

بارکدهای پاسخ سریع

دروازه های موبایل برای بازاریابان بانکی

منبع: financialbrand

ترجمه: سعید امیری - واحد ارزی فردوسی

همزمان با افزایش استفاده از گوشیهای هوشمند، بازاریابان روز به روز بیشتر از بارکدهای پاسخ سریع (CODES QR) بهره می گیرند تا چشم اندازها و محتوای تبلیغاتی را برای مشتریان فراهم کنند. این بارکدها که معمولاً به شکل مربع هایی سیاه و سفید هستند، علاوه بر اینکه حاوی کدهای اطلاعاتی اند، می توانند رنگی و یا حاوی الگوها یا لوگوهای باشند که در میان یا اطراف آن تعبیه شده است.

برای دسترسی به اطلاعات بارکد های پاسخ سریع کافی است مشاهده کننده یکی از انواع نرم افزارهای کاربردی بارکد خوان را بر روی گوشی هوشمند خود بارگذاری کند(در برخی گوشیها این نرم افزار از ابتدا وجود دارد). هنگامی که فرد یک بارکد پاسخ سریع را روی پوستر، بیلبرد، تبلیغات و حتی روی محصولی مشاهده می کند. دوربین گوشی را روی آن گرفته تا نرم افزار کدهای آن را شناسایی کرده و به طور خودکار لینک مربوط به آن را باز کند که حاوی پیشنهاد، فایل تصویری یا دیگر مواردی است که بازاریاب را قادر می سازد اطلاعات یا پیشنهادات خود را فوراً و با هزینه نازلی انتشار دهد(بازاریابان خود قادرند بارکد پاسخ سریع را به طور رایگان بسازند).

خرده فروشان، بانکداران و دیگر فروشندگان به طور فزاینده ای از این ابزار بازاریابی ارزان قیمت بهره می گیرند. وال مارت، تارگت، میسی و استارباکس شرکتهایی هستند که قبلاً قدم در این عرصه نهاده و با عرضه کوپنهای تخفیف و مزایای عضو شدن، با یک اسکن به مشتریان خود از طریق این ابزار خدمات رسانی می کنند. شرکتهای هواپیمایی نیز به جای بلیط از بارکد پاسخ سریع استفاده می کنند و شرکتهای تولیدی این بارکدها را بر روی کالای خود درج می کنند تا نحوه استفاده از محصول یا ارزش تغذیه ای آن را شرح دهند. بی شک زمان نشان خواهد داد که چقدر بارکدهای پاسخ سریع می توانند موثر باشند و در آینده قادر خواهند بود تا هزاران دلار در هزینه های تبلیغاتی صرفه جویی کنند. ۶۵ درصد مشتریانی که مورد پرسش قرار گرفتند، اظهار کردند که چنین بارکدی را قبلاً دیده و آن را تا حدودی اسکن کرده اند. ۵۳ درصد این گروه گفتند که از این بارکد برای اخذ کوپن تخفیف استفاده کرده و ۵۲ درصد نیز از این بارکد برای اخذ اطلاعات اضافی بهره گرفته اند. هنگامی که از پرسش شندگان سوال شد در آینده به چه دلیل احتمال دارد به استفاده از این بارکدها علاقمند شوند، ۸۷ درصد اظهار کردند: برای اخذ کوپن یا تخفیف این کار را می کنند، در حالی که ۶۰ درصد آنان گفتند برای کسب اطلاعات بیشتر از این بارکد استفاده می کنند. ۷۲ درصد هم گفتند به خاطر یادآوری یک تبلیغ از آن استفاده می کنند که احتمالاً به خاطر جدید بودن این ابزار است.

ابزاری برای استفاده در آینده

در حالی که بسیاری از بارکدهای پاسخ سریع در اصل مثل هم هستند و در رسانه های جمعی بازاریابی مورد استفاده قرار می گیرند، این کدها همچنین می توانند فرد را به صفحه ای هدایت کنند تا پیش از آنکه به محتوا دسترسی پیدا کند، اطلاعات اضافی را در مورد محتوای مورد نظر به دست آورد. بارکد پاسخ سریع شخصی همچنین می تواند پیامهای شخصی را مستقیماً به ایمیل، پست مستقیم و دیگر کانالهای ارتباطی ارسال کند. از آنجا که بارکد پاسخ سریع منحصر بفرد و مربوط به یک مخاطب خاص است، بازاریاب قادر خواهد بود ببیند چه کسی و چه موقعی به تبلیغ او پاسخ داده است. اینگونه داده ها می توانند در پالایش بعدی اطلاعات شخصی سازی پیامهای بازاریابی و یا برای پیگیری مخاطبان هدف استفاده شوند.

