

如何利用QR-Code 進行企業行銷

文◎ARTag- Julius Chen

在談到如何利用 QR Code 讓企業完成有效的行銷活動前，我想先聊一下行銷和其他傳統方法的關係，相信這可以讓讀者更容易了解 QR Code 在行銷的便利性和其投資報酬率。

行銷大師 Philip Kotler 認為所有行銷的核心在於交換 (exchange)，行銷在本質上並不只單純提供產品或是服務，而是創造買賣雙方在供需交換過程中所帶來的利潤。

而行銷方式的演進也從以產品製造為本，轉換到以消費者需求為主；行銷的手法和工具也從以前的平面媒體（報紙、雜誌、海報、大型看板等），新增至網路行銷（電子報、部落格及最近非常流行的社群行銷和手機行銷），但不論科技或技術如何演進，行銷的目的仍保持不變，每個企業或廣告主莫不在持續尋找一種新的工具，可以有效的將其行銷資源進行串連，讓行銷效益最大化。

行銷任意門QR Code

QR Code 是什麼呢？比較容易接受的比喻應是 [QR Code= 一扇門]，雖然有些人覺得那只是一時的流行，很快就會消失；有些人則持相反意見。但不論如何，QR Code 已開始在你我的環境中出現！在包裝盒、電影海報、DM、優惠卷等各種工具中已無所不在。而目前市場上很少有公司能告訴你 QR Code 行銷所產生的具體量化效益，但透過 QR Code 這扇門，企業和終端消費者的確可以進行更有效的溝通。

目前最大的問題是該如何才能發揮及

驗證 QR Code 的行銷價值，企業和廣告商到底該如何做，才能達到計劃效果，這就是這次所想討論及提出一些重要的 QR Code 行銷成功關鍵！

第一點：清楚定義出你所要傳達的目標

首先要了解的是，QR Code 和所有媒體一樣，都只是一種行銷工具，只是 QR Code 有特定在行動裝置上使用的優勢，但切記，沒有使用者會願意去操作複雜而花時間的動作！當企業想藉著 QR Code 去傳達訊息時，是否提供簡單直覺的目標，是決定該活動成功與否的重要關鍵！

想要得到使用者的回饋，就要清楚的定義目標，唯有清楚的目標，才能實現行銷活動成功的第一步。想給使用者觀賞影片、電郵地址、到訪公司網站、提供優惠卷、參與社群媒體？或者是運用 QR Code 來突顯企業精神？



▲把企業的LOGO結合QR Code，當使用者連結後會連至官網，其所強調的就是突顯企業設計精神。

第二點：客製化符合該行銷活動主題的QR Code

接下來，你所要做的是委託專業的設計公

司來製作一個好的 QR Code，而不是用一般的條碼產生器來做出一個單調的黑白方塊，一個好的 QR Code 不光只是以圖象設計來表達及強調重點，還會同時顧及 QR Code 的品質和易讀性。並不是將企業 LOGO 放進 QR Code 就是強調企業精神，「置入和融合」是完全不同的設計方式，一個好的設計將決定該 QR Code 是否有一體感，能否吸引目光，如果無法在第一時間吸引使用者的眼光，那所有的努力將是徒勞無功。

如果成功的吸引了目光，拿起手機卻發現讀不出來，那更是個大問題！許多設計人員爲了視覺效果，卻忽略了測試其品質。QR Code 和一般條碼一樣，也有公定的品質檢測方法，但一般最方便的檢測可用不同品牌不同型號的手機，安裝各式掃描軟體進行交叉測試即可。

最後千萬不可忘了實際的印面材質和大小，在電腦上和列印出來的結果是不一樣的。如果是要印在名片上，更是要進行打樣測試，材質和太小的面積對掃描的影響非常大。另外在設計時是否有留足夠的安全區？太小的白色安全框會造成軟體對 QR Code 的定位不易。



▲此二 QR Code 在複雜度和設計感中取得很好平衡，軟體也可順利掃描。

第三點：創造動機，提供獎勵

曾看到許多 QR Code 都只是單純的提供企業網站連結，當使用者連進去後，並沒有特別安排的目的，這其實是很典型的失敗

案例，沒有辦法創造使用者的動機就無法吸引更進一步的購買或參與行爲，反而會失去使用者的興趣。在此分享一個很成功的案例，大家可以更明白「提供獎勵，創造動機」的意義。

大家應該都有看過在便利商店常有飲料上印有 QR Code，企業主要是要提供掃描並參加尋寶活動，但是當使用者掃描之後，也參加了活動，卻要在一段時間才會開獎，這多多少少會影響使用者的參與度。另間企業則是決定採用「即時開獎」的方式，二者相比之下，身爲使用者應會對後者有較大的興趣。在此雖然與 QR Code 技術無直接關係，但這個例子也說明了，如要即時創造使用者的動機並得到回饋，QR Code 是活動中的重要角色。

