

Verleiden

2.0

Naar buiten allemaal! – maar neem wel je smartphone mee. Repudo verleidt ons om in de echte wereld op zoek te gaan naar virtuele objecten.

Dat biedt interessante mogelijkheden voor bedrijven die hun fans of klanten letterlijk in beweging willen krijgen. Bijvoorbeeld in de richting van de winkel.

Repudo is een toepassing waarmee je digitale objecten in de fysieke wereld kunt plaatsen. Repudo was een van de 1.250 inschrijvingen bij de Accenture Innovation Awards van dit jaar. Echte innovaties zijn *game changers*: innovaties die “de regels van het spel veranderen”, zo werd tijdens de uitreiking gesteld door Wouter Koetzier, managing director Innovation Consulting van Accenture. Dat social media een nadrukkelijke rol speelden tijdens de laatste editie van de Innovation Awards zal voor niemand een verrassing zijn.

Ook Repudo, een nog jonge startup uit begin 2011, valt in deze categorie. Repudo won de Blauwe Tulp – de juryprijs van 50.000

Accenture heeft de Innovation Awards in het leven geroepen om innovatie in Nederland op de kaart te zetten, innovatieve prestaties te belonen en hen bij elkaar te brengen ter verdere stimulatie. Volgens Wouter Koetzier, managing director Innovation Consulting van Accenture is innovatie de drijfveer voor een stevig concurrentievermogen, langetermijnresultaat en groei. Maar grote bedrijven vinden innovatie moeilijker dan bijvoorbeeld kleinere, flexibele startups.

tekst en beeld Erik Bouwer

euro – in de categorie Media, Communications & High Tech. Het is onwaarschijnlijk dat het prijzengeld het toekomstig succes als enige gaat bepalen: Repudo had in een eerder stadium al een kapitaal van 1 miljoen dollar bij elkaar gekregen via investeerders. Het bedrijf is gevestigd in Amsterdam en telt nu twaalf medewerkers.

Virtuele objecten in de echte wereld

Waar een locatiegebaseerde dienst als FourSquare zich richt op gebruikers die op een fysieke locatie inchecken

(laat weten waar je bent), gaat Re-

pudo uit van locatiegebaseerde berichten. Met de Repudo-app kan een gebruiker een virtueel object (bijvoorbeeld een tekst-, muziek- of videobestand) koppelen aan een bepaalde locatie. De gebruiker kan andere 'repudosi' de mogelijkheid geven dat object uitsluitend op die locatie op te halen met behulp van de smartphone.

In mei dit jaar telde Repudo 10.000, voornamelijk Nederlandse, gebruikers. Om de groei op dat moment verder door te zetten werd in juni de Amsterdam Pads-campagne gestart. Er werden 150 repudo's in Amsterdam 'gedropt', waarvan één een voucher was voor een iPad2 en één voor een Galaxy Tab. Na de start werd na twaalf minuten al de iPad2 gelokaliseerd en nog geen twintig minuten later de Galaxy Tab. Binnen een uur waren 124 repudos gelokaliseerd, een eerste succesvolle actie om Repudo meer naamsbekendheid te geven. Een ander voorbeeld: enige tijd terug konden Repudo-gebruikers een nummer van Jacqueline Govaert in Paradiso ophalen. Maar ook

individuele gebruikers kunnen een virtueel object achterlaten voor een andere individuele gebruiker.

Groei Lucas Tieleman, eigenaar van Repudo, ziet het aantal gebruikers met ruim 17 procent per maand groeien. Daarbij gaat het om zowel autonome groei als de groei via campagnes van bedrijven die Repudo als marketinginstrument inzetten. "We hebben geen echte doelstelling – behalve de wereld veroveren. Het is ouder-

We hebben geen echte doelstelling –

behalve de wereld veroveren



Lucas Tieleman: "Op het moment dat mensen fysiek voor je in beweging komen, gebeurt er iets anders, dan wanneer ze ergens op klikken".

wets om te stellen dat je iets maakt en dat het dan klaar is. Het is ook ouderwets om meer dan negentig dagen vooruit te kijken. In onze visie gaan digitale objecten in de echte wereld een belangrijke rol spelen in ons leven. Daar zijn tech-

Voor KLM ondersteunde Repudo een campagne rondom de werelddeals weken. Daarbij werden 7.500 repudo's in het land neergelegd. Daarvan zijn er 6.800 opgepakt binnen 48 uur. In 96 procent van de repudo's zat geen prijs, maar toch ontstaat volgens Tieleman geen sentiment dat er moeite zou zijn verspild met het ophalen van die repudo's: "Mensen springen in de auto." Niet alleen KLM is succesvol bij zo'n campagne, ook de Efteling heeft een grote fanbase die binnen een paar uur 250 repudo's oppikken. Bij wijze van spreken midden in een weiland, ook al regent het pijpenstelen. "Het is een vorm van schatzoeken, de piraat in je kan weer naar boven komen."

nologieën aan gekoppeld zoals social media, location based services en bijvoorbeeld gamification. We proberen als organisatie zo *lean* en *mean* mogelijk te blijven, zodat we zaken zo snel mogelijk kunnen aanpassen op basis van eigen ideeën of feedback."

