

McDonald's' beacons zorgen voor nodige conversie

06-05-2015 00:00

McDonald's heeft zijn instore promoties in Turkije recent uitgebreid met beacons. Deze aanbiedingen hadden marketingmanager Nedim Bali een conversiegraad van twintig procent. "De resultaten van deze campagne geven een sterke indicatie van hoe goed de targeting is."

McDonald's Turkije gebruikte zijn smartphoneapplicatie om gebruikers kortingsbonnen te versturen. De beacons zorgen ervoor dat deze bonnen automatisch op het toestel van de gebruiker getoond worden. Dit gebeurt wanneer hij zich in de buurt bevindt van één van de vijftien deelnemende vestigingen.

Het beaconsysteem wordt gebruikt ter introductie van een aantal nieuwe koffiesmaken bij vijftien McCafés in de Turkse hoofdstad Istanbul. De beacons zijn gedurende twee perioden van zes weken ingezet. Dertig procent van deelnemers maakten meer dan eens gebruik van de promoties.