

Студент 1 курса
факультета менеджмента и маркетинга ХНЭУ

QR-КОД – НОВЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ

Аннотація. Розглянуто QR-код як новий маркетинговий інструмент. Проаналізовані переваги та недоліки даного подання інформації, а також виділені перспективи використання QR-кода на українському ринку.

Анотация. Рассмотрено QR-код как новый маркетинговый инструмент. Проанализовано преимущества та недостатки данного представления информации, а также выделены перспективы использования QR-кода на украинском рынке.

Annotation. This paper studies QR-code as a new marketing tool. The advantages and disadvantages of this presentation of information have been analyzed, as well as the prospects for the use of QR-code on the Ukrainian market have been market out.

Ключевые слова: QR-код, маркетинговая деятельность, потребитель, смартфон, Интернет.

Человечество продолжает заниматься улучшением своей жизни путем внедрения в нее различных новейших технологий. Как известно, родиной большого количества know-how является Япония. Вот и еще одно изобретение, с успехом завоевывающее украинское пространство. На этот раз речь пойдет о кодировании информации. Анализируя современные тенденции и методы привлечения потребителей, было выявлено, что матричные квадратики на упаковках товаров, визитках и рекламных плакатах уже успели завоевать огромное количество поклонников [1]. Наиболее любознательные потребители сразу же выяснили, как это работает.

Цель работы – анализ современного состояния и перспектив развития данного изобретения на рынке Украины.

Как показала практика, QR-коды, они же Quick Response или "быстрый отклик", значительно упрощают возможность различным фирмам и брендам контактировать с потребителями, а последним – быстро и эффективно получать необходимые данные. Они позволяют зашифровывать огромный объем важной информации в маленький квадрат, который автоматически может быть расшифрован с помощью мобильного устройства, благодаря этому QR-код превращается в сильный маркетинговый инструмент [2]. Анализируя основные свойства и возможности данного кода, можно выявить ряд особенностей. Например, был выяснен максимальный объем информации, который он может содержать. Максимальное количество символов, которые помещаются в один QR-код [3]:

цифры – 7 089;

цифры и буквы – 4 296;

иероглифы – 1 817.

Помимо возможности сохранять большое количество информации, QR-код имеет и другие достоинства. Основными из них являются легкость доступа и быстрота действия. Расшифровка значительной информации занимает очень мало времени (меньше минуты), тем не менее гарантирует круглосуточную связь с потребителем [4; 5]. Как показало исследование, проведенное компанией comScore в 2011 году, 20 млн жителей США использовали мобильные телефоны для сканирования QR-кодов. В Японии подобные коды наносятся практически на все товары, продающиеся в магазинах, их размещают в рекламных буклетах и справочниках. Ведущие японские операторы мобильной связи совместно выпускают под своим брендом мобильные телефоны со встроенной поддержкой распознавания QR-кода.

Данное изобретение с удовольствием осваивают бренды и на украинском рынке. Во время проведения EURO-2012 на всех упаковках конфет "Світоч" появился QR-код, который ведет на официальный сайт и рассказывает туристам о Львове и его шоколадных заведениях. Сладкие места города можно было искать по карте, читать информацию о них и слушать их голосовое описание. За время футбольного чемпионата количество активных пользователей приложения Lviv Places составило 2 000. Большинство этих пользователей воспользовались и "шоколадным туром". А количество новых посетителей мобильного сайта повысилось более чем на 40 %.

Постепенно этот код внедряется в нашу повседневную жизнь. Например, теперь в банкоматах ПриватБанка можно снимать наличные с его помощью. Бесплатное приложение "Кошелек24" от ПриватБанка дает возможность снятия наличных из банкоматов с любой карты по QR-коду. Чтобы снять деньги с его помощью, нужно активировать приложение, ввести номер карты и поднести смартфон к экрану банкомата. Так же данное приложение дает возможность расплачиваться в реальных или Интернет-магазинах.

В современном мире, где основа всего "Время – деньги", данное новшество просто незаменимо. Благодаря этому коду компания вступает во взаимодействие с потребителем и значительно упрощает пользование брендом: переходя по "защитым" ссылкам, можно без труда быстро оформить заказ товара, зарегистрироваться, получить дисконт, принять участие в акции и совершить оплату. Как функционирует QR-шopping? Очень жаль, но в Украине QR-шopping только зарождается и то только в молодых проектах. Все потому, что украинцы только начинают постигать тонкости работы со смартфонами. Так как же все-таки это работает?

Вместо обычной листовки с меню вы можете создать витрину для смартфона. Все что для этого нужно – это разместить картинку товара и создать QR-код со ссылкой на соответствующий товар в Интернет-магазине или

каталоге. Клиент, получивший флаер, может посмотреть на витрину, навести свой телефон на нужный товар, и без лишних слов заказать [6]. Весь процесс занимает около 2-х шагов:

Клиент сканирует QR-код и переходит на мобильную версию сайта.

На экране появляется фотография выбранного товара и дополнительные опции: "Оформить заказ", "Добавить еще товар".

Кнопка "Оформить заказ" открывает форму доставки и вариант оплаты. Кнопка "Добавить еще товар" открывает каталог или дополнительные товары.

Пользователь заполняет форму, выбирает на карте свое место расположения для удобства курьера и отправляет запрос.

Ярким примером такого шоппинга может послужить Корея. QR-коды экономят время местных жителей путем быстрого онлайн-заказа: в корейском метро установлены виртуальные витрины супермаркета. Считывая коды, можно заказать продукты с помощью мобильного устройства и получить их курьерской доставкой. Данное изобретение не только экономит время, но и значительно упрощает жизнь. Тем не менее это устройство не остается лишь электронным интерфейсом. Художники всего мира подхватили новую идею оригинально украшать QR-коды. Теперь сам только его вид может о многом рассказать. Следовательно, QR-код дает возможность развития во все многих и многих сферах.

В заключение можно сказать, что в скором времени без сомнения мы будем свидетелями роста нового мощного маркетингового канала в лице точечных квадратиков. Однако существует один существенный момент, который препятствует развитию их популярности – это низкая известность. Решение этой проблемы лежит в популяризации данного кода путем разъяснения правил использования этих кодов и доказательств на практике полезности и необходимости такого инструмента. Ведь в действительности он и правда облегчает жизнь потребителя.

Научн. рук. Затхей В. А.

Литература: 1. Защита персональных данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://foxtools.ru/QR>. 2. Аакер Д. А. Стратегия управления портфелем брендов / Д. А. Аакер. – М. : Эксмо, 2008. – 320 с. 3. Защита персональных данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/QR-код>. 4. Защита персональных данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.contenton.ru/>. 5. Защита персональных данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://justnotes.ru/>. 6. Защита персональных данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://qrcodes.com.ua/>.