

Särtryck ur boken ”Dynamisk Innovationsverksamhet” av Stig Ottosson (sid 230) (ISBN 91-630-8173-3)

QR-koder och deras användning

Vad är en QR-kod?

En **QR-kod** (**Q**uick **R**esponse) är en tvådimensionell streckkod som därför representeras som en fyrkant (figur 8.12).



Fig. 8.12 Svart-vit QR-kod

I ökande grad finns QR-koder i tryckta annonser, på affischer, på reklamtavlor och i digitala produktioner. En fördel med QR-koder är att användaren kan spara intressant information direkt i sin egen smartphone (android eller iPhone). Skapas QR-koden på rätt sätt kan den direkt öppna en undersida, t.ex. ett erbjudande till den som öppnar sidan. Man kan i QR-koden också skriva ett textmeddelande.

QR-koden behöver inte vara tråkigt svartvit utan kan designas att bättre smälta in t.ex. i en annons som en integrerad del i bilden. Det förutsätter dock att man använder en mera avancerad QR-kodgenerator än de som man kostnadsfritt kan ladda ner och använda på webben. Figur 8.13 visar några exempel på QR-koder som är vidarebearbetade att smälta in i sin kontext.



Fig. 8.13 Fyra exempel på QR-koder som har designats att bli en integrerad del i annonser

Hur läser man en QR-kod?

För att man skall kunna läsa in informationen i en QR-kod måste man först ha laddat ner en ”app” i sin smartphone eller läsplatta (t.ex. gratisapparna neoreader eller i-i-nigma). Därefter

skannar man in vald QR-kod så som figur 8.14 visar ett exempel på. I det fallet kommer man direkt till ABC-trycks hemsida.

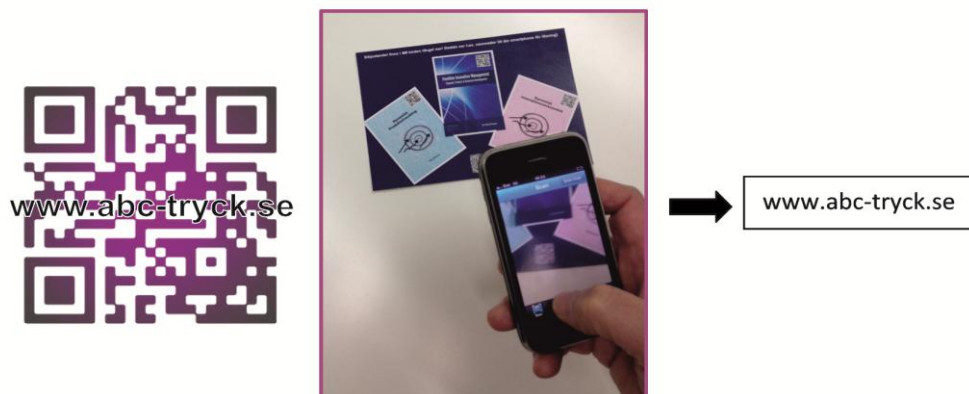


Fig. 8.14 När användaren efter att ha öppnat skanningsappen fokuserar QR-koden så kommer informationen upp på skärmen (exemplet visar resultatet av koden till vänster i bilden)

För att kunna skanna in en QR-kod riktar man således telefonens kamera mot koden. När läsaren har uppfattat koden öppnas en webbadress (t.ex. en text, en hemsida eller en film på Youtube). För den som vill dirigera en besökare till sin hemsida - eller en undersida med erbjudanden - är ett användarvänligt webbpubliceringsverktyg – s.k. CMS – Content Management System – ovärderligt (ABC-tryck ger gärna rekommendationer).

Läsbarheten, d.v.s. hur långt från ”fyrkanten” som man med sin mobil kan skanna av koden, är beroende av kamerans upplösning, kontrasten i bilden, ljusförhållanden, hur bilden är skapad, etc. Som en tumregel kan man använda sig av formeln att bildens sida är 1/20-del av det avstånd som man skall kunna skanna in bilden på. Vill man att en användareskall kunna skanna in informationen på 2 meters håll så måste bildens sida således vara minst 1 dm.

QR-koder i marknadsföringen

QR-koder kan i princip placeras på vad som helst. Enbart fantasin sätter gränser för var och hur QR-koder kan användas. Några vanliga exempel är:

- Affischer, flyers, visitkort, brevpapper, räkningar, kuvert, etc.
- Dagstidningar, magasin eller tv-reklam med länk till specialerbjudanden
- CD-omslag med länk till extramaterial i form av t.ex. en musikvideo
- Turné- och stadsbussar med länk till turnéschema, tävling och tidtabell
- Kassaapparater med länk till prenumeration på nyhetsbrev eller butikserbjudanden
- Företagskläder och namnbrickor med länk till prisuppgifter eller kontaktinformation
- Ytterdörrar till klubbar, restauranger, barer eller företag med länk till konsert- eller eventkalender, menyer, öppettider eller kontaktinformation
- Skattjakter med geotaggar för att leda fans t.ex. till förhandsexemplar av nya skivor

QR-koder som informatörer

QR-koder har utöver en naturlig användning i marknadsföringen även andra användningsmöjligheter. I museibranschen använder man t.ex. QR-koder i multitouchutställningar, tryckkänsliga liggande skärmar samt för att lägga in QR-koder för att ge fördjupad information. För att fördjupa upplevelsen från en digital utställning kan man även länka direkt exempelvis till Wikipedia-artiklar.

Ytterligare användningsområden är att i databaser med samlingar av föremål och fotografier och att automatiskt generera QR-koder som kan användas i t.ex. fysiska utställningar för att därmed kunna ge fördjupad information.

QR-koder som personlig trygghet

En mycket viktig användning av QR-koder är att räddningspersonal snabbt skall kunna få informationer om en person som inte är kontaktbar, har svårt att uttrycka sig eller som är förvirrad. Figur 8.15 visar ett exempel på en situation som kan uppstå i vilken snabb identifiering och information kan avgöra en persons framtida livskvalitet.



Fig. 8.15 Efter en olycka kan snabb information om personens identitet och annan data vara avgörande för personens framtida livssituation

Har personen en ICE-kod i form av en QR-kod, klistrad på ett kort, sin mobil, en adresslapp, tryckt på sin träningsströja, eller på annat lättillgängligt personligt material/utrustning kan räddningspersonalen snabbt få all den information som den behöver i form av:

- Namn
- Adress
- Födelsenummer
- Närmast anhöriga
- Ev. sjukdom
- Ev. medicinering
- Ev. tillåtelse till organdonation

Kompletteras koden med ett foto ökar användbarheten ytterligare..

(SOS Alarm rekommenderar på sin hemsida: ”Lägg in dina närmaste anhöriga i din mobiltelefons adressbok under namnet ICE (In Case of Emergency)”. Men om knapplåset har slagit på, om batteriet har laddats ur eller om mobilen har gått sönder vid en olycka går uppgifterna inte att komma åt. ABC-trycks lösning som har använts här är därför mera långtgående och säkrare än SOS Alarms rekommendation.)