Detailseite. Eine Warenkorbfunktion gibt es allerdings nicht. Wer das Produkt kaufen möchte, wird auf die Produktseite des Partnershops gelinkt.

Neben einer Freitext-Suche verfügt die App über verschiedene Filter, über die der Nutzer zu den Produkten seiner Wahl gelangt. Fester Bestandteil der Anwendung sind die facebook-typischen Funktionen wie “Gefällt mir” – verfügbar auf der Übersichts- und Detailseite – und die Kommentarfunktion.

Diese Shop-App stellt smatch.com jetzt auch seinen Partnershops als Facebook-Anwendung zur Verfügung. Pilotpartner sind BUTLERS und frontlineshop.com. Gespräche mit weiteren Partnershops würden bereits geführt, hießt es bei smatch.com.

In 10 Schritten zur erfolgreichen Facebook-Seite

Die App von smatch.com zeigt, wie Online-Händler Facebook auch vertrieblich nutzen können. Allerdings müssen sich Shopbetreiber darüber im Klaren sein, dass Facebook ein soziales Netzwerk und keine Verkaufsplattform ist. Daher gelten hier spezielle Anforderungen.

Wie an andere Stelle bereits berichtet, sollten sich Online-Händler die folgenden 10 Regeln zu Herzen nehmen, wenn sie Facebook erfolgreich in ihre Kommunikationsstrategie einbinden wollen:

Geben den Besuchern einen Grund, ein Fan zu werden
Offerieren Sie Ihren Fans exklusive Angebote
Optimieren Sie Ihr Profil-Bild
Antworten Sie möglichst auf jeden Kommentar
Eine gute Strategie bei den Updates zahlt sich aus
Lenken Sie Traffic auf Ihre Facebook Fan-Page
Ermutigen Sie Ihre Fans, neue Fans für Sie zu gewinnen
Begrüßen Sie auch negatives Feedback
Nutzen Sie bei Updates eine persönliche Ansprache
Individualisieren Sie Ihr Fan-Page Profil