



'QR-code, wa is da?'

Ook in de boomkwekerijsector komt de quick response-code steeds vaker in beeld

Tien tot vijftien jaar geleden hadden nog maar weinigen internet. Op dit moment zit bijna niemand meer zonder. Internet gebruiken we privé voor onze bankzaken, we kopen artikelen op internet, boeken vakanties en houden elkaar op de hoogte via de sociale media. Omdat het internet zo'n grote invloed heeft op ons leven, ontwikkelen bedrijven bijna dagelijks nieuwe functionaliteiten om ons leven nog eenvoudiger te maken. Een van de ontwikkelingen die gebruikmaken van het internet en die voor commerciële doeleinden gebruikt kunnen worden is de QR-code.

Auteur: Remco Verhaar

Wat is een QR-code?

De QR-code is niet de nieuwste internetontwikkeling, maar wel een die door de toename van het gebruik van smartphones en tablets nu snel opkomt. Maar wat is het precies? Laten we het simpel houden. Het is een afbeelding in zwart-wit - een streepjescode zoals ook een barcode - en het is de opslag van gecodeerde informatie. Men kan er lang naar kijken als kunstvorm, maar er echt iets in zien gebeurt pas als de code wordt gescand. Dit scannen kunnen we zelf als we beschikken over een smartphone met de juiste software/app. Het scannen gebeurt heel simpel door de camera op de QR-code te richten. Zodra de codering voldoende in beeld is, wordt de QR-code 'gelezen' en wordt de informatie achter de code getoond. Niet alleen smartphones, ook de tablets van tegenwoordig, zoals iPad, kunnen de QR-code scannen. De software of app is vaak al voorgeïnstalleerd of kan heel simpel worden gedownload. QR staat voor quick response en is de uitvinding van een dochterbedrijf van Toyota. De QR-code bestaat sinds 1999 en wordt steeds

vaker gebruikt doordat er simpelweg steeds meer smartphones worden gebruikt. In Nederland is 52% van de mobiele telefoons een smartphone. Een halfjaar geleden was dit nog 33%. De markt van de tablets groeit ook nog iedere dag spectaculair, maar de consument neemt deze grotere tablets nog lang niet altijd mee naar de winkel of de boomkwekerij. Mede hierdoor geldt de consument met een smartphone als de doelgroep voor de QR-code-eigenaar. Ook de tableteigenaar behoort tot de doelgroep, maar dan moet de QR-code wel daar gevonden worden waar de consument zich met zijn tablet bevindt, zoals thuis, op het werk of in de auto.

Waarom een QR-code?

QR, ofwel quick response, houdt in dat de code snel een boodschap kan overbrengen van de eigenaar van de code naar degene die scant. Onderstaand ziet u informatie die van QR-eigenaar naar scanner kan worden overgedragen. Uiteindelijk is communicatie in twee richtingen mogelijk.

- Aanroepen van afbeeldingen vanuit een website of app-store
- e-mailadres
- leesbare tekst
- sms
- telefoonnummer

Hoe werkt het dan? U als eigenaar van de QR-code heeft een boodschap en communiceert dit middels een tekst, afbeelding of zelfs video-filmpjes. Die boodschap gaat door middel van de code naar de consument/scanner. Communicatie in de andere richting wordt mogelijk gemaakt doordat de scanner direct in contact kan komen met u als eigenaar van de code. De scanner kan u vervolgens sms'en, mailen of direct bellen.

Wat heeft u of uw klant aan een QR-code?

Stel u heeft een boomkwekerij en bent op zaterdag geopend voor de particuliere consument. Als het onverwacht druk wordt, kunt u te maken krijgen met een tekort aan personeel. Heeft u iedere boomsoort voorzien van een QR-code en heeft u alle bijzonderheden van de betreffende boom

keurig op uw website geplaatst, dan kan de scannde consument zelf alle bijzonderheden direct lezen. Hij maakt namelijk rechtstreeks contact met de websitepagina waarop de informatie over de boom is vermeld. Niemand hoeft de klant met zijn vraag te helpen. Bovendien is de informatie altijd dezelfde, dus u hoeft geen verkopers op te leiden. Vermeldt u op de website meteen ook de prijzen erbij, dan hoeft u prijswijzigingen alleen maar op uw eigen website door te voeren.

