

Email marketing i kody QR



Czas na mobilny email marketing z wykorzystaniem kodów QR.

W dzisiejszym świecie konsumenci stają się coraz bardziej mobilni: są ciągle w ruchu, nie obcy im jest multitasking, a do tego coraz lepiej poruszają się po nowych technologiach. Czy email marketing za nimi nadąży? Postanowiliśmy to sprawdzić w naszym poradniku poświęconym bardzo modnym ostatnio, ale też jakże funkcjonalnym, kodom QR.

Fakt: ludzie spędzają coraz więcej czasu w sieci korzystając z urządzeń mobilnych, również na rynku polskim.

To oznacza zwiększającą się wciąż liczbę potencjalnych klientów. Użytkownicy smartfonów mają coraz więcej możliwości: mogą surfować po sieci, przeglądać pocztę elektroniczną, płacić rachunki, wysyłać wiadomości, korzystać z mediów społecznościowych, oglądać filmy video, i tak dalej...

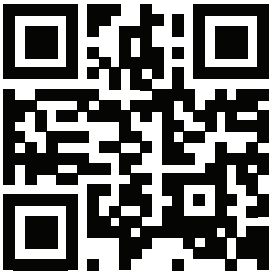
Mogą również robić zdjęcia i skanować kody. Co więcej, częstotliwość skanowania kodów za pomocą smartfonów wzrosła 12-krotnie w drugiej połowie 2010 roku¹.

Według raportu agencji doradczej Deloitte Touche Tomatsu, w 2011 roku sprzedaż smartfonów wzrośnie do 400 mln, przewyższając liczbę sprzedanych komputerów. Nadszedł więc czas, żeby wziąć ten "ruch" na poważnie. Specjaliści od email marketingu mają teraz możliwość przygotowania strategii zastosowania kodów QR, która będzie tania i łatwa do wdrożenia - bez specjalnych umiejętności technicznych czy dodatkowych zasobów.

Kody QR to prosty sposób na wypełnienie świata mobilnymi punktami kontaktu z klientem.

1. <http://mashable.com/2011/03/04/qr-codes-infographic/>

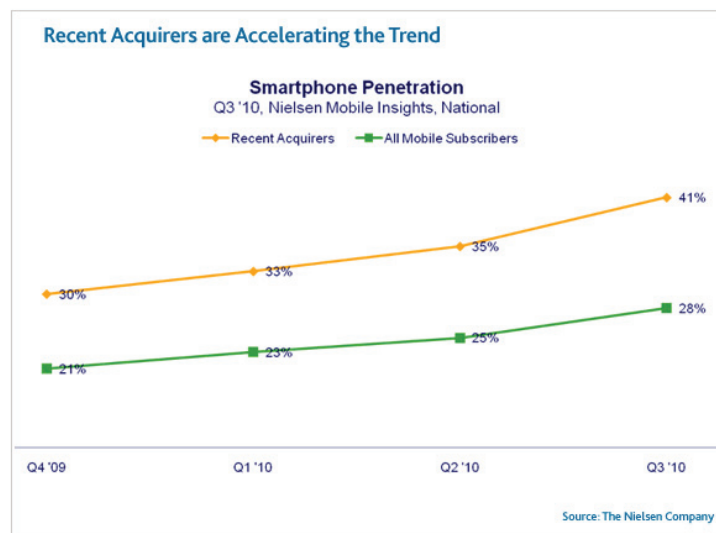
Czym są kody QR?



“QR Code (QR jest skrótem od ang. Quick Response) - alfanumeryczny, dwuwymiarowy, matrycowy, kwadratowy kod kreskowy wynaleziony przez japońską firmę Denso-Wave w 1994 roku.”²

Technologia **Quick Response** została wynaleziona w celu ułatwienia śledzenia części w procesie produkcji pojazdów. Kody QR mogły pomieścić więcej danych niż kody kreskowe czy kody UPC stosowane w tamtym czasie. Były dużym krokiem do przodu w porównaniu do kodów kreskowych. Jednocześnie nie istniał jeszcze wtedy rynek dla aplikacji do odczytywania kodów - technologia wykorzystywana w smartfonach dopiero raczkowała, a te nie miały nawet możliwości robienia zdjęć czy skanowania. Tak było wtedy...

