

Analysetool filtert koopintenties uit social media

17-05-2015 22:00

Analysetool Coosto kan koopintenties herkennen uit posts die consumenten plaatsen op social media. Coosto gebruikt hiervoor een speciaal algoritme om koopintenties te herkennen uit de miljoenen berichten die op sociale media worden geplaatst.

Volgens de ontwikkelaars geven consumenten online regelmatig aan op zoek te zijn naar producten of diensten. Dit verschilt van een nieuw huis en een nieuwe hypotheek tot nieuwe telefoons en abonnementen. Het platform maakt hiervoor gebruik van vierhonderdduizend bronnen waaronder Facebook, Twitter, Blendle, nieuwssites en blogs. "We hebben ons erover verbaasd dat zoiets eigenlijk nog niet op de markt was", aldus ceo Toine Verheul van Coosto tegen Emerce. "In de VS worden wel van dit soort diensten aangeboden, maar niet in combinatie met sociale monitoring."

De dienst wordt momenteel al gebruikt door onder meer Microsoft, Samsung en reisorganisatie TUI. Zij kunnen op alle mogelijke onderwerpen leads filteren. Zo krijgen zij inzicht in de aankoopintenties van hun eigen merk, maar hebben zij ook de mogelijkheid om aankoopintenties van concurrenten of algemene trends in de markt te signaleren. "Hoe zij vervolgens reageren op de koopintenties, dat is aan hen", aldus Verheul.

: