

Foursquare toont gepersonaliseerde advertenties

21-04-2015 14:20

Foursquare lanceert een nieuw advertentieplatform dat gebruikmaakt van de data van zijn gebruikers. Het platform met de naam Pinpoint gebruikt de locatie- en check-in gegevens van de gebruikers van het sociale platform.

Pinpoint koppelt volgens Foursquare de in totaal zeven miljard check-in's van zijn 55 miljoen gebruikers. Hierin maakt het verbanden tussen zijn gebruikers en retailers. Zo kijkt Pinpoint wanneer gebruikers voor het laatst bij een bepaalde winkel zijn geweest en met welke winkels gebruikers affiniteit hebben. Op basis van deze gegevens ontvangen consumenten verschillende aanbiedingen en advertenties.

Onder meer Samsung, AT&T en FedEx werken al met het nieuwe platform van Foursquare om meer inzicht in het gedrag van hun klanten te krijgen. Voor Foursquare is Pinpoint een middel om de beschikbare klantendata te verzilveren.