Wzrost popularności kodów QR zwiększył ich zastosowanie w marketingu mobilnym.



2. http://en.wikipedia.org/wiki/QR_code

Korzyści z zastosowania kodów QR

Kody QR mogą przynieść korzyści Twojej firmie, ponieważ pozwalają na interakcję klientów z firmą i marką w czasie rzeczywistym. Skorzystanie z kodu QR zabiera kilka sekund i wymaga od konsumenta jedynie zeskanowania i naciśnięcia przycisku w telefonie. Wdrożenie technologii QR praktycznie nic nie kosztuje, oprócz kilku minut potrzebnych na stworzenie kodu zawierającego dane czy linki. Jest to również technologia sprawdzająca się w wielu kanałach komunikacji - można ją zastosować w tradycyjnym druku, telefonach komórkowych, mediach społecznościowych, email marketingu i Internecie.

Zastosowanie kodów QR w marketingu: podstawy

Technologia QR należy do domeny publicznej, co skutkuje tysiącami innowacyjnych zastosowań, zwłaszcza, że technologie mobilne wciąż się rozwijają. My jednak zaczniemy od podstaw, aby wreszcie dojść do email marketingu. Najpopularniejsze zastosowanie kodów QR to zapisywanie w nich adresów internetowych i umieszczanie na:

- ✓ ulotkach, broszurach i informacjach prasowych
- ✓ stoiskach targowych
- ✓ wizytówkach, materiałach promocyjnych
- ✓ fakturach, paragonach, formularzach zamówienia
- ✓ witrynach sklepowych, materiałach promocyjnych w sklepach, menu w restauracjach, etc.
- ✓ materiałach szkoleniowych, okładkach płyt CD, opakowaniach
- ✓ wszelkich materiałach drukowanych, na których promowane są strony internetowe.



By odczytać zawarte w kodzie QR dane, nie potrzeba zaawansowanych technologii. Wiele smartfonów ma domyślnie zainstalowane czytniki kodów QR, a jeśli nie (jak w przypadku produktów Apple), dostępnych jest wiele darmowych i płatnych aplikacji do pobrania z Internetu. Oto kilka najpopularniejszych:

- ✓ OptiScan
- ✓ Kayawa Reader
- ✓ I-nigma
- ✓ BeeTagg
- ✓ NeoReader
- ✓ QuickMark
- ✓ Tap Reader
- ✓ ...and lots more at http://www.qrstuff.com/qr_phone_software.html

Przy pomocy smartfona z zainstalowaną aplikacją, każdy użytkownik może zeskanować kod i:

- ✓ odczytać wiadomości i reklamy,
- ✓ uzyskać informacje kontaktowe,
- ✓ połączyć się z siecią bezprzewodową,
- ✓ zarejestrować się w konkursie lub newsletterze,
- ✓ dodać swój podpis lub dokonać płatności,
- ✓ wysłać gotowego SMSa lub emaila,
- ✓ otworzyć stronę internetową w przeglądarce telefonu,
- ✓ odtworzyć film video,
- ✓ “polubić” fan page na Facebooku, udostępniać treści na Facebooku czy Twitterze,
- ✓ dodać wydarzenie do kalendarza,
- ✓ ... i wiele, wiele innych.



Zastosowania kodów w email marketingu: wskazówki i taktyki

Zacznijmy od ogólnego przykładu: jeśli wkleisz kod QR do wiadomości email, odbiorcy będą mogli zeskanować go za pomocą telefonu i dzięki zakodowanym informacjom natychmiast wykonać czynność, jaką zaplanowałeś, np. zarejestrować się, zapłacić, udostępnić, “polubić”, etc. W zależności od zawartości kodu, będą również mogli od razu skontaktować się z Tobą (lub Twoją stroną) bez konieczności wstukiwania numeru czy tekstu wiadomości na małej klawiaturze telefonu.

Jeszcze mocniejszą stroną kodów QR jest to, że można je stosować w email marketingu do budowania listy odbiorców i pozyskiwania nowych klientów 24 godziny na dobę, za darmo. Warto rozważyć więc...

