

Pourquoi ne pas mettre en valeur votre projet imprimé avec un code QR?

Lynda Kitson | Ariva | Contracts and Tenders Manager

Ces étranges petits carrés QR existent depuis un certain temps, mais ils ne sont pas reconnus à leur juste valeur. Démythifions ensemble ces carrés pour vous montrer la valeur qu'ils apportent à l'expérience numérique.

Ces étranges petits carrés QR existent depuis un certain temps, mais ils ne sont pas reconnus à leur juste valeur. Démythifions ensemble ces carrés pour vous montrer la valeur qu'ils apportent à l'expérience numérique.

Mais tout d'abord, que sont les codes QR? QR est l'abréviation de « Quick Response » (Réponse rapide), et n'est-ce pas ce que recherchent les gens de nos jours? En bref, il s'agit d'un code lisible par machine (lu par votre téléphone intelligent) qui contient de l'information. Cette information contient ce que vous souhaitez faire découvrir à quelqu'un. Les codes QR sont comme des dispositifs de transport : l'utilisateur est transporté instantanément vers un tout nouveau monde rempli de possibilités où il peut découvrir tout ce que vous avez à lui offrir.

Comment fonctionnent-ils concrètement? C'est très simple. Disons que vous souhaitez que vos clients visitent la boutique de votre site Web; il vous suffit de saisir l'URL de votre boutique, de sélectionner « Créer un code QR » et il produira un joli petit code QR à télécharger. Le lien de votre boutique est intégré dans ce code et lorsque le consommateur balaie ce dernier, il le dirigera instantanément vers la page de votre boutique. Si votre client possède plusieurs emplacements, cette application vous permet de lier l'URL de la page Web donnant la liste de ces derniers pour que leurs consommateurs puissent trouver le point de vente le plus proche. En outre, l'application mémorise le lien pour que les consommateurs puissent y retourner plus d'une fois.

Une autre excellente fonctionnalité des codes QR est que contrairement à la réalité augmentée (RA) qui nécessite de télécharger l'application correspondante pour que la RA fonctionne, il suffit de télécharger un lecteur QR quelconque pour pouvoir balayer n'importe quel code QR.

Les codes QR sont polyvalents et peuvent être apposés à n'importe quel support imprimable. Ils peuvent non seulement être imprimés sur des produits en papier comme des brochures, cartes d'étagère, cartes de visite, en-têtes, magazines, catalogues, fiches de vente, etc., mais aussi sur du vinyle, du film, des feuilles magnétiques ou autocollantes, des éléments graphiques pour surfaces vitrées, murales et sur le sol, ainsi que du carton mousse, ondulé, et bien plus encore.

Les codes QR peuvent également être générés pour plusieurs autres applications, comme les cartes de visite virtuelles Vcard, les textos, les courriels, les SMS, les réseaux sociaux et les fichiers PDF. Ils peuvent être personnalisés et créés en couleurs, dans différentes formes et même inclure le logo de votre entreprise.

Des facteurs importants à considérer avant de les incorporer dans vos documents de marketing sont où et quand ils seront vus. Un code QR constitue une autre manière de désigner un lien; il ne faut donc pas le publier sur un site Web ou l'insérer dans un courriel, et il n'est pas non plus pertinent sur un support où il n'y a pas accès à Internet. Il est également déconseillé d'en mettre un sur un panneau-réclame qui est trop loin pour pouvoir le balayer avec un téléphone intelligent, ou sur un support qui bouge. Il existe une excellente vidéo par M. Scott Stratten, l'auteur de « Unmarketing », sur la mauvaise utilisation des codes QR. [Visionnez-la ici!](#)

Maintenant que vous connaissez les trucs et astuces pour utiliser correctement un code QR, lancez-vous, faites preuve de créativité et découvrez comment un code QR bien orchestré peut engager la clientèle et faire croître votre entreprise!

Lynda œuvre dans le domaine des arts graphiques depuis plus de 30 ans. Elle a commencé sa carrière au sein de l'entreprise familiale où elle a reçu une formation en composition, arts graphiques, film, plaques et service de reliure. Lors de la vente de l'entreprise familiale, Lynda s'est dirigée dans la vente du secteur de l'impression où elle a pu mettre en pratique l'expérience acquise en atelier d'imprimerie. Elle décide plus tard de travailler du côté des négociants de papier et y œuvre depuis les 20 dernières années. Dans le cadre de ses fonctions, elle a occupé les postes de représentante commerciale à l'externe et de représentante en développement des affaires (collaboration avec les concepteurs, les agences et les utilisateurs finaux) et elle agit à ce jour en tant que gestionnaire des contrats et soumissions. En plus de ce rôle, Lynda est notre responsable pour tout ce qui a trait à l'éducation sur le papier et les médias et elle offre des ateliers de formation à nos clients internes et externes.