

Delhaize-dochter geeft korting via Shazam

22-12-2015 08:52

Het Amerikaanse Food Lion gebruikt muziekherkenningsapplicatie Shazam voor het verspreiden van kortingscoupons. Klanten van de Delhaize-dochter kunnen de app gebruiken om muziek te herkennen die gedraaid wordt in de winkel.

Food Lion maakt daarvoor gebruik van een muziekbron van Mood Media, waarna het ultrasonic geluid via de speakers instore wordt verspreid en opgevangen door de smartphones middels de Shazam-app. Vervolgens komen klanten terecht op een mobiele pagina met kortingscoupons.

Food Lion is vorige week gestart met de actie, die loopt tot en met januari volgend jaar. "Bij Food Lion werken we altijd aan innovatieve manieren om onze klanten kortingen te kunnen bieden", aldus directeur digitale marketing Keith Nicks. "Wij denken met Shazam een eenvoudige en leuke manier te hebben gevonden." Klanten komen al op de actiepagina wanneer zij de app openen. Deze begint vaak automatisch al met het herkennen van de muziek, waarna de klant wordt doorgestuurd.

Shazam is het afgelopen jaar steeds populairder geworden bij retailers en adverteerders. De app wordt met name gebruikt bij televisiecommercials. Wanneer consumenten de app aanzetten bij bepaalde commercials, komen zij terecht op een online actiepagina. Hier kunnen zij vaak meedoen aan prijsvragen en vinden zij meer informatie over de producten.