Kody QR do budowania listy

Kody QR są świetnym sposobem na pozyskiwanie odbiorców ze źródeł innych niż strona internetowa i kampanie mailingowe. Ich zaletą jest to, że klienci mogą od razu i w wygodny sposób odpowiedzieć na Twoją prośbę - bez konieczności zapamiętywania adresu strony internetowej i wpisywania go w przeglądarkę. To zdecydowanie zwiększa skuteczność promowania stron internetowych poza Internetem.

✓ Kody QR na wydrukowanych formularzach zapisu

Jeśli w kodzie QR zapiszesz link do strony z formularzem zapisu, możesz go umieścić na wszelkich drukowanych materiałach promocyjnych - ulotkach, plakatach, identyfikatorach, broszurach, gadżetach reklamowych czy stanowiskach targowych. Odwiedzający będą mogli zeskanować kod za pomocą smartfonów i zapisać się na miejscu, lub kiedy będzie im wygodnie.

Jeśli Twoja firma wystawia się na targach, możesz również wydrukować kody QR na koszulkach - dla Twojego zespołu, klientów, etc. W ten sposób staną się “chodzącymi formularzami zapisu” do Twoich kampanii.



✓ Zapisy QR przez pocztę przychodzącą

By zapisy do kampanii były jeszcze łatwiejsze, można uniknąć konieczności wpisywania danych do formularza w telefonie i zaoferować możliwość zapisu do kampanii przez kod QR za pomocą poczty przychodzącej w koncie GetResponse. Wystarczy zapisać w kodzie wiadomość email z adresem kampanii oraz dodać odpowiedni tytuł wiadomości. Kiedy użytkownik zeskanuje kod, w jego telefonie otworzy się aplikacja pocztowa z gotowym emailem. Po naciśnięciu przycisku i wysłaniu wiadomości, użytkownik zostanie automatycznie dodany do Twojej kampanii.

✓ Kody QR na formularzach zapisu w Internecie

Kod QR można również umieścić na samym formularzu zapisu (jako obrazek), dając w ten sposób użytkownikowi wybór: będzie mógł zapisać się, uzupełniając dane w polach formularza, lub zeskanować kod i wysłać wiadomość z zapisem do kampanii. Ponieważ kody QR to wciąż nowość, mogą stać się dobrym sposobem na budowanie zaangażowania klientów, zwłaszcza wśród tych użytkowników, którzy interesują się nowinkami technicznymi. Warto więc zorientować się najpierw, czy Twoi klienci będą wiedzieli, jak skorzystać z takiego rozwiązania.



Wskazówka: Dobrym pomysłem jest podlinkowanie kodu QR kierującego do formularza zapisu do osobnej strony docelowej (landing page). W ten sposób łatwiej będzie Ci śledzić linki i dokładnie zidentyfikować ruch pochodzący z urządzeń mobilnych. Co więcej, jeśli dodasz do formularza zapisu numer REF, będziesz mógł śledzić liczbę zapisów dokonanych za pomocą kodu QR. Możesz ją potem porównać z innymi źródłami ruchu na stronach z formularzami zapisu (np. kampanie pay-per-click, social media, ankiety, etc.) i zanalizować wskaźniki konwersji.

Kolejnym dobrym pomysłem w przypadku zbierania zapisów z wykorzystaniem kodów QR jest przygotowanie specjalnej wiadomości powitalnej lub nawet całej kampanii skierowanej tylko do użytkowników korzystających z kodów QR.

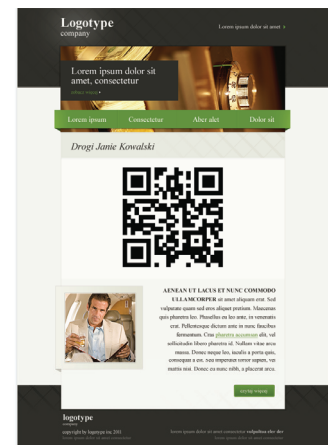
Kody QR w kampaniach

✓ Kampanie automatyczne (follow-up)

Możesz przygotować specjalną kampanię mailingową dostępną jedynie dla tych użytkowników, którzy zapiszą się poprzez kod QR, oferującą na przykład dodatkowe treści edukacyjne. Taka kampania może stać się częścią wielokanałowej strategii zaangażowania Twoich obecnych klientów, dodatkowo zachęcając nowych odbiorców, by stali się klientami.

