

Burger King werkt met gepersonaliseerde prijzen

03-12-2015 09:49

Burger King gaat zijn menu's in ons land voorzien van dynamische prijzen. Hiervoor werkt de hamburgerketen samen met de Nederlandse shopping-app Yippie.

Klanten van Nederlandse restaurants van Burger King ontvangen persoonlijke aanbiedingen wanneer zij een QR-code op een uiting in een restaurant scannen met hun smartphone. Het scannen moeten zij doen met de Yippie-app en de aanbieding die zij ontvangen is slechts tijdelijk geldig. In eerste instantie richt Burger King zich met het systeem op regelmatig terugkerende klanten. Zij ontvangen naarmate zij meer scannen scherpere aanbiedingen.

Systemen met dynamische prijzen bestaan al geruime tijd voor bijvoorbeeld vliegtuigtickets, waardoor consumenten volgens Yippie al bekend zijn met het begrip. In deze systemen beweegt de prijs mee met de vraag of het moment van de aankoop.

Gepersonaliseerde prijzen zijn voor veel Nederlandse etailers nog een brug te ver, zei data driven customer experience engineer Guido Jansen onlangs in EtailTrends. Consumenten staan volgens hem echter open voor persoonlijke prijzen wanneer een afwijkende prijsstelling een grotere groep treft. "Bij bloemen zie je dat de prijs hoger ligt als er meer vraag is, zoals rond Moederdag, Kerst en andere feestdagen."