Een andere optie is dat een vraag van een klant direct telefonisch aan de informatiebalie kan worden gesteld. Men hoeft dan niet te zoeken naar een medewerker. De code wordt gescand en het telefoonnummer van de informatiebalie komt in beeld. Dit scheelt u en de consument veel onnodig loopwerk.

Zo zijn er nog tal van toepassingen te bedenken. De kracht van de directe communicatie kan volledig worden benut en tweerichtingsverkeer is mogelijk. Met de QR-code kunt u ook communiceren met mensen die elders verblijven. Als code-eigenaar zorgt u dat u wordt gevonden in een tijdschrift, krant of folder. Ook onderweg kunt u de QR-code tonen middels billboards en raamposters.

Hoe maakt u een QR-code?

Als u kunt typen en weet wat een URL is (adres van de pagina op internet), dan kunt u de QR-code zelf maken. Dit kan heel eenvoudig

op diverse websites. Een voorbeeld van zo'n website is <http://www.qrcode.nu>, maar er zijn er veel meer. Ga er gerust heen en probeer eens wat. Het aanmaken van een QR-code is gratis en binnen enkele seconden maakt u bijvoorbeeld een link naar uw eigen website. Indien u een smartphone heeft met scanner, kunt zelf testen. Onderstaand treft u een paar voorbeelden van QR-codes aan die wij speciaal voor u als lezer van dit artikel hebben gemaakt.



Belangrijk is dat u goed nadenkt over hoe de QR-code u en uw consument kan helpen en welke gevolgen dit heeft voor uw werkwijze. Een goed ingerichte website kan hiervoor als basis dienen. Het bovengenoemde voorbeeld helpt u als u regelmatig andere prijzen aan uw producten geeft. Door de prijzen te wijzigen op de website, bent u voor wat betreft de QR-code klaar. Maar ook als u een sportvereniging sponsort en u heeft een eigen pagina op hun website, kunt u daarvoor een QR-code maken.

Publiceren van uw QR-code

Behalve de reeds eerder genoemde opties zijn er nog tal van andere mogelijkheden om uw

QR-code bekend te maken. Door goed te kijken naar publicatiemogelijkheden komt u beslist ook op andere ideeën. Als drager van een QR-code kunnen onder andere de volgende materialen dienen:

Visitekaartjes - etiketten - stickers - briefpapier - facturen - website - mailberichten - posters - reclamefolders - flyers - verpakkingsmateriaal - billboards - vrachtauto's

Een goed geplaatste QR-code prikkelt de nieuwsgierigheid en verschaft u een kans op extra reclame of zelfs contact met uw mogelijke doelgroep. Beschikt u over een mobiele website en laat u hier direct naar doorlinken, dan vergroot u beslist uw naamsbekendheid.

Effect van de QR-code

Door er zelf mee aan de slag te gaan, merkt u hoe gemakkelijk het is en welke kansen u hiermee kunt creëren. Door de toename van het gebruik van smartphones en tablets is er toekomst voor de QR-code. De mobiele telefoon zal in de toekomst worden ingezet als betaalmiddel, waardoor het gebruik nog verder toeneemt. Nu zijn er nog generaties die deze mogelijkheden onbenut laten, maar kijken wij naar de toekomstige generaties, dan wordt de digitale wereld steeds belangrijker.



Auteur Remco Verhaar is online-marketing-specialist bij NMR Webmarketing.

En hoe kijkt de sector tegen de QR-code aan?

Wat vinden kwekers, maar ook de retail van de gecodeerde zwart-wit informatieblokkjes? Vakblad Boom in Business vroeg enkele mensen uit het vak naar hun mening.

