

Tools

7. April 2015

Beacons: Kein Retter des Einzelhandels

Beacon-Lösungen funktionieren, wenn sie ganzheitlich ins Marketing integriert werden. LOC-Place gibt Hinweise für den richtigen Einsatz.

Seit Juli 2014 betreibt LOC-Place die Beacon-Technologien im größten Outlet-Center Europas im österreichischen Parndorf. Die Erfahrungen des Unternehmens zeigen, dass Beacons funktionieren, wenn die technischen Voraussetzungen gegeben sind: Nur die neueren Generationen von iPhone und Android-Geräten können die Signale verarbeiten, Bluetooth muss aktiviert sein und schließlich muss eine Zustimmung in Form eines Opt-in gegeben werden.

Den Experten von LOC-Place fiel auf, dass User oft nicht vom Handel aktiv zum Opt-in bewegt werden. Dies sollte mit entsprechenden Hinweisen am POS erfolgen. Solche Maßnahmen können die Reichweite und Akzeptanz erhöhen.

Dass Hindernisse wie beschichtetes Glas, hohe Luftfeuchtigkeit etc. das Signal abschwächen, haben inzwischen zahlreiche Feldtests herausgefunden. Daraus müsse man ebenfalls die Konsequenzen ziehen. Es muss auch darauf geachtet werden, dass der User vor einem Laden nicht mehrere Nachrichten erhält und er sollte dieselbe Nachricht nicht mehrmals erhalten, egal wie oft er an dem Laden vorbei kommt.

Und: "Es mag banal erscheinen, aber Beacons müssen an Orten installiert werden, an denen User Mobilfunkempfang haben. Denn das Leuchfeuer markiert nur eine Position, die Inhalte kommen aus dem Netz", erläutert Carsten Szameitat, Geschäftsführer des LOC-Place Inkubators.

Weitaus wichtiger sei jedoch die richtige Kampagnensteuerung, so LOC-Place. Hat die Kampagne jemanden erreicht, so klickten in einem vor kurzem von Gettings abgeschlossenen Test 33 Prozent innerhalb der ersten fünf Minuten auf die Nachricht, 20 Prozent sogar sofort. Eine Abnutzungstendenz konnte nicht festgestellt werden.



Aktuelle News aus der Rubrik Tools:

- >> [Werbewirkung für alle Medien](#)
- >> [Instagram läuft Facebook den Rang ab](#)
- >> [Microsoft bringt DIY-Tool](#)

Zur Übersicht

Anbietersuche *Provider Search*

Suchen Sie nach Dienstleistern rund um die Marktforschung

Search for Market Research Service Providers

Ein Blog von planung & analyse



Da läuft etwas gehörig falsch!

Hartmut Scheffler zur Kundenzufriedenheitsforschung

Datenschutz? ja, aber...

Ben Leet zur Verschmelzung von Big Data und Marktforschung

Gestern beim Onlinespiel

Kirsten Riesenberg zur zweifelhaften Platzierung von Werbefilmen

p&a – Digitale Ausgabe für Abonnenten



Registrierung

Zum Lesen der digitalen Ausgaben ab Heft 1/2013 ist eine einmalige Registrierung nötig. Die dazu benötigte Registrierungs-Nummer finden Sie auf dem **Adressaufkleber** Ihrer Printausgabe im Abonnement.

Login

Als registrierter Abonnent können Sie die digitalen Ausgaben und die einzelnen Artikel ab Heft 1/2013 kostenfrei im **dfv-Archiv** lesen.

Alle Informationen zur digitalen Ausgabe von planung & analyse und die exklusiven Vorteile für Abonnenten finden Sie auch nochmals [hier](#).

Top-Keywords - Marktforschungsanbieter

- Kundenzufriedenheit
- Gruppendiskussion
- Konzepttest
- CATI
- Online Panel
- Produkttest
- Shopper Research
- Fokusgruppen
- Healthcare
- International

p&a Abo

[Newsletter](#) [Print-Archiv](#) [News-Archiv](#)

Die Zeitschrift planung & analyse

Die Themen der Fachzeitschrift decken das gesamte Spektrum der Marktforschung als Grundlage für faktenbasiertes Marketing und Management ab. Bestellen Sie jetzt Ihr Probe- oder Jahresabo!