

Gepersonaliseerde banners met big data

11-03-2014 00:00

Retailers zetten big data in voor het realtime personaliseren van instore banners. Dit schrijft Retail Gazette.

De technologie achter deze mogelijkheid is afkomstig van Informatica, een ontwikkelaar en specialist in big data. Het programma maakt gebruik van social media en richt zich op zowel instore en online consumenten. De gepersonaliseerde campagnes sluiten aan op het aankoopgedrag van consumenten en wat zij doen op social media als Facebook, Instagram, Pinterest en Twitter.

Interactieve banners kunnen mensen verwelkomen in een winkel, feliciteren met hun verjaardag en hen wijzen op aanbiedingen die op hen van toepassing zijn of speciaal voor hen gelden. Of deze berichten getoond worden hangt af van het gebruik van loyaliteitskaarten en de smartphone van de consument. Daarbij moet de consument de retailer wel toestemming geven om inzicht te krijgen in zijn berichten op social media.

Bron: RetailGazette