25. 5. 2020

**Komentář: Facebook odhalil očekávanou platformu Facebook Shops**

*Karel Kotoun, manažer Consulting & Strategy společnosti Accenture.*

Facebook v úterý 19. května odhalil svou dlouho očekávanou social commerce (e-commerce na sociálních sítích) platformu Facebook Shops. Nejedná se však o první aktivity Facebooku na poli social commerce, jelikož již předtím mohli uživatelé nakupovat na Instagramu ve Stories a také na Facebooku.

Facebook se inspiruje u asijských social commerce platforem jako například Pinduoduo a Xiaohongshu v Číně. Hlavní výhodou Facebooku je širší portfolio aplikací, které umožní podnikatelům nahrát katalog produktů jen jednou, a schopnost využívat všechny hlavní platformy Facebookem počínaje a nejenom Instagramem a Whatsappem konče. Navíc to pro uživatele znamená zlepšení uživatelského zážitku díky možnosti komunikovat přímo s výrobcem či dodavatelem za pomoci svých oblíbených kanálů z rodiny aplikací Facebooku. Tak totiž o portfoliu aplikací hovoří sám Zuckerberg.

Z hlediska Facebooku se jedná o možnost zvýšení počtu denních uživatelů, a tím pádem i relevantních dat v období, kdy roste společenský tlak proti sbírání dat za pomoci Cookies, které je u Facebooku prováděno pomocí technologie Facebook pixel. Tato data pak budou relevantní pro zlepšování nabízených produktů přímo na platformě rodiny aplikací Facebook.

Ačkoliv je využití situace ohledně koronaviru pro představení již dlouho připravované služby snadno dosažitelným marketingovým gestem, pro cílovou skupinu malých a středních podniků dopadají slova na úrodnou půdu a každý potenciální zdroj příjmu je více než vítaný. Z hlediska uživatelů se jedná o další odstranění bariéry pro nákup zboží, což zcela jistě povede k nárůstu důležitosti e-commerce na Facebooku.

Hlavním faktorem pro úspěch této platformy bude otázka, zda uživatelé budou chtít zvýšit počet hodin denně trávených na Facebooku výměnou za větší pohodlí, zatím se zdá, že odpověď je ano.