✓ Łączenie kanałów online i offline

Możesz dodać kod QR do newsletterów, jakie wysyłasz odbiorcom, z instrukcją, by je wydrukowali i przynieśli do sklepu. Taki kod może zawierać na przykład specjalny kupon promocyjny, który po zeskanowaniu w sklepie uprawni odbiorców do zniżki. To prosty sposób na zwiększenie ruchu i sprzedaży w sklepie - klienci, którzy odwiedzą sklep, na pewno rozejrzą się jeszcze za innymi ofertami. Konsumenci mogą również zrobić zdjęcie kodu QR i pokazać telefon sprzedawcy, który go zeskanuje i na jego podstawie przyzna zniżkę.



✓ Offline to online

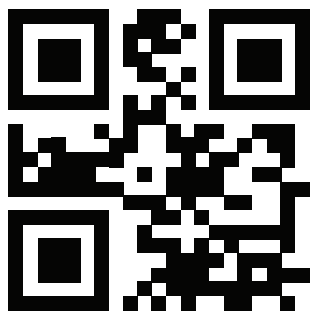
Kody QR można również zastosować w drugą stronę. Podobnie jak w przypadku targów, drukowane materiały zawierające kody QR mogą pojawiać się np. w witrynach sklepowych lub przy kasach i kierować do specjalnych stron, na których będą dostępne promocje, menu dnia, etc. Zawartość może się zmieniać nawet codziennie, najważniejsze, by link do strony pozostał ten sam. Po zeskanowaniu kodu, użytkownik będzie mógł odwiedzić stronę w dogodnym dla niego czasie.

✓ Konkursy email i SMS

Zapisz w kodzie QR numer telefonu lub adres email z tytułem i zawartością i zachęć klientów, by wysyłali takie wiadomości i wygrywali nagrody lub otrzymywali zniżki.

✓ Zbieranie środków przez organizacje non-profit

Skorzystaj z kodów QR, by kierować ludzi na stronę, gdzie bezpośrednio będą mogli wspomóc finansowo Twoją organizację lub wydarzenie charytatywne. Nawet jeśli użyjesz takiego kodu w emailu, będzie bardziej przekonujący niż zwykły link, a przecież zwłaszcza w przypadku organizacji non-profit, zaangażowanie to podstawa.



Przełącz!

Kody QR do udostępniania informacji

✓ Informacja zwrotna od klienta

Użyj kodu QR wydrukowanego na menu, ulotce, rachunku z restauracji czy paragonie - na czymkolwiek, co klient od Ciebie dostaje - i poproś, by ocenił Twój produkt czy usługę.

Jak to zrobić? Stwórz ankietę online w GetResponse i zapisz link do niej w kodzie QR. Potem poproś użytkowników, żeby odpowiedzieli na kilka pytań, a kiedy będą wypełniać ankietę, zachęć ich do zapisania się do Twojego newslettera, dodając przy tym kilka pytań dotyczących ich zainteresowań czy preferencji. Dzięki temu będziesz mógł podzielić listę odbiorców na segmenty i wysyłać spersonalizowane newslettery.

✓ Dodatkowe treści informacyjne

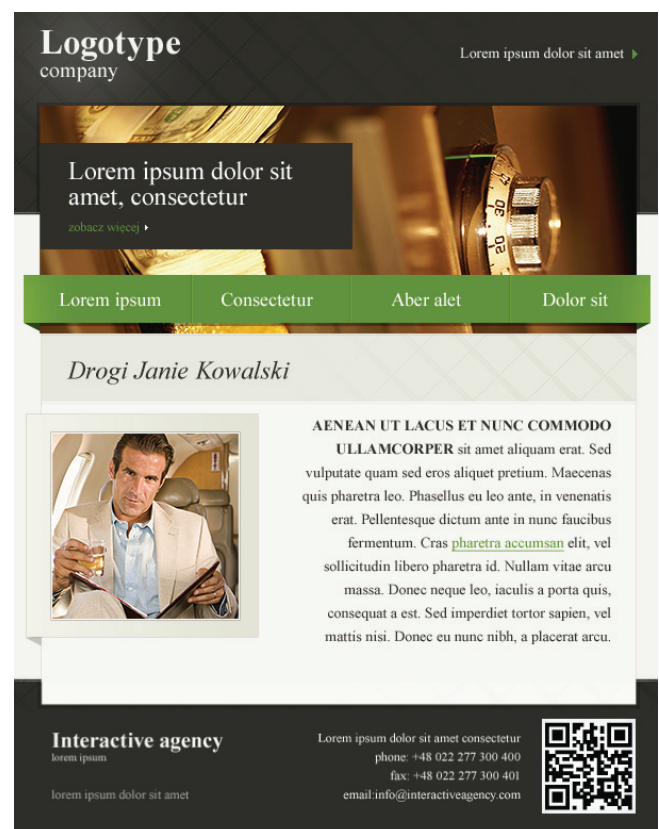
Kody QR mogą również odsyłać do dodatkowych, niedostępnych inną drogą treści, takich jak raporty i poradniki. Możesz na przykład wyodrębnić grupę wyjątkowo “cennych” klientów, którzy często dokonują zakupów lub wydają duże kwoty i nagrodzić ich kodem QR, dzięki któremu będą mogli pobrać e-book, czy dokonać zniżkowego zakupu na ulubione produkty.

