Amazon venderà prodotti anche tramite TikTok e Pinterest

Acquistare prodotti in vendita su Amazon tramite annunci pubblicitari su Tik Tok e Pinterest

Fare la spesa tramite gli annunci commerciali, arriva il semaforo verde da **Amazon** per gli acquisti via **Tik Tok** e **Pinterest**, collegando i profili social all'account ecommerce.

L'accordo annunciato su *The Information* mira a facilitare la spesa tramite annunci pubblicitari sui social.

Più o meno, in questo modo, Amazon potrebbe ampliare la sua platea di potenziali consumatori e quindi clienti di almeno un miliardo e mezzo di utenti attivi in più al mese.

Si tratta di **acquisti in-app**, relativi a prodotti e servizi acquistabili direttamente all'interno dell'applicazione, un mercato che potrebbe raggiungere un valore superiore ai **770 miliardi di dollari entro il 2032**.

L'accordo, per dimensioni e rilevanza, segue quello dell'anno scorso che Amazon ha siglato prima con **Meta** e poi con **Snapchat** per questa tipologia di social shopping (altro mercato globale in continua crescita stimato oltre i 2 trilioni di dollari entro il 2028.

Questione di *user experience*

“*Un’esperienza coinvolgente per i clienti che scelgono di collegare i propri account social con la piattaforma di ecommerce negli Stati Uniti, cge vedranno prezzi in tempo reale, stime di consegna e dettagli dei prodotte direttamente su annunci Amazon selezionati su TikTok*“, ha affermato il portavoce di Amazon.

Una *user experience* che si caratterizza per l’interfaccia utente, la presentazione di prodotti e servizi seducente (quando l’annuncio è creativo, ben ideato e realizzato certamente), ma soprattutto per la facilità d’uso, cioè la velocità di scelta e pagamento.

Il problema, però, potrebbe nascondersi proprio in questi fattori chiave che poi garantiscono il successo degli acquisti in-app e più in generale dello shopping via social.

E di privacy (e di età)

Il problema risiede sempre nel rispetto della legge sul **trattamento dei dati personali** e la profilazione tramite tracciamento delle nostre attività sui social e tramite applicazioni.

Che fine fanno questi dati raccolti in tempo reale e come vengono utilizzati?

E poi c’è il problema di chi accede a questi servizi e dell’età. La stragrande maggioranza degli utenti di **Tik Tok**, ad esempio, ha un’età compresa tra 9 e 24 anni. Questo significa che una buona fetta di pubblico è composta da minorenni.

Secondo stime approssimative, in tutto il mondo, sono circa 600 milioni gli utenti con età inferiore a 18 anni attivi su questa piattaforma.

Leggi le altre notizie sull’home page di Key4biz

https://www.key4biz.it/amazon-vendera-prodotti-anche-tramite-tiktok-e-pinterest/501272/