

3 façons innovantes d'utiliser les codes QR

Gabriela Alway | Ariva | Marketing Coordinator

Pas une seule tendance n'a connu autant de hausses pendant la pandémie que les codes QR. Autrefois un sujet comique, les codes QR sont sortis des profondeurs inexploitées de la boîte à outils marketing et ont fait leur chemin...

Pas une seule tendance n'a connu autant de hausses pendant la pandémie que les codes QR. Autrefois un sujet comique, les codes QR sont sortis des profondeurs inexploitées de la boîte à outils marketing et ont fait leur chemin au premier plan des stratégies commerciales modernes pour beaucoup de gens. Qu'il soit utilisé par une entreprise, un consommateur ou un particulier, la valeur du code QR a été appréciée et acceptée en raison de sa facilité d'utilisation et de sa commodité. Peut-être avez-vous été initié à cette technologie via votre certificat de vaccination, ou le nouveau menu numérique de votre restaurant préféré, ou même lorsque vous avez reçu votre carte d'embarquement dans votre courriel. Quoi qu'il en soit, à ce jour, pratiquement tout le monde a été exposé à un code QR et connaît son utilisation. En tant que créatif, vous devriez envisager d'exploiter sur la tendance pour offrir une meilleure expérience client en 2022. Explorons quelques façons innovantes d'intégrer des codes QR dans vos projets.

1. Comblers les lacunes

Votre client reçoit un produit emballé dans le cadre d'une nouvelle campagne de votre marque. À côté de la marque magnifiquement coordonnée sur le côté de la boîte se trouve un code QR qui mène à votre site Web, où le client peut voir la collection complète de produits, des informations supplémentaires sur les matériaux utilisés, la campagne et vos canaux de médias sociaux en quelques instants. Le client ne reçoit pas seulement un produit tangible, mais acquiert également une impression plus globale de la marque et développe un rapport plus profond avec elle. Si c'est fait correctement, c'est une façon de créer une fidélité à la marque et un plaidoyer.

2. Valeur ajoutée

Le client ouvre la boîte pour voir le produit emballé dans du papier. Au-dessus du produit se trouve une note de remerciement avec un autre code QR dessus, mais cette fois c'est un cadeau avec achat. Ce code mène à un PDF détaillant diverses façons astucieuses pour le client d'utiliser le produit qu'il a reçu; dont certaines qu'il n'a peut-être pas pensées. Le client gagne une valeur supplémentaire avec son achat et se retrouve avec un plus grand sentiment de satisfaction de la transaction. Un cadeau avec achat est un exemple de valeur ajoutée, mais il en existe bien d'autres.

3. Attestation

La boîte et le produit reçus sont tous deux neutres en carbone et vérifiés par un tiers. À l'intérieur de la boîte et au dos du produit se trouvent deux codes QR distincts qui mènent à leurs certificats PDF de compensation de carbone vérifiable respectif. Le client est rassuré que la marque contribue à sa part pour être écoresponsable. Lorsque vous choisissez l'option de neutralité carbone pour vos projets, Ariva vous fournira un certificat de neutralité carbone partageable que vous pourrez intégrer à votre document imprimé à l'aide d'un code QR.

Bien qu'il ne soit ni pratique ni conseiller d'utiliser autant de codes QR à la fois, cet exemple de cas était simplement destiné à être considéré comme cela - un exemple. Les possibilités, cependant, sont infinies. Je le vois comme un moyen d'aider votre client à se rendre rapidement du point A au point B. En tant que tel, je pourrais utiliser un code pour une inscription à un bulletin d'informations, un abonnement, un rendez-vous, un lien vers la page de contact et bien d'autres.