

ONDERNEMEN MET BEACONS

Waarom beacons zo interessant zijn?

Beacons zijn kleine zendertjes - klein genoeg om te hechten aan een muur, toonbank of beeldscherm - die gebruik maken van lage-energie Bluetooth verbindingen om berichten te verzenden of rechtstreeks te sturen naar een smartphone of tablet.

Een van de eenvoudigste manieren om beacons te gebruiken zijn op displays en op verkoop- en informatiepunten. Het zenden van relevante inhoud die direct betrekking heeft op de locatie en doelgroep. U kunt zelf bepalen welke inhoud u wilt sturen en op welk moment, afhankelijk van hoe dicht iemand bij de beacon is, hoe lang ze in de buurt zijn en hoe vaak.

Verkoop en klanten service

Plaats een beacon op een auto, een bank, bij producten of zelfs een huis. Geef potentiële kopers meer informatie wanneer deze in de buurt zijn en interesse tonen. Beacons kunnen juist in de detailhandel erg interessant zijn om winkelend publiek aan te trekken en beter te informeren zodat de aankoop beslissing sneller gemaakt kan worden. Daarnaast kunnen de beacons door retailers gebruikt worden voor betere klantprofilering en om up selling en cross selling te bevorderen. Verder kan er door de betere profilering ook meer gepersonaliseerde klantenservice geboden worden.

Beïnvloeding gedrag

Of het nu gaat om een aankoop te doen, te leren over iets of ergens naar toe te gaan, beacons kunnen worden gebruikt om het gedrag te beïnvloeden indien je dichtbij bent. En dit is met name van toepassing bij gebruik in clusters. Bijvoorbeeld door het bieden van verschillende informatie op verschillende punten in een museum, kun je mogelijk het pad van de bezoeker veranderen naar een nieuwe display of misschien een enquête of donatie punt.

Monitoring & tracking

In principe kun je alles meten met beacons zoals de nabijheid tot een beacon, de verblijftijd, het pad dat gelopen wordt van de ene beacon naar de andere en vervolgens deze informatie gebruiken om te leren over uw locaties, ruimten, klanten, bezoekers, patiënten, studenten etc.. Voorbeelden zijn auto's die een parkeerplaats op gaan, winkeliers in de wachtrij, mensen die een gebouw binnenkomen of verlaten, patiënten in een wachtruimte en aanwezig op een conferentie.

Marktsegmentatie

Het mooie van beacons is dat de inhoud bestaat uit lagen, daarmee kan worden bepaald wie wat ziet. In een museum kan bijvoorbeeld verschillende inhoud worden getoond aan bezoekers die voor de eerste keer komen, voor regelmatige bezoekers, voor opdrachtgevers, voor schoolkinderen etc.. Al deze uiteenlopende inhoud wordt allemaal geactiveerd door dezelfde reeks beacons, maar de gebruikers ervaring wordt gedefinieerd per app bij elk van de verschillende gebruikers en hun eigen unieke gebruik ervan.

Of uw motivatie voor het inzetten van beacons nu is voor het verbeteren van de verkoop, meer inzicht verkrijgen, de veiligheid of iets geheel anders, probeer het gewoon!

BEL 0318 591500 VOOR MEER INFO OF AFSPRAAK!

Uw Dealer is :



Giancarlo Christiaans
Email: info@azareva.nl

