

Opmars sociale media als Foursquare en Feest.je

Locatiegebaseerde diensten trekken gasten



Foursquare is hét sociale medium voor de horeca. Zo luidt althans de mening van het groeiend aantal gebruikers ervan. Begonnen en groot geworden in de Verenigde Staten, wordt het steeds vaker in Nederland gebruikt. Mits het 'spelletje' juist gespeeld, kan Foursquare voor meer gasten(binding) zorgen. En sinds kort is er ook een Nederlandse equivalent: Feest.je.

Tekst: Juditte Aangeenbrug

Na de ingeburgerde sociale media als Hyves, LinkedIn, Facebook en Twitter is er een nieuwe: Foursquare, ook wel geschreven als 4square. Foursquare (www.foursquare.com) is een zogeheten locatiegebaseerde variant op Twitter. Dat houdt in dat de locatie van de gebruiker gecombineerd wordt met 'user generated content' (informatie die de gebruiker zelf toevoegt). Foursquaregebruikers (wereldwijd zijn dat er honderdduizenden) loggen met hun mobiele telefoon in op de website (of ze hebben een

app voor Foursquare geïnstalleerd). Daarna wordt op basis van GPS-gegevens de locatie van de gebruiker bepaald. Alle locaties in de omgeving worden getoond, zo nodig kan de gebruiker zelf een locatie toevoegen. Vervolgens kan hij inchecken bij een locatie, bijvoorbeeld restaurant X. Die mededeling is dan zichtbaar voor iemands Foursquare-netwerk, maar kan ook automatisch worden doorgestuurd naar Twitter- of Facebook-netwerk. Je kunt als bezoeker daarbij ook allerlei mededelingen doen over een locatie.

Restaurant X wordt in ieder geval onder de aandacht gebracht bij een netwerk van potentiële gasten.

Belonen

De meerwaarde van Foursquare is dat een gebruiker punten verdient met inchecken op een bepaalde locatie. Dat is het spelelement. Hoe vaker een gebruiker restaurant X bezoekt, hoe meer punten hij voor die locatie krijgt. De gebruiker die de meeste punten voor een locatie heeft kan burgemeester

'Horecaondernemers moeten online lef gaan tonen'

(mayor) worden van die plek. Bovendien krijgt iemand naarmate hij vaker bij een locatie incheckt, allerlei 'badges' die zijn hogere status benadrukken. Niet alleen gaan gebruikers daardoor soms vaker naar dezelfde locatie, ook kunnen horecaondernemers hun trouwste gasten belonen. En dat belonen is wel de grootste gastentrekker. Immers: een gratis maaltijd voor de 'burgemeester', een gratis drankje voor de top tien, korting voor alle Foursquare-gebruikers die inchecken. Tal van speciale acties zijn mogelijk. Vooral in de Verenigde Staten, maar ook in Nederland durven horecaondernemers dat al aan. Zo was Hotel Arena in Amsterdam één van de eerste in Nederland die Foursquare gebruikte als marketingtool. In augustus 2009 beloofde het hotel namelijk winnaars van een Foursquare-actie met gratis diners en een gratis overnachting. In dezelfde stad belooft café Casablanca sinds kort Foursquare-gebruikers die voor het eerst inchecken met een gratis drankje. Wie zich in de actieperiode drie keer aanmeldt, krijgt een gratis fles prosecco. Deze marketingactie wordt ook uitgebreid gemonitord; de resultaten ervan worden medio juni gepubliceerd. Ten slotte gaf fastserviceketen McDonald's onlangs aan geïnteresseerd te zijn in een partnership: gasten die dan inchecken bij één van de restaurants, ontvangen een speciale aanbieding.

Automatisch

Het mooie aan Foursquare is dat dit allemaal automatisch bijgehouden kan worden. Zo kan een horecaondernemer de zogeheten mayor-special inzetten: de mayor van een

locatie krijgt dan automatisch een melding van de actie die de horecaondernemer voor hem bedacht heeft. En er zijn meerdere kant-en-klare specials (op komst) die automatisch ingesteld kunnen worden, bijvoorbeeld een voorkeursbehandeling voor de top tien Foursquare-gasten. Bovendien kan Foursquare gebruikers automatisch een melding sturen als er tweehonderd meter verderop een speciaal dagmenu geldt (mits aangegeven door de horecaondernemer) én heeft de horecaondernemer zicht op zijn bezoekers die inchecken. Wie zijn mijn vaste gasten? Wie waren er gisteravond en hoe lang bleven ze? Waar komen ze vandaan en waar gaan ze naartoe? Dat is allemaal waardevolle informatie.

Feest.je

Ruim een maand geleden werd Feest.je (www.feest.je) opgericht. Dit is een Nederlandse variant van Foursquare. Het voordeel van Feest.je ten opzichte van Foursquare is volgens medeoprichter Aldert Greydanus dat zij veel sneller kunnen inspringen op lokale ontwikkelingen, initiatieven en evenementen. "Daarnaast kunnen we heel direct communiceren met horecaondernemers en festivalorganisatoren en een meerwaarde creëren voor alle betrokken partijen." Verder is het bij Feest.je sinds kort mogelijk om een foto te plaatsen bij het inchecken en te reageren op check-ins van anderen. "Als je bijvoorbeeld een vriendin in het buurtcafé ziet inchecken, kan je haar laten weten dat je er ook zo aan komt om het tweede drankje samen te drinken. Dit maakt het inchecken

nog leuker en zorgt voor extra sociale interactie." Ten slotte gaat het inchecken volgens Greydanus met Feest.je bijna twee keer zo snel als bij Foursquare - mits de iPhone wordt gebruikt.

Omdat Feest.je pas ruim een maand bestaat heeft het nog niet zoveel leden als Foursquare, maar ze is wel bezig met een flinke inhaalslag. Ze groeit naar eigen zeggen momenteel in Nederland harder dan Foursquare. Eind dit jaar wil ze minstens vijftigduizend leden hebben. Ook wil Feest.je later dit jaar met een systeem komen waarmee ondernemers automatisch acties kunnen aanmaken, beheren en communiceren. Zoals al wel kan bij Foursquare. Volgens Raymond Janssen, die onder andere horecaondernemers traint in het werken met sociale media, is het succes van deze 'nieuwe' sociale media moeilijk te voorspellen. "Het succes van Feest.je valt of staat bij de actie die ze naar de horeca zal ondernemen. Ze willen echt de boer op met Feest.je, hun dienst aan de man brengen. Probleem is dat Foursquare al aardig voet aan de grond begint te krijgen, dus het is de vraag of Feest.je die voorsprong snel kan inhalen." Feest.je heeft voorlopig ook alleen nog maar een iPhone-app, voor alle andere systemen moet de gebruiker uitwijken naar een mobiele website. Wat veel minder prettig in het gebruik is, aldus Janssen. "Foursquare is inmiddels op alle mobiele platformen als app te gebruiken. Maar het succes zal afhangen van horecaondernemers. Die moeten online lef gaan tonen."

> **HorecaEntree** <