دیگر مزایای بارکد پاسخ سریع

بازاریابی در هر زمان و مکان- از آنجا که هر گوشی هوشمندی می تواند رمزگشایی این کدها را انجام دهد و نرم افزار خاصی مورد نیاز نیست، پیام شما در هر جا که افراد گوشی هوشمند دارند در دسترس خواهد بود.

تغییر کانال ارتباطی- کدهای پاسخ سریع به راحتی از رسانه های جمعی یا بازاریابی چاپی به شبکه اینترنت منتقل شده و تاثیر رسانه جمعی را افزایش دهند.

ردیابی- کدهای پاسخ سریع می توانند محاسبه کنند چه تعداد افراد و در چه زمانی از این کدها استفاده می کنند. شرکتها با به کارگیری تحلیلگران می توانند به راحتی نتایج حاصل از این ابزار را بررسی کرده و بفهمند که این ابزار تا چه حد موفق عمل کرده است. اگر از بارکدهای شخصی سازی شده استفاده شود می توان از نظرات خانواده ها یا مشتریان نیز آگاه شد.

صرفه جویی در هزینه ها- به جای استفاده مداوم از تبلیغات چاپی یا ابزارهای فروش، یک بارکد پاسخ سریع می تواند مستقیماً دور نمای وسیعی از محصول ارائه داده یا مشتری را به طور پیوسته با محتوا و پیشنهادات به روز شده ای آشنا سازد.

بهبود و افزایش شهرت علامت تجاری - استفاده از این کدها باعث ارتقای تصویر ذهنی مشتریان و افزایش اعتبار نشان تجاری شما به عنوان شرکتی پیشرفته و مطابق با فن آوری های روز دنیا می شود. اگر پیشنهاد ارایه شده یا محتوای آن، خاص و منحصر بفرد باشد ، می تواند راه را برای پیشرفت باز کرده و در آینده موجب افزایش شهرت شما شود .

البته مشکلاتی نیز وجود دارد . به عنوان مثال ، هر کسی گوشی هوشمند ندارد و یا با این کدها و چگونگی اسکن آنها آشنا نیست. بنابراین، بارکدهای پاسخ سریع معمولاً با عباراتی مثل این همراه می شوند : " با استفاده از بارکد خوان گوشی خود، اسکن کنید."

چگونه بانکها می توانند از قدرت تعاملی و سرعت عمل بارکدهای پاسخ سریع بهره گیرند؟

بسیاری از بانکها در بیلبوردها و در جاهایی که از نظر فضا و مکان برای تبلیغات محدود باشد ، و یا در جایی که نیاز به ارایه اطلاعات اضافی باشد ، در حال استفاده از این کدها هستند . مثلاً BANK TD در داخل اتوبوسها تبلیغاتی برای نشان دادن آدرس شعب خود که یکشنبه ها (روز تعطیل رسمی) ساعاتی را به خدمات دهی می پردازند ، با استفاده از بارکد پاسخ سریع ارایه کرده است. کافی است بارکد را با گوشی هوشمند خود اسکن کنید تا مرورگر گوشی محل این شعبه ها را به همراه آدرس نزدیک ترین شعبه به شما نشان دهد.

BANK AXA نیز با طرحی خلاقانه و استفاده از بارکدهای پاسخ سریع بازاریابی خود را بهبود بخشیده و با استفاده از ۳۸۴۴ قوطی رنگ بر روی یک بیلبرد به تبلیغ وامهای نوسازی خود پرداخته است. وقتی فردی به اسکن این کد سه بعدی می پردازد ، به نرم افزاری وارد می شود که تبلیغ را شرح می دهد . همچنین فایلی ویدیویی نیز در یوتیوب جهت توصیف این برنامه در دسترس است.

سال گذشته ،BANA FST شعبه کلرادو ، با بهره گیری از بارکد پاسخ سریع بر روی تابلوهای اعلانات فرودگاهی به حمایت از برنامه (مفید بودن خود) پرداخت. این بانک برای مردمی که در فرودگاه منتظر هستند امکان دانلود کتابهای کلاسیک، جدول سودوکو و جدول کلمات متقاطع را فراهم می کند. این تابلوهای اعلانات حاوی دستورالعملهای واضحی در خصوص چگونگی دانلود نرم افزار بوده و برای کسانی که گوشی هوشمند ندارند نیز **URL** (نوعی ابزار آدرس دهی) فراهم کرده است.