

Marsh Supermarkets integreert beacons en Apple Watch

12-01-2015 11:13

Marsh Supermarkets lanceert dit voorjaar naar eigen zeggen als eerste retailer een iBeacon-experience op de Apple Watch. Daarnaast gebruikt de keten zijn crm-platform om de effecten van de beacons en slimme horloges te meten.

De eerste integratie met de beacons en de Smart Watch vindt plaats op het gebied van boodschappenlijstjes, zegt ceo Todd Dipaola van marketingbureau inMarket. "Dan hebben klanten een handsfree boodschappenlijstje. Stel je voor dat een klant een winkelwagen moet duwen, met aan de ene hand zijn kind en in de andere hand een briefje of smarphone. Dit is gemakkelijker." In de loop van 2014 moeten de beacons in samenwerking met marketingbureau inMarket in alle vestigingen zijn uitgerold.

Het horloge van Apple verschijnt dit voorjaar in de winkels. Hoewel de Apple Watch nog niet op de markt is, is de eerste locatiegebaseerde marketingsoftware al klaar. De Amerikaanse ontwikkelaar Tapsense heeft een softwareoplossing gemaakt die dragers van het horloge reclame stuurt op basis van hun locatie. Daarnaast werkt het platform met betaaldienst Apple Pay.