

QR 2.0

27-10-2011 14:58

Het gebruik hiervan is ook verschillend maar de essentie is dat deze QR codes de lezer/kijker moeten verleiden de QR code te scannen met de smartphone, waarmee deze automatisch via mobiel internet naar een bepaalde webpagina wordt geleid.

De kracht is duidelijk: het gedrukte medium, met behulp van de smartphone, interactief maken en interactie met de gebruiker starten, idealiter met daaraan gekoppeld transacties. Met name bij adverteerders zie je dat deze technologie meer en meer wordt toegepast om met de lezer direct in contact te komen.

Helaas voor de uitgever vindt dit volledig buiten haar gezichtsveld om plaats. De QR code wordt door de adverteerder zelf ingebracht en als cPDF aanleverd. De uitgever heeft dus geen zicht op het gebruik hiervan en mist daarmee additionele profielinformatie van haar lezers. Hierbij moet je denken aan informatie over het clickgedrag zoals o.a. tijdstip, lokatie, type mobiel. Extra informatie die voor marketeers zeer waardevol is en ook gebruikt kan worden door uitgevers als extra service aan haar adverteerders. Een bijkomend effect van het gebruik van QR codes is dat de advertentie er mijns inziens niet mooier van wordt. De barcode leidt af en verstoort het beeld/imago dat men wil overdragen met een advertentie.

Hoe zou het zijn als uitgevers dezelfde functionaliteit kunnen bieden als QR codes, maar met de mogelijkheid de gebruiksgegevens te kunnen integreren in hun marketingprocessen? En hoe zou het voor de adverteerder zijn om haar uiting, zonder gebruik te maken van de "lelijke" QR codes, toch dezelfde interactieve mogelijkheden mee te geven?

QR 2.0 - Digitale watermerken, onzichtbaar opgenomen in het beeld materiaal, zoals bijvoorbeeld met behulp van Clic2C maken dit mogelijk. QR functionaliteit, met standaard additionele analyse mogelijkheden, en niet storend op de pagina cq advertentie. Niet alleen voor adverteerders, ook te gebruiken ter ondersteuning van de redactionele kant, waarbij lezers extra achtergrond- en verrijkinginformatie kan worden geboden (bijv video) via de smartphone.

David Huijzer