

FOURSQUARE, NOUVELLE COQUELUCHE DU WEB SOCIAL

LE 16 MARS 2010 PHILIPPE MARTIN

Le réseau social basé sur la géolocalisation offre des perspectives en matière de marketing de proximité pour les commerces. Un tableau de bord de statistiques et d'analyses sera prochainement mis à leur disposition, élaboré à partir des données rentrées par les usagers.



Dans un de **mes derniers billets de l'année 2009**, je vous parlais de cette forte tendance à l'émergence d'un e-commerce bâti sur le mobile et la géolocalisation. Le petit dernier arrivé dans la cour de récréation est en train d'affoler pas mal de monde au point que de nombreux commerces entrevoient rapidement tous les bénéfices qu'ils peuvent retirer de ce service, je parle de Foursquare. Wikipédia parle de « *Hyperlocal marketing* », le copain Olivier Mermet parle de « *nouvelle carte de fidélité* » et Grégory Pouy parle d'un « *service qui associe réseau social, mobile et géolocalisation* ».

Bon j'en vois déjà certains bailler au fond de la classe de dire, encore une perte de temps. Là je dis minute et surtout quand je lis cet article du New York Times qui nous indique qu'un véritable tableau de bord de statistiques et d'analyses sera prochainement mis à disposition des commerces : « *With the new tool, businesses will be able to see a range of real-time data about Foursquare usage, including who has "checked in" to the place via Foursquare, when they arrived, the male-to-female customer ratio and which times of day are more active for certain customers. Business owners will also be able to offer instant promotions to try to engage new customers and keep current ones* ». Vous voyez ou je veux en venir ? D'un côté des efforts importants déployés pour les usagers, la partie en amont ; Foursquare a procédé deux fois de suite à des mises à jour de son application Iphone la semaine passée. De l'autre en aval, soit les commerces, des outils statistiques très puissants dont rêvent probablement depuis toujours les exploitants de bars, cafés, restos, hotels, boutiques etc.. Comme une sorte de sondage en ligne permanent en temps réel.

D'ailleurs certains ont déjà compris la nouvelle donne, entre autre Starbucks qui a mis en place un badge spécial pour ces clients, première étape d'une stratégie de fidélité, monitoring et de conversation.

Bref, si je tenais commerce pignon sur rue, je regarderai ça attentivement. Ça rejoint

d'ailleurs **mon billet précédent** : Listen = monitoring et Identify your best fans.

Pour terminer voici la présentation de Grégory Pouy. C'est quoi Foursquare

Foursquare : présentation et utilisation business

View more **presentations** from **Gregory Pouy**.

Pistes: C'est quoi Foursquare : tentative de présentation en 51 slides **chez Grégory Pouy**

Foursquare Introduces New Tools for Businesses **chez Bits NYT**

Foursquare : la nouvelle carte de fidélité ? **chez Olivier Mermet**

Foursquare and Starbucks Team Up to Offer Customer Rewards **chez Mashable**

Foursquare sur **Wikipédia**



Billet initialement publié sur N'ayez pas peur !!

Photo nanpalmero sur Flickr

***À lire aussi sur la soucoupe, ce billet de Capucine Cousin :
Foursquare : vers les (vrais) débuts du Web social mobile ?***



2 pings

[uberVU - social comments](#) le 17 mars 2010 - 1:19

Social comments and analytics for this post...

This post was mentioned on Twitter by mathemagie: [#owni] Foursquare, nouvelle coqueluche du web social <http://goo.gl/fb/zhO2...>

Fourquare, un réseau social ludique avec des possibilités Marketing | Yop Concept le 18 mars 2010 - 1:31

[...] le surnomme la « nouvelle coqueluche du Web Social », après plus d'1 mois d'utilisation, un retour sur cet outil et comment [...]

Foursquare : à quoi ça sert? « deUX ex machina le 18 mars 2010 - 15:30

[...] Un slideshare extrêmement bien réalisé de Grégory Pouy (de l'agence Nurun) pour comprendre à quoi sert Foursquare, l'un des services dont on parle de plus en plus. [...]