

## Facebook: nächster Schritt auf dem Weg zur e-commerce Plattform?



© CGInspiration - Fotolia.com

#62102386

Immer wieder testet Facebook neue Features. Sind diese Tests mit ausgewählten Usern oder Unternehmen erfolgreich, bestehen gute Chancen, dass die neuen Funktionen nach und nach im Rahmen eines Updates ausgerollt und so der Allgemeinheit zugänglich gemacht werden.

Aktuell hat Facebook bekanntgegeben, einen neuen „Kaufen Button“ in den USA zu testen. Gut, Call-to-Action Buttons sind jetzt keine grandiose Innovation und auch auf Facebook schon länger vorhanden. Schaltet man mobile Werbeanzeigen für Apps, hat man die Auswahl zwischen „Install now“, „Use App“, „Open Link“, „Watch video“, „Book now“, „Play Game“ und auch „Shop now“. Funktioniert aber wie gesagt nur bei Anzeigen auf Smartphones. Nutzt man den Powereditor zur Erstellung seiner Postings, können dort auch auf Facebook Unternehmensseiten Handlungsaufforderungen integriert werden. Dafür stehen in Deutschland die Buttons „Jetzt kaufen“, „Mehr dazu“, „Registrieren“, „Jetzt buchen“ und „Herunterladen“ zur Verfügung. Eine detaillierte Anleitung zur Integration liefert mein Blogbeitrag [Facebook: Call-to-Action Buttons eingeführt](#) vom 13. Februar 2014.

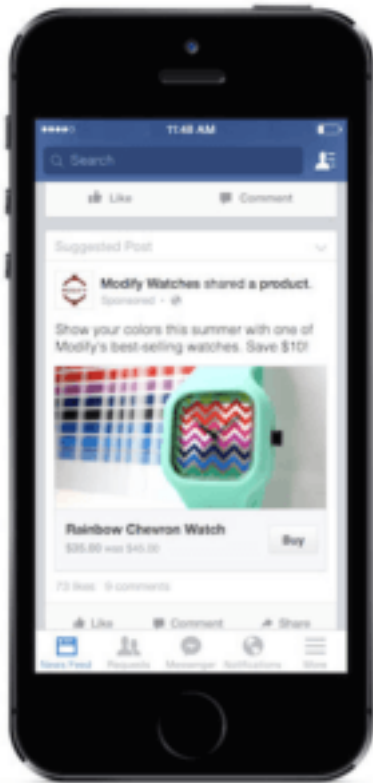


Foto: (c) Facebook

Bis hierhin erscheint der neue „Kaufen“ Button also nicht sonderlich spektakulär. Aber es gibt einen Unterschied, der vielleicht tatsächlich einen gewaltigen Unterschied machen könnte: Während die bisherigen Call-to-Action Buttons auf die Webseite, den Shop oder die jeweilige App des Werbetreibenden verweisen, soll laut Facebook der neue „Buy“ Button einen Einkauf direkt im Newsfeed des Users ermöglichen – OHNE dass dieser Facebook dafür verlassen muss und egal, ob er am PC sitzt oder mobil unterwegs ist. Betreiber von Facebook Unternehmensseiten können ihre Produkte also direkt anbieten – und zwar nicht nur ihren Fans, sondern zielgruppengenau gesteuert durch Facebook Ads.

### **Ist das nun eine erfolgsversprechende neue Funktion?**

Die bisherigen Möglichkeiten, Facebook nicht nur als Informations- und Kommunikationskanal sondern auch für den Vertrieb zu nutzen, sind begrenzt. Einige Unternehmen bieten auf ihren Facebookseiten

eine Shopverknüpfung oder nutzen die Facebooktabs zur Einbindung von Widgets und Shop Applikationen. Problem: Beide Möglichkeiten setzen voraus, dass die Nutzer die Facebookseite des Unternehmens aufsuchen, dort den jeweiligen Tab anklicken und im Shop des Unternehmens einkaufen. Passiert nicht so oft. Denn auf Facebook spielt die Musik fast ausschließlich im individuellen Newsfeed der Nutzer. Hier sehen sie die Postings ihrer Freunde, Meldungen der gelikeden Unternehmen, Gruppennews und auf ihre Interessen abgestimmte Werbeanzeigen.

Der neue „Kaufen“ Button ist somit am richtigen Ort. Nutzern wird er direkt im Newsfeed angezeigt, sie können mit wenigen Klicks das Produkt kaufen und danach die weiteren Postings ihres Streams checken. Eingekauft, ohne Facebook zwischendurch verlassen zu haben. Möglich wird dies laut Facebook durch „einen sicheren Zahlungsablauf“. Details zum Kaufprozess sind derzeit nicht bekannt, außer das die Nutzerdaten ausschließlich für den Kauf verwendet werden und selbstverständlich privatsphären- und datenschutztechnisch absolut sicher sind. Reicht dafür das Nutzervertrauen in Facebook aus? Auch wie Facebook diese neue Werbeform abrechnet, ist noch unklar. Denkbar wären sowohl die bisherigen Mediamodelle TKP, CPC etc. aber auch Provisionsmodelle wie bei amazon oder ebay.

Wie auch immer: Voraussetzung für all das wäre eine erfolgreiche Testphase. Danach wäre die neue Funktion erst einmal eine Zeit lang ausschließlich in den USA verfügbar und würde erst Monate später nach und nach in Deutschland ausgerollt. Ist Facebook mit den Testergebnissen nicht zufrieden, werden solche Projekte aber auch gerne mal komplett eingestampft. Das Feature „Facebook Gifts“, mit welchem man seinen Facebookfreunden Geschenke über Facebook kaufen kann, ist auch zwei Jahre nach der Ankündigung ausschließlich in den USA verfügbar. Es heißt also abwarten...

### **Eure Meinung dazu?**

Für Spiele wird auf Facebook bereits jede Menge Geld ausgegeben. Aber würdet Ihr auch auf Facebook shoppen? Oder anders herum: Glaubt Ihr, Eure Kunden würden das Angebot nutzen?