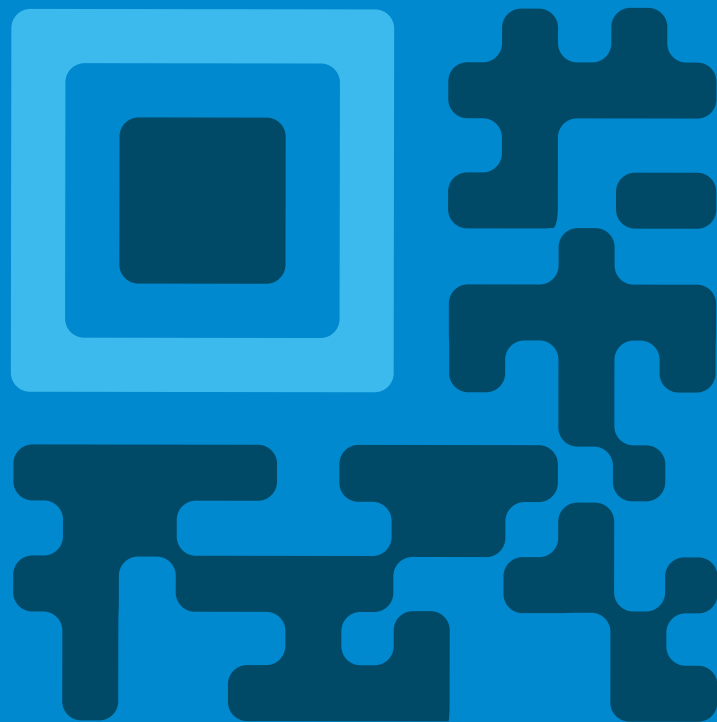


LES DIX COMMANDEMENTS DU QR CODE

Le guide de référence



by Unitag

Préface

Une campagne QR Code doit être structurée, organisée afin de se révéler efficace. Pour cela ce guide vous permettra au travers de 10 commandements d'acquérir l'ensemble des connaissances nécessaires au bon usage de cet outil qu'est le QR Code.

Vous pourrez alors concevoir vos campagnes marketing sereinement avec la certitude d'apporter une véritable valeur ajoutée à l'opération, et d'en maîtriser l'impact auprès du consommateur.

Au travers de ce guide Unitag met également en lumière de bons et de mauvais exemples de campagnes QR Codes afin de vous aider à faire les meilleurs choix et à éviter les erreurs. Vous disposerez ainsi de tous les atouts nécessaires à la réussite de votre projet QR Code.

Suivez le guide !

Sommaire

Présentation du QR Code

Enfin une présentation claire et précise sur le QR Code, à lire attentivement avant de commencer à vous lancer dans votre campagne !

Les 10 Commandements du QR Code

- I. Tu choisiras ton type de QR Code.
- II. Tu personnaliseras ton QR Code.
- III. Tu contrasteras les couleurs.
- IV. Tu adapteras la taille de ton code.
- V. Tu sélectionneras ton support.
- VI. Tu optimiseras la visibilité de ton QR Code.
- VII. Tu t'assureras de la présence d'un réseau téléphonique adapté.
- VIII. Tu indiqueras le fonctionnement de ton QR Code.
- IX. Tu offriras de la valeur ajoutée.
- X. Tu mèneras ton QR Code sur un site MOBILE.



PRÉSENTATION

Qu'est-ce qu'un QR Code?



Le QR Code ? C'est ce petit carré parfois noir et blanc que l'on retrouve de plus en plus sur les affiches publicitaires. Il peut contenir différents types d'informations utiles au consommateur. Par exemple, une fois scanné avec un Smartphone il peut diriger l'utilisateur sur une page web afin de lui proposer d'acheter le produit en publicité. Ou encore de télécharger un coupon de réduction ou même d'inscrire dans son agenda la date de l'évènement indiqué sur l'affiche.

En résumé, le QR Code permet d'étendre l'information présente sur tout support physique et de donner une dimension numérique à la campagne marketing que vous menez. L'impact sur le consommateur est ainsi décuplé !

