

Alessandra Cimatti*

I codici QR: come utilizzarli nel florovivaismo



I codici QR sono una nuova generazione di codici a barre, indirizzati agli utenti dotati di smartphone, in grado di fornire tutta una serie di informazioni sul prodotto e sull'azienda, tramite collegamento ad internet. Il potenziale di questa nuova tecnologia è enorme. In questo articolo esamineremo di cosa si tratta e delle possibili applicazioni.

I Codici QR (QR Code in inglese) sono lo strumento più efficace per consentire ai clienti l'accesso ad una quantità considerevole di informazioni multimediali sui prodotti e sulle aziende, e sono attualmente considerati una delle tecnologie più promettenti per fare marketing verso l'utenza mobile.

L'utilizzo dei codici QR sta crescendo rapidamente in tutti i settori merceologici, anche se non fanno ancora parte delle abitudini dei consumatori. In ogni caso, c'è da giurare che in un futuro non troppo lontano saranno uno strumento utile per catturare l'attenzione di operatori e amanti del verde, siano essi giovani o meno giovani, purché al passo con le nuove tecnologie.

Cosa sono e a cosa servono

I codici QR sono quei piccoli disegni formati da mosaici di quadratini sparsi bianchi e neri, che si vedono un po' ovunque. Se vi siete chiesti cosa sono e a cosa servono, eccovi qualche risposta.

QR è l'acronimo inglese di Quick Response, ovvero Risposta Rapida, ed è una nuova generazione di codici a barre, indirizzati agli utenti mobili dotati di smartphone. I codici QR sono stati inventati nel 1994 in Giappone dalla compagnia Denso-Wave allo scopo di tracciare i pezzi di automobili nelle fabbriche della Toyota. A differenza dei classici codici a barre che siamo abituati a vedere sui prodotti, che sono a una dimensione e rappresentano una serie di numeri, i codici QR sono bidimensionali (per questo vengono detti anche codici 2D) e racchiudono al loro interno la codifica di informazioni generalmente legate ad internet. Possono memorizzare fino a un massimo di 4.296 caratteri alfanumerici o 7.089 caratteri numerici.

L'esempio più classico è un codice QR abbinato a un sito internet, magari a una pagina internet specifica per un prodotto o una campagna pubblicitaria. Invece di scrivere l'URL (cioè l'indirizzo della pagina internet) per esteso sulla pubblicità, e aspettarsi che la

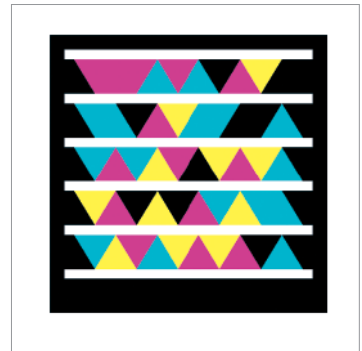
*Consulente, esperta di internet marketing
www.slidecoaching.com



Codice QR



Codice Datamatrix



Tag Microsoft

Esempi di codici 2D che consentono il collegamento a un videopodcast sulle novità varietali del Navigatore Varietale. Per leggere il codice QR con il vostro smartphone, seguite le indicazioni contenute nell'articolo. Per leggere gli altri, procuratevi un lettore appropriato per il vostro smartphone

persona interessata lo annoti da qualche parte e poi lo vada a visitare, tramite i codici QR si potrà far vedere immediatamente alla persona interessata il contenuto sul suo smartphone: è sufficiente inquadrare con l'obiettivo il codice QR ed essere collegati ad internet.

Come si creano

La creazione di un codice QR è facile e gratuita. Ci sono vari siti internet che consentono di creare codici QR e di salvare l'immagine per i propri utilizzi.

I codici QR sono uno standard ISO (ISO/IEC 18004:2006). Questo aiuterà l'adozione in tutto il mondo. Ma ci sono dei codici 2D alternativi e concorrenti:

- ▶ Microsoft ha sviluppato Microsoft Tag. Triangoli colorati invece che quadratini bianco e nero. Questi Tag non codificano l'informazione ma contengono solo un identificatore che manda ai server della Microsoft per le altre informazioni. In Italia la città di Torino usa i Tag Microsoft per identificare le attrazioni turistiche principali.
- ▶ In Francia c'è il Flashcode, sistema proprietario dei tre principali operatori di telefonia in Francia. Questo è un sistema che funziona solo in Francia e la creazione dei codici è a pagamento.

- ▶ Datamatrix: è il tipo di codice utilizzato anche dalle Poste Italiane per la tracciabilità delle spedizioni. Sebbene si tratti di uno standard libero, non ci sono documenti gratuiti che spiegano il processo di codifica.

Come si utilizzano

Per leggerli ci vuole un apparato che possa riprendere tutto il codice, ovvero una fotocamera digitale dotata di un'apposita applicazione per leggere i codici QR (spesso gratuita). Questo è possibile sugli smartphone in vendita oggi, per esempio iPhone di Apple, Blackberry, Nokia e quelli basati su Android. Per trovare un'applicazione compatibile col proprio cellulare prendete il vostro smartphone, digitate il link <http://get.w-s.it> e una volta caricata la pagina selezionate il modello del vostro cellulare, scaricate l'applicazione e installatela.