Auteur: Ruud Jacobs



'Dan knippen we die QR-code er gewoon lekker af'

Joep Ebben, directeur Intratuin Malden / Intratuin Elst / Intratuin Nuenen:

"Ik zie die QR-codes bij ons in de winkel natuurlijk ook al op verschillende producten. Maar voor ons betekent het niet zo veel. Waarom niet? Als servicereTAILER zijn wij gewend om informatie aan de klant over te dragen. Wij vinden dat de klanten in onze winkel in alle rust en geconcentreerd rond moeten kunnen lopen en dus niet met een mobieltje moeten liggen scannen. Ik vind het vaak afleiden. Op het moment dat wij zouden merken dat onze leveranciers de QR-codes zouden gebruiken om over onze rug heen de markt te benaderen, dan knippen we die QR-code er gewoon lekker af. Daar zullen we in ons DC (distributiecentrum, red.) in Venlo ook zeker op gaan controleren. Sommigen kwekers zullen die extra informatie met bedrijfsgegevens zeker op de QR-code willen plaatsen. Wij willen bijvoorbeeld bij een hortensiakweker die bij ons vijf soorten levert, niet zien dat ie een QR-code levert waar dan 28 hortensia's op staan. Zo van: 'Dit kun je bij mij ook nog allemaal kopen'. Dat willen wij zeker niet. Omdat de QR-code steeds meer vorm begint te krijgen, gaan wij dit binnenkort op onze leveranciersbijeenkomst kenbaar maken. Als je dat niet doet, dan is het weer een nieuwe ingang en brievenbus. Een alternatief voor de QR-code? Kaartjes met goede informatie. Goed nadenken over wat er op een kaartje komt en zorgen dat er geen ballast op staat. Dat is nog steeds een goed alternatief."

'Ook in de agrarische sector zijn verschillende mogelijkheden'

Robbie Schouten van Green Works

International:

"Het klopt dat steeds meer consumenten QR-codes scannen. In verschillende markten wordt deze techniek - gericht op mobiele marketing - al effectief en creatief toegepast. Dit laten steeds meer onderzoeken zien. Ook in de agrarische sector zijn hier verschillende mogelijkheden voor. Het is echter wel zo dat het gebruik, deels door onwetendheid, nu nog wat laag is, maar wel stijgende. Om in te spelen op de technologische ontwikkelingen en de toekomst hebben wij, in combinatie met QR-codes op de etiketten van al onze bloemen en planten, onlangs een mobiele website ingericht en online gezet, www.moreplant.info. Op deze manier kun je heel effectief offline promotie combineren met online-mogelijkheden. Ikzelf gebruik de QR-codes ook regelmatig, deels uit nieuwsgierigheid en ook deels om informatie van een bepaald bedrijf/merk/product te achterhalen. Ik merk echter wel dat veel bedrijven het instrument nog niet helemaal juist toepassen of helemaal niet gebruiken; dit terwijl het voor veel bedrijven zeker een meerwaarde kan zijn."



'Dat gaat zeker komen, ook door oudere mensen'

Jack Goossens, mede-eigenaar van handelskwekerij Gova in Nispen:

"Consumenten die in de winkel de QR-code op de etiketten van Gova scannen, komen op een mobiele site voor mobiele telefoon. Dat betekent weinig plaatjes, weinig poespas, maar gewoon de uitleg die de klant op dat moment nodig heeft. Kortom, informatie over de verzorging, waar de plant moet staan, de toepassing en de achtergrondverhalen bij de verschillende concepten die wij voor onze *Laurus nobilis* hanteren. Alles is redelijk plat geprogrammeerd. Zowel de html-pagina's als de teksten schrijf ik zelf. Ik laat het alleen door een vertaalbureau in de verschillende talen vertalen. Op onze stand op IPM-beurs 2012 waren met name scholieren druk aan het scannen. Uiteindelijk worden dat de consumenten van straks." Volgens Goossens zie je langzaam maar zeker dat ook de oudere generatie met de QR-code in de weer gaat. "Dat gaat zeker komen, ook door oudere mensen. Het is immers een ideale manier om snel veel informatie te krijgen. Als het scannen van zo'n QR-code eenmaal bekend is bij mensen, dan gaat er een wereld open. Mijn moeder is 72 en scant ook gewoon, hoor. Met sinterklaas heeft ze een tablet gekregen, ze heeft ook een Facebookpagina en ze skypet al langer. Ze vindt dat helemaal geweldig."