Kody QR w sprzedaży i obsłudze klienta

Kod QR może ułatwić obecnym lub potencjalnym klientom skontaktowanie się z Twoją firmą w różnych sytuacjach.

- ✓ Jeśli umieścisz kod QR w stopce newslettera, Twoi odbiorcy będą mogli dodać Twoje informacje kontaktowe jednym przyciskiem do książki adresowej w telefonie i od razu skontaktować się z Tobą. Będą również mogli wejść na Twoją stronę internetową bez zapamiętywania adresu czy wpisywania go do telefonu.

- ✓ Tę samą metodę warto zastosować do zapytań sprzedażowych lub obsługi klienta. Po prostu zapisz w kodzie wiadomość email zaadresowaną do działu sprzedaży lub obsługi klienta, z zapytaniem, na które Twoja firma będzie mogła szybko odpowiedzieć ofertą lub radą. Zyskasz w ten sposób świetne narzędzie zarówno do pozyskiwania nowych klientów, jak i zatrzymywania obecnych, a także szansę znacznego skrócenia cyklu sprzedażowego.



Jak sprawić, by Twoje przedsięwzięcia QR odniosły sukces?

Poniżej znajdziesz kilka prostych i jednocześnie niezbędnych wskazówek, jakich należy przestrzegać w strategii QR:

- ✓ Dobre teksty reklamowe to podstawa. Jeśli nie jesteś copywriterem, warto napisanie tekstów powierzyć profesjonalistom.
- ✓ Ważne, żebyś wiedział, w jakim celu chcesz użyć kodów i gdzie chcesz przekierować użytkownika. Nie każ klientowi robić czegoś, co okaże się dla niego bezużyteczne.
- ✓ Stwórz coś, co ma sens na telefonie, i może zostać wyświetlone natychmiast.
- ✓ Uprzedź użytkowników o tym, czego mogą się spodziewać i jasno pokieruj, jak się do tego dostać za pomocą kodu QR. Zawsze sam najpierw przetestuj, jak działa Twoje rozwiązanie.
- ✓ Upewnij się, że strony, na które przekierujesz użytkowników za pomocą kodów QR są przystosowane do wyświetlania na telefonach komórkowych - szybko się ładują, dostosowują się do wielkości wyświetlacza, i łatwo się po nich nawiguje.

Cokolwiek chcesz zrobić za pomocą kodów QR, zawsze dobrze to przemyśl i nie marnuj czasu użytkowników. Skorzystaj z naszych rad, eksperymentuj i testuj, a wdróż dopiero wtedy, gdy będziesz pewny, że wszystko zadziała, jak należy.

Kody QR dla specjalistów od email marketingu: Jak zacząć?

Jak stworzyć kody QR dla Twoich kampanii.

Na rynku dostępnych jest wiele generatorów kodów QR, oferujących różne funkcje. Jeśli prowadzisz swoje kampanie mailingowe w GetResponse, łatwo wygenerujesz kod QR w swoim koncie. Po wybraniu typu kodu i wpisaniu odpowiednich danych, kod wygeneruje się automatycznie. Możesz wtedy zapisać go w koncie i korzystać z niego w kampaniach.

