

Foursquare meet winkelbezoek na online advertentie

24-02-2016 12:30

Foursquare heeft een tool ontwikkeld die retailers inzicht geeft in het aantal offline bezoekers dat naar aanleiding van een online advertentie hun winkel bezoekt. Hiermee breidt de dienst zijn activiteiten op het gebied van online marketing verder uit.

De dienst wordt vooral gebruikt om in te checken op bepaalde offline locaties. Hiermee kunnen zij punten verdienen en sparen voor kortingen en cadeautjes. In de app worden regelmatig advertenties getoond, maar Foursquare geeft aan dat het niet alleen de advertenties in de eigen app volgt. De dienst koppelt alle digitale advertenties, op zowel websites als in apps, aan fysieke bezoeken naar retaillocaties.

Foursquare groeit al geruime tijd niet meer verder, maar heeft wel een groot bestand aan gebruikers opgebouwd. Met de Attribution Powered by Foursquare-dienst zetten zij de gegevens van deze gebruikers in om het percentage winkelbezoeken naar aanleiding van een online advertentie in beeld te brengen. In totaal heeft Foursquare 1,3 miljoen shoppers constant in beeld. Zij delen hun locatiegegevens constant met het platform, zonder hierbij continu de app geopend te hebben.

De nieuwe tool is in de afgelopen maanden getest bij onder meer restaurantketen TGI Friday's en sociaal platform Flipboard. Laatstgenoemde gebruikte de tool om de campagneresultaten van een retailer te analyseren. Hieruit bleek dat digitale advertenties binnen een week tijd zorgden voor een stijging van twaalf procent in het aantal winkelbezoeken.