Quale valore aggiunto

I Codici QR permettono di codificare un considerevole numero di caratteri alfanumerici e di leggerli rapidamente e facilmente. Vi sono tanti modi di utilizzare un codice QR da parte delle aziende. In genere, il visitatore o cliente potenziale può essere indirizzato - tramite internet - a tutta una serie di contenuti multimediali, collegandolo ad esempio:

- ▶ alla homepage dell'azienda o a una pagina



Publicità di un vino (a sinistra) e particolare del codice QR inserito (sopra)

precisa di un sito che presenta il prodotto (per esempio una nuova varietà), piuttosto che una serie di eventi collegati al prodotto (per esempio le giornate “porte aperte”, articoli di riviste specializzate che parlano di quel prodotto, informazioni sulla sua provenienza ...) o che propone dei suggerimenti sul suo utilizzo, anche tramite immagini, video-podcast o filmati;

- ▶ a una guida on-line contenente la pagina della vostra azienda o del vostro garden, in modo che l'utilizzatore possa geolocalizzarvi e raggiungervi facilmente (è questo un esempio di applicazione del marketing localizzato);
- ▶ a un video che presenta la vostra azienda, la sua missione e i valori in cui crede (sviluppo sostenibile, responsabilità sociale, ecc.);
- ▶ alla registrazione dei dati di contatto (biglietto da visita) dell'azienda nella rubrica dello smartphone;
- ▶ per l'invio di SMS o e-mail.

In un garden, i Codici QR potrebbero permettere ai consumatori di accedere a conte-

nuti legati a prodotti o servizi che si trovano all'interno del garden stesso, sviluppando in tal modo delle vendite complementari, per esempio presentando altri articoli della stessa gamma o comunque legati a quel prodotto, piuttosto che tutta una serie di servizi (altre piante che ben si abbinano in composizione, concimi, vasi, servizi di trasporto e consegna, piantagione ...). Il tutto direttamente, senza intermediari e senza essere invadenti, nell'ottica del self-service. Infatti, il potenziale cliente accede direttamente alle informazioni senza attendere l'assistenza di un venditore, magari non disponibile in quel momento o con poche conoscenze in materia.

Altri obiettivi che un'azienda può perseguire tramite l'utilizzo appropriato dei codici 2D sono:

- ▶ la fidelizzazione dei clienti esistenti;
- ▶ la ricerca e la conquista di nuovi clienti e di nuove tipologie di clienti;
- ▶ la possibilità di rendere più chiaro e visibile il proprio marchio, migliorando l'immagine.

Non si deve però assolutamente dimenticare che il prerequisito affinché la comunicazione basata sui codici QR sia efficace, è la presenza delle informazioni su internet, meglio su internet mobile; il sito dovrà essere continuamente aggiornato e i contenuti dovranno essere predisposti per la navigazione efficace tramite dispositivo mobile. È quindi necessario ottimizz-



Codice QR su piante aromatiche in vaso della Aeffe di Albenga. Sotto: cartello in un garden che potrebbe essere valorizzato con l'inserimento di un codice QR



zare il proprio sito (o il sito al quale rimandare con il codice QR) per la navigazione con questi dispositivi. Non serve a niente mandare i consumatori su un sito con una visualizzazione da personal computer, con caratteri piccolissimi e difficili da leggere su uno smartphone (perché non formattato per questi dispositivi mobili con display molto piccolo), piuttosto che su un

video o su contenuti in formati non supportati da alcuni smartphone (per esempio, i siti molti grafici fatti con il software Adobe Flash non sono visualizzabili su Apple iPhone).

Per esempio, l'Aeffe Floricoltura di Albenga, specializzata in produzione e commercio di piante ornamentali e "bio aromatiche" ha lanciato l'utilizzo dei codici QR all'IPM di Essen 2011 mettendoli sui vasi delle proprie erbe aromatiche. Inquadrando questi codici con uno smartphone ci si può connettere online e accedere a un elenco di ricette a base di erbe aromatiche.

Il sito di destinazione www.piusapore.com è progettato per un accesso ottimale sia da pc che da smartphone.

L'utilizzo di Codici QR sul punto vendita permette di avvicinare anche la clientela più giovane che, normalmente, non è attirata dalle piante e di consigliare il cliente senza essere limitati dalla superficie del cartello. I dati supportano questa tecnica di marketing. Il 58% dei garden center pensa che offrire più informazioni sulle piante e sul modo di coltivarle sia un elemento molto importante per il futuro dell'attività. Lo stesso dicono il 38% dei plant center (Fonte: elaborazione GreenLine su dati SWG). Combinando questi dati con altri che indicano che l'Italia è tra i primi 3 paesi al mondo nell'utilizzo di barcode mobili (Fonte: 3GVision, gennaio 2011) si ha un'indicazione di quanto potenziale ci sia nell'adottare questa nuova tecnologia.

Un'ultima considerazione: avete mai pensato di utilizzare il tracking di Google Analytics (vedi art. di pag 24 pubblicato sul n. di febbraio 2010 di Clamer informa) per verificare l'efficacia di una vostra campagna pubblicitaria offline? Ovviamente no, perché non è possibile; ma è possibile analizzare il traffico proveniente da uno specifico codice QR, questo sì, e ci permetterebbe di avere un'informazione che fino ad oggi non potevamo sapere: chi naviga sul sito a seguito di un investimento pubblicitario offline. Infine, pensate se in un prossimo futuro, il tutto venisse integrato con la geolocalizzazione? Sapreste anche da dove è stato "cliccato" un codice.