

McDonalds brengt shoppers in actie

19-08-2014 00:00

McDonalds haalt consumenten naar zijn filialen middels coupons die zij verdienen met interactieve reclameborden. De fastfoodgigant organiseerde een campagne in Kuala Lumpur waarbij gebruikers van hun app via hun smartphone spelletjes konden spelen die zij zagen op billboards in de stad.

Door augmented reality kwamen de billboards tot leven en ontstond een game op het scherm van hun smartphone. Brachten zij het spelletje tot een goed einde, dan ontvingen zij een coupon die recht gaf op korting of een gratis ijsje. Gedurende de zestien uur die de campagne te zien was op de schermen, haalde McDonald's hier iedere minuut vijf klanten mee naar één van hun vestigingen, aldus een woordvoerder.

De campagne is ontwikkeld in samenwerking met reclamebureau Leo Burnett Malaysia, augmented reality specialist ARC Worldwide en dataleverancier Pubnub. Door het succes van de campagne heeft McDonalds besloten om dit soort acties vaker te gebruiken, ook in andere delen van de wereld.

Bekijk op ons Pinterest-pagina een [video](#) van deze actie.