

Mémo QR Codes

Usages promo-relationnels des QR Codes



HighCoDATA

HighCo DATA
110, avenue Galilée – BP 70392
13799 Aix en Provence Cedex 3
T. : 04 42 24 85 00
F. : 04 88 71 85 50



Mémo | Usages promo-relationnels des QR Codes

1

DEFINITION

Le code barres bi dimensionnel est un pictogramme prenant la forme de carrés et d'espaces permettant par exemple :

- d'obtenir tous types d'informations : texte, images, sons, vidéos ;
- de déclencher une action : appel vocal, envoi de SMS...

Pour accéder à ce contenu ou déclencher cette action, il est nécessaire d'équiper son téléphone mobile du lecteur adéquat.

Tous types de supports (murs, textiles, papiers...) peuvent être porteurs d'un code barres 2D ce qui permet de les rendre interactifs, offrant ainsi de nombreuses perspectives et solutions promo-relationnelles pour les marques.



2

CINEMATIQUE

1. Le consommateur lance l'application « lecteur de codes barres 2D » depuis son mobile après l'avoir téléchargée (si son mobile n'est pas équipé)
2. Il scanne le code barres 2D
3. Et accède au contenu (pages web, vidéo, carte de visite, etc.)

Mémo | Usages promo-relacionnels des QR Codes

3

CHIFFRES CLES - INFOGRAPHIE

Sources ComScore Septembre 2012
Médiamétrie Année 2012

COMBIEN ?



+ 96%

Un taux de croissance record de l'utilisation des QR codes sur Smartphone en Europe qui a doublé en 2012 vs 2011
17,4 millions de personnes par mois utilisent des QR Codes



3 Millions d'utilisateurs en moyenne / mois

En France, le taux de pénétration s'établit à 12,5% (3e du classement).
71% de croissance soit une progression de 2 points en un an.



Au restaurant

6%

En extérieur, transport

20%

Au travail

22%

En point de vente

35%

A la maison

57%

Où ?

Somme supérieure à 100% car plusieurs réponses possibles

Mémo | Usages promo-relacionnels des QR Codes

3

CHIFFRES CLES - INFOGRAPHIE

Sources ComScore Septembre 2012
Médiamétrie Année 2012

POURQUOI ?



USAGE DES QR CODES	FRANCE	EUROPE DES 5
Informations sur le produit	65,4%	71,7 %
Informations sur des évènements	32,7 %	31,8 %
Bons d'achats ou offres spéciales	20,3 %	19,4 %
Téléchargement d'application	17,5 %	13,4 %

- Près de 3/4 des scans ont donné accès à des informations de produit
- Près d'1/3 des flash ont abouti à des informations sur des évènements
- 1/5 personnes scannant un QR Code ont reçu des bons de réduction ou des offres spéciales
- Le téléchargement d'applications est plus prononcé en France qu'en Europe avec 17,5% VS 13,4%.

Sources ComScore Septembre 2012
Médiamétrie Année 2012



Mémo | Usages promo-relationnels des QR Codes

4

TESTEZ !

ENTREZ EN
CONTACT AVEC UN
CONSUMMATEUR
EN MOUVEMENT

En point de vente,
Dans la rue,
Ou à la maison



APPELEZ VOS
CONSUMMATEURS
A L'ACTION

Jeux, Informations
produits, Recettes,
Demande
d'échantillon, ...

Nombre de scans,
ventilation
géographique, Taux
de conversion en
fonction de l'action
générée par le
contenu

MESUREZ L'IMPACT
DE VOS CAMPAGNE
EN TEMPS REEL



Mémo | Usages promo-relationnels des QR Codes

5

AVOIR LES BONS CODES | Lisibilité du QR Code

Adopter la bonne taille

Respecter la taille minimale du QR Code

Le QR Code peut être imprimé en différents formats, cependant il ne doit pas être plus petit que 1,6 cm par 1,6 cm.

Ou adapter la taille à la distance de lecture du QR Code dans son environnement

La taille d'impression du QR Code dépend de la distance à laquelle le lecteur va scanner le QR Code. La taille du QR Code augmente proportionnellement à la distance à laquelle la personne scanne le QR Code.

Pour connaître la taille idéale, une formule simple peut être appliquée :

Taille du QR Code = Distance de lecture / 10

Ex : 33*33cm pour une lecture à 3m (A3)



Prévoir une zone de réserve et bannir les juxtapositions

Il est fortement recommandé de prévoir une marge d'au minimum 4 pixels. Juxtaposer 2 QR Codes côte à côte entraverait par ailleurs le scanning.

Des QR Codes customisés oui, mais aux couleurs contrastées

Personnaliser son QR Code avec des couleurs est avantageux à condition que celui-ci reste lisible !

En effet, quelles que soient les couleurs appliquées, il faut que la couleur de fond CONTRASTE avec les couleurs du QR Code. Il est recommandé de favoriser les contrastes forts : code foncé sur fond clair par exemple.

Tester avant impression et diffusion !!!

Mémo | Usages promo-relationnels des QR Codes

5

AVOIR LES BONS CODES | Accessibilité du QR Code

Le QR Code doit être Lisible par plusieurs catégories de lecteurs mais également Visible par le consommateur

Packaging, panneau publicitaire, stop rayon ... s'il faut penser au support d'impression du QR Code, il faut également prendre en compte l'environnement dans lequel ce support sera diffusé : luminosité, lieu de passage ...



Donner envie à vos consommateurs de scanner le QR Code – Jouer les initiateurs

Le grand public ne connaît pas encore très bien le fonctionnement du QR Code : “A quoi cela sert-il?”, “Comment cela fonctionne-t-il ?”, “Pourquoi devrais-je l’utiliser ?”, etc.

Il est donc nécessaire d’accompagner la diffusion du QR Code, d’un message expliquant quel est son rôle et comment le lire.

Vérifier l’accessibilité du réseau téléphonique / réseau wifi

Sans réseau téléphonique, tout le bénéfice de votre campagne de QR Code sera caduque.

Un contenu adapté au format mobile mais également à la cible pour ne pas créer la déception

- Offres promotionnelles, jeux et informations produits sont les plus plébiscités

Définir les objectifs de la campagne et choisir la cible en conséquence

- La génération Y (19 – 25 ans) jouent les initiateurs auprès de leur entourage
- Les digital mums (25-35 ans avec enfant de moins de 5 ans) sont désormais une catégorie clairement identifiée par les panélistes

Le succès du QR Code dépendra de la pertinence du mixe entre les paramètres suivants :

- Contenu
- Mode de diffusion
- Cible
- Visibilité & Accessibilité



NOS SOLUTIONS QR CODES



Générer un code barres 2D est à la portée de tous. La valeur ajoutée de HighCo Data ?
Vous donner accès aux fonctionnalités indispensables à une gestion efficace et opérationnelle de cet outil marketing.

GENERATION DU QR CODE

Format adapté au print

EPS vectorisé

Customisation

Intégration logo ou picto

Design aux couleurs de la marque



CONTRÔLE & VISIBILITE

Pilotage

Contrôle de l'URL de redirection du QR Code en temps réel

Redirection suivant l'OS

Analytics et statistiques

Extractions csv, Graphiques

Filtres par campagnes



SOLUTION PACKAGEE OU SUR MESURE : CONTENU & SUPPORTS D'EMISSION

Développement, création, intégration et hébergement du contenu du QR Code

De la simple page mobile avec formulaire d'information à l'application mobile

Création, print et logistique des supports d'émission du QR Code

Stop rayon, lettre BR, leaflets, PLV

Stockage, mise sous pli, livraison