Schaarste als vertrekpunt Repudo heeft ingezet op schaarste in een digitale omgeving. Dat lijkt tegenstrijdig in een tijd waarin we geleidelijk verzuipen in digitale data. "Schaarste heeft de toekomst, het is medebepalend voor de waarde van een dienst of product", aldus Tieleman. "In de wereld van internet en virtuele goe-

deren gebeurt iets bijzonders. Alles was daar altijd gratis, maar dat model is steeds meer aan het verdwijnen. Bedrijven gaan het monetariseren van het internet beter begrijpen. Het probleem op het web is echter dat er vrijwel geen schaarste is. Een unicum zoals de Zonnebloemen van Van Gogh bestaat in de digitale wereld niet. Bij Christies worden geen YouTube-filmpjes geveild. Op het moment dat je goederen koppelt aan specifieke locaties, creëer je schaarste." Dat idee van schaarste is ontstaan in een hangmat in Spanje, waar Repudo-medeoprichter Lex Koetzier las over een originele Superman-strip die geveild werd voor 1,5 miljoen dollar. Hoe realiseer je schaarste in de digitale wereld?

Zweet In het verleden werd door bedrijven vooral gevochten om kijkcijfers, daarna (ook) om clicks op het web, aldus Tieleman. "Repudo voegt daar iets aan toe: zweet. Op het moment dat mensen fysiek voor je in beweging komen, gebeurt er iets anders, dan wanneer ze ergens op klikken. Mensen moeten veel meer moeite doen. Dat lijkt tegendraads als je kijkt naar ons digitale leven." In dat zweet zit de liefde, aldus Tieleman en dat biedt allerlei mogelijkheden tot klantenbinding.

Tieleman denkt niet dat het fysieke aspect dat bij Repudo komt kijken geheel tegenstrijdig is aan de ontwikkelingen rondom fysiek contact en retail - dat laatste legt het volgens **Cor Molenaar** bijvoorbeeld af tegen internet. "Ik denk dat mensen graag bewegen. Er gaan steeds meer mensen naar concerten, bioscoopbezoek stijgt. Er blijft behoefte aan fysiek contact met gelijkgestemden. Van sommige instanties zullen wel-

licht de functies veranderen. Maar wanneer je de Apple Store in Londen bezoekt, zie je dat daar niet alleen maar wordt gekeken; er wordt ook gekocht.”

Eindeloze mogelijkheden in cyberspace Om mensen in beweging te krijgen hebben zij niet alleen de applicatie nodig, maar moeten de virtuele objecten of ‘data’ ook een bepaalde waarde vertegenwoordigen. Dat biedt bijvoor-

Een object dat eenmaal is opgehaald, blijft in de (groeierende) database van Repudo staan, maar objecten die niet zijn opgepikt kunnen door Repudo worden verwijderd. De kans op digitale vervuiling (waarbij we bij wijze van spreken struikelen over de virtuele objecten) is niet zo groot; een Repudo-gebruiker kan bovendien in de applicatie filteren wat hij wel of niet wil zien. Iemand die een object heeft opgepakt kan dat overigens ook weer terugleggen, al dan niet op een andere locatie. Een bestand is

Het is een vorm van schatzoeken, de piraat in je kan weer naar boven komen



Repudo
Oh, oh, Den Haag, misse staef ælder die chaires
De Schilderwijk, Leage Prins en het Plein
Oh, oh, Den Haag, ik zou met niemand willen rullen
Meteen gaan hulen, als ik zaterdag niet in Den Haag zou zijn...

Morgen ligt er een Galaxy Nexus voor het oppakken Vanaf 12u tussend
<http://www.repudo.com/campaigns/samsunggalaxyhunt>

Repudo is Samsung Galaxy Hunt
www.repudo.com

With Repudo you can drop all kinds of multimedia like a text, a photo, a video or an audio message at any location you like. Repudo is the world's first platform to handle digital objects in the real world!

Vind ik leuk · Reageren · Delen · 9 december om 19:13 · 🌐

4 personen vinden dit leuk.

Schrijf een reactie...

Repudo
<http://thenextweb.com/uk/2011/12/06/emi-bond-you-me-at-six-partners-with-location-based-gift-app-repudo-for-uk-promo/>

FMI Bond 'You Me At Six' partners with location-based gift app Repudo for UK promo
thenextweb.com

We first reported on Repudo back in October, and it's a service that allows you to place a 'gift' for another person at a specific location, with that person collecting said gift from ...

