

Geotargeting in trek voor de kerst

02-12-2014 00:00

Starbucks en Asda werken tijdens de decembermaand allebei met een mobiele advertentiecampagne waarbij de locatie van de ontvanger wordt gebruikt om aanbiedingen te sturen. De technologie achter de campagnes is ontwikkeld door xAd, specialist in geotargeting campagnes.

De techniek herkent het apparaat en de locatie van consumenten en gebruikt deze informatie om hen specifieke aanbiedingen te sturen. Onderdeel van de campagne is de analysesoftware van xAd. Hiermee kunnen retailers zien of de campagne aanslaat en waar de effecten het meest of minst zichtbaar zijn.

Hierbij meet de software niet het aantal click-throughs, maar brengt het de groei in winkelbezoeken in kaart. De ontwikkelaar claimt dat retailers een boost van zestig procent in bezoeken ontvangen.