

Unilever brengt klant in beeld met beacons

17-02-2015 15:37

Unilever gebruikt iBeacons om het offline koopgedrag van consumenten in beeld te brengen. Deze data gebruikt de fabrikant vervolgens om diezelfde consumenten te benaderen met mobiele advertenties.

Unilever werkt voor de pilot, die de fabrikant uitvoert in Zweden, samen met Mindshare en dataspecialist Glimr. Klanten die bij een truck van Knorr een kop soep halen, krijgen een advertentie te zien van diezelfde soep wanneer zij de app van het Zweedse nieuwsmedium Aftonbladet openen. De traditionele reclameuitingen in de app worden in dit geval vervangen met coupons die hen herinneren aan de soep van Knorr.

“Tot nu toe worden beacons vooral als een opzichzelfstaand middel ingezet”, aldus een woordvoerder van de levensmiddelenfabrikant. “Wij geloven echter dat het onderdeel uit kan maken van een grotere campagne, waarbij offline en online met elkaar worden verbonden.” Wanneer de pilot succesvol verloopt rolt Unilever dergelijke gepersonaliseerde beaconcampagnes verder uit in meer Europese landen.