Vind ik leuk · Reageren · Delen · 6 december om 10:51 · 🌐

niet te downloaden of op te slaan – het virtuele object is gekoppeld aan je account, maar het object zelf blijft in de cloud, legt Tieleman uit: “Het gaat om de perceptie van eigendom, er is geen sprake van bezit.” Repudo’s kunnen uiteraard ook een tijdelijk bestaan hebben.

Iets verkopen of weggeven Welke mogelijkheden liggen er in cyberspace voor organisaties met intensief klantcontact? “Dat hangt natuurlijk van hun doelstelling af. Willen ze een relatie met hun klant opbouwen? Als je alleen wilt concurreren op prijs moet je ver weg blijven van social media.” Tieleman geeft wat voorbeelden: “Stel dat ik klant ben bij Ziggo, wat doet Ziggo verder voor mij? Misschien weinig. Maar wanneer ik naar de Ziggo Dome ga voor een optreden van Lady Gaga, is het wellicht leuk dat ik als klant van Ziggo exclusief een track van La Gaga kan oppikken. Misschien kan ik een film oppakken wanneer ik in de dagelijkse file sta – die

beeld mogelijkheden voor sectoren die het van content moeten hebben, zoals uitgevers van muziek, tijdschriften of boeken of de producenten van films. Volgens Tieleman komt bij deze sectoren “het geld niet meer zo maar uit de muur, maar liggen er genoeg kansen. Repudo is een mooi platform voor unieke content.”

ik thuis gratis kan afspelen, terwijl ik er anders voor had moeten betalen. Misschien een internetbundel oppakken als ik op Schiphol op het punt sta te vertrekken naar het buitenland? Of een *Lonely Planet*-app omdat ze weten waar mijn reis naar toe gaat? Er zijn veel mogelijkheden. De meeste merken gaan richting social media. Als je wilt praten met je klanten of fans, moet je dat via Twitter of Facebook doen; als je iets met content op een locatie wil doen, moet je Repudo gebruiken. Al die merken hebben iets te verkopen en dus ook wel iets weg te geven.”

Nieuwe kansen voor retail? Repudo kan dus een manier zijn om mensen fysiek naar de winkel te krijgen. Achter retail zitten vaak grote bedrijven – niet zo heel erg innovatief en beweeglijk, is de ervaring van Tieleman. Toch zijn

Zoals overal in de virtuele wereld zou ook bij Repudo schadelijke, valse of illegale content verspreid kunnen worden. Zo zullen adverteerders willen voorkomen dat derden repudo's gaan kopiëren en verspreiden – iets wat vervelend kan zijn bij acties met virtuele kortingsbonnen. “We hebben daar controle op. Het zijn virtuele objecten, je kunt ze goed ‘meten’. Repudo houdt daar zicht op en werkt met topjuristen om dit soort dingen in de gaten te houden. We voeren frequent juridische sanity checks uit.”

er wel succesvolle acties gedaan. “Met T-Mobile konden Facebook-fans digitaal hun schoen zetten in een van de T-Mobile-winkels. Vervolgens werd er door Sinterklaas iets in gedaan. Fans

moesten met hun telefoon naar de winkel om het cadeautje uit hun schoen te halen. Dan zie je dat mensen naar de winkel komen.”

Je kunt met Repudo ook klanten uit andermans winkel lokken. Zo legt online retailer Wehkamp virtuele aanbiedingen neer in De Bijenkorf. “De

Location based apps

Naast Repudo zijn er ook nog **FourSquare**, **Gowalla** en het Nederlandse **Feestje**. Bij zowel FourSquare als Gowalla blijven gecreëerde objecten bestaan, terwijl bij Repudo een item in de regel verdwijnt zodra dit opgepakt is. Ook FourSquare maakt gebruik van give-aways: check vaak in bij Starbucks en je krijgt na verloop van tijd een bon voor nog meer espresso's cadeau. Repudo lijkt op een andere app: geocaching, waarbij vooral het spelelement van zoeken en vinden van caches de hoofdrol speelt.

Begin december werd duidelijk dat het ietwat kwakkelende Gowalla is overgenomen door Facebook, zodat het sociale netwerk meer tegenwicht kan bieden aan FourSquare. Facebook heeft volgens Tieleman al aangegeven dat Gowalla ontmanteld wordt.

Bijenkorf is geen eigenaar van het virtuele onroerend goed. Dat bestaat niet – nog niet. Ik kan ook het kantoor van Sony inlopen en een plaat van de Beatles opzetten. Of in de MacDonalds een aanbieding van de Burger King neerleggen.” Daarmee wordt de kracht van Repudo duidelijk: het kan zo maar zijn dat een veelbelovende klant reageert op ‘een aanbieding’ in een winkel, maar daarbij rechtsomkeert maakt en zich naar de concurrent begeeft. &