Opcje generatora kodów QR w GetResponse są następujące:

- ✓ **Tekst** - wpisz tekst, jaki ma się wyświetlić w telefonie odbiorcy po zeskanowaniu kodu - im krótszy, tym lepszy (może to być na przykład hasło reklamowe);
- ✓ **Adres URL** - wklej adres strony internetowej, strony z formularzem zapisu, profilu na Facebooku, formularza zakupu, czy nawet mapy Google z zaznaczoną lokalizacją Twojej firmy - każdej strony, która pozwoli Ci pozyskać klientów;
- ✓ **Numer telefonu** - to oszczędzi Twoim klientom wstukiwania cyfr na klawiaturze telefonu - teraz będą mogli kliknąć, zeskanować i od razu zadzwonić do Ciebie, przy użyciu jednego przycisku;
- ✓ **SMS** - wpisz numer telefonu i treść wiadomości - odbiorca będzie mógł wysłać takiego SMS-a za pomocą jednego kliknięcia. W ten sposób łatwo zorganizujesz konkurs SMS-owy lub zbierzesz bazę numerów;
- ✓ **Email** - wpisz adres, temat i jego zawartość. Korzystaj jak powyżej;
- ✓ **Wizytówka** - wpisz swoje dane a użytkownik będzie mógł automatycznie dodać Twój kontakt do książki w telefonie. Umieść kod obok swojego podpisu w emailach, udostępniając kontakt do przedstawicieli handlowych czy obsługi klienta.

Wskazówki dotyczące tworzenia kodów QR.

Jeśli chodzi o wygląd kodów QR, właściwie nie ma ograniczeń, jest jednak kilka czynników, które wpływają na ich czytelność w większości aplikacji i telefonów komórkowych.

Aby Twoje kody były czytelne:

- ✓ Stosuj czarno-białe kody. Ważny jest odpowiedni kontrast - jeśli będzie zbyt niski, aplikacja na telefonie nie będzie w stanie odczytać kodu. Kontrast musi wynosić przynajmniej 55%.
- ✓ Pozostaw pustą przestrzeń naokoło wszystkich czterech krawędzi kodu.
- ✓ Nie zapisuj w kodzie zbyt wielu znaków - inaczej kod stanie się zbyt skomplikowany, co może niektórym telefonom sprawiać trudności w jego odczytaniu. Postaraj się ograniczyć do 60 znaków, jeśli to możliwe.
- ✓ Zawsze najpierw przetestuj swój kod, najlepiej w kilku różnych aplikacjach, telefonach i w różnym oświetleniu. Postaw się na miejscu klienta i zastanów, jak ten kod działa dla Ciebie.

Upewnij się, że wyświetlacz Twojego telefonu jest czysty a wokół jest wystarczające oświetlenie, potem uruchom aplikację i zeskanuj kod - i czekaj na czynność, jaką będzie chciał wykonać Twój telefon. Teraz już sam wiesz, jak to działa i śmiało możesz korzystać z kodów QR w swoich kampaniach.

Podsumowanie

Pozostało już tylko wypróbować jedną lub dwie aplikacje, które przyniosą najlepsze rezultaty. Na pewno sam najlepiej znasz “kod dostępu”, który zaangażuje Twoją grupę docelową. Teraz masz również “instrukcję obsługi”, która pomoże Ci zostać nowoczesnym email marketerem z certyfikatem QR!

Odwiedź www.getresponse.pl i twórz angażujące kampanie mailingowe z wykorzystaniem kodów QR.



O GetResponse

Platforma GetResponse jest produktem firmy Implex posiadającej 12-letnie doświadczenie w email marketingu. Z usługi korzysta obecnie ponad 205,000 klientów z blisko 200 krajów (w tym 4,500 klientów z Polski). GetResponse oferuje wiele praktycznych rozwiązań niezbędnych do prowadzenia efektywnych kampanii email marketingowych z wykorzystaniem narzędzi takich jak: newslettery (ponad 300 gotowych do użycia szablonów oraz 1000 darmowych zdjęć), wiadomości automatyczne, video emaile, ankiety internetowe, integracje z mediami społecznościowymi oraz rozbudowane statystyki. GetResponse oferuje również dedykowane rozwiązania dla klientów korporacyjnych.

Nasze profile społecznościowe:

 www.facebook.com/getresponse

 www.twitter.com/getresponse