第四點：驗證 QR Code 的可視別度及設計標語

一個成功的 QR Code，最重要的就是在第一時間可以讓使用者清楚的了解到，掃了這 QR Code 能得到什麼，一般使用者不會去仔細閱讀其下的說明文字，如果能在 QR Code 旁加上簡短有力的標語，將會讓使用者對於此 QR Code 有明確的了解，標語再加上客製化的 QR Code，將會吸引 95% 以上的使用者去掃描。做爲一個企業主或是廣告行銷公司，吸引使用者目光並促使其行動應是最重要的一環。



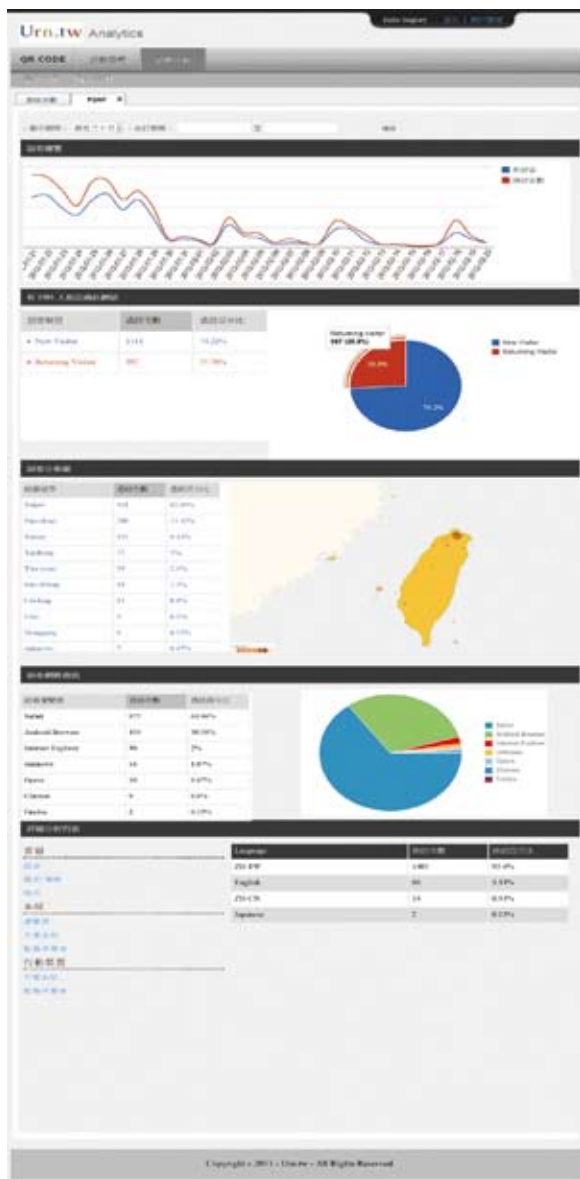
▲圖中爲一般市面上常見的付費或免費 QR Code 掃描軟體，一般建議都要測試 5~6 種軟體以上，並搭配不同手機和尺寸來做交叉測試，以驗證設計後 QR Code 的可讀性。

第五點：量測QR Code的市場掃描率

當一個精心策畫的 QR Code 行銷活動準備上檔前，還有最重要的一件事千萬別忘記了，那就是一定要替所有發佈出去的 QR Code 做好量測的準備！什麼是量測呢？簡單的說就是你需要有一個系統能夠即時的收集到你的 QR Code 被掃描了多少次、在什麼時間掃的、在什麼地點掃的、重覆訪客數為何、用什麼行動裝置及瀏覽器等，有很

多重要的營銷資訊都可以藉此合理的收集到，而不會讓使用者有任何的不舒服或不方便的感覺。

一個有效率且可靠的分析系統，可以讓市調節省許多人力，也可大幅豐富該活動成效的種種數據，這種觀念和網路上的點擊率統計分析類似，但一般平面或戶外媒體並無法有效去評估其 KPI。藉由 QR Code 便可以很容易的去量化該活動的成效。



▲系統可以分析出來如圖中的使用者掃描統計分析圖。

第六點：根據統計分析結果做相對應之調整

有了上述的資料統計分析數據在手上，企業應謹慎的去評估，因為這些資料的背後所代表的就是使用者的接受程度和使用習慣，企業或者是廣告主應針對這些數據，做出相對應、即時的廣告行銷策略調整，以求得行銷效益的最大化。

藉由這種即時的資訊分析看版，可以很容易的將手邊的行銷資訊放在對的位置，有一個重點是完全不會變的，就是行銷的方向必需永遠跟著使用者的需求走，當使用者已不再對該活動感興趣，企業可以即時得知並且做相對調整，以符合消費者的心態。而要達成這個目標，就是要依賴一套穩定且可靠的即時分析系統。

QR Code 只是一種對於行動裝置和後端資訊的工具，如何利用它去達成具有行銷價值的活動或宣傳並不困難，只要確實按照上面所提的幾個重點去執行即可。當然，並不是所有的事都需要親力親為，在某些專業的部份，可以交給專門的設計執行公司，讓企業主或是廣告商可以專心於行銷，設計、驗證、資料統計分析等工作可選擇合適的公司來委託處理，相信這模式肯定可以快速的讓企業中的營銷活動順利且快速的成功進行。



資料來源：思康系統股份有限公司