Par ailleurs, aujourd'hui l'aspect graphique du QR Code change et devient de plus en plus séduisant. Etant utilisé comme un outil de communication, il se doit en effet d'être attractif, coloré, car son but est d'attirer l'oeil du consommateur afin de l'inciter à scanner.

Personnaliser son QR Code !

Unitag a la volonté et la vocation d'apporter une réponse à ce besoin soulevé par les professionnels d'une version attractive et colorée du QR Code. Pour cela, nous proposons une personnalisation approfondie du QR Code. Couleurs, logo ou encore forme, de nombreux choix facilitent la customisation de ce nouvel outil marketing afin d'y intégrer l'identité visuelle de votre marque. Des personnalisations plus importantes peuvent être réalisées par un graphiste, toutefois il faut alors respecter certaines règles que vous allez découvrir tout au long de ce guide.



Comment lire un QR Code?

Le QR Code se lit avec ce qu'on appelle «une application de lecture», qui est en réalité un lecteur de code-barres. Il en existe des dizaines que vous pouvez télécharger directement depuis votre Smartphone. Mais attention, tous ces lecteurs n'ont pas les mêmes performances de lecture ! Ainsi nous recommandons pour une plus grande performance le lecteur i-nigma.



TÉLÉCHARGER

Quelques autres applications :



Flashcode
Un classique en France (iPhone et Android)



i-nigma
(iPhone, Android and Blackberry)

La lecture - ou le scan - d'un QR Code est ensuite très simple et s'effectue en trois étapes, comme l'indique le schéma ci-contre. L'utilisateur doit ouvrir son application de lecture et viser le QR Code avec l'appareil photo de son téléphone mobile. L'application reconnaît alors le QR Code et effectue l'action associée, c'est-à-dire généralement ouvrir une page Internet.

1. Téléchargez le lecteur



2. Flashez le QR Code



3. Accédez au contenu












LES DIX COMMANDEMENTS

I Tu choisiras ton type de QR Code.



Avant même de créer le QR Code que vous désirez diffuser, il vous faut choisir le type d'information que vous devez y inclure. En effet, les différents types d'information qui peuvent être encodés entraînent des actions différentes. Ainsi un QR Code peut encoder :

	L'URL d'un site Internet où l'utilisateur sera redirigé et pourra découvrir le contenu que vous aurez mis à sa disposition.
	Un email ou un SMS à envoyer en un scan.
	Une carte de visite qui peut être enregistrée directement dans un le carnet de contacts de votre Smartphone.
	Un évènement qui peut être directement inscrit dans votre calendrier.
	Un numéro de téléphone que votre Smartphone reconnaît et vous propose d'appeler.
	Un texte simple à afficher.
	Les identifiants d'un réseau Wi-Fi permettant à votre Smartphone de s'y connecter.

II

Tu personnaliseras ton QR Code.

La sélection du bon format de données correspond à la première étape de la création de votre QR Code. Vous pouvez alors le personnaliser. Pour cela, changer les couleurs, la taille ou encore intégrer le logo de votre entreprise sont autant de modifications possibles. Individualiser votre produit est un avantage considérable et vous pouvez vous démarquer et attirer l'œil du consommateur grâce à un QR Code original. Vous augmentez ainsi l'impact visuel de votre publicité.



III

Tu contrasteras les couleurs.

Personnaliser son QR Code avec des couleurs est avantageux à condition que celui-ci reste lisible ! En effet, quelles que soient les couleurs appliquées, il faut que la couleur de fond CONTRASTE avec les couleurs du QR Code.



QR Code bien contrasté

Le fond clair contraste avec la couleur vive du QR Code.



QR Code mal contrasté

On ne distingue pas le QR Code du fond.



QR Code négatif

Le fond foncé contraste avec la couleur claire du QR Code : c'est ce que l'on appelle un QR Code négatif.

Par ailleurs, certains lecteurs ne décodent pas les QR Codes «négatif», c'est-à-dire des couleurs claires sur un fond foncé. Autant donc être prudent à cette étape car si le contraste n'est pas assez fort ou si les couleurs ne sont pas assez vives, la lecture risque d'échouer et votre QR Code aura perdu sa fonction première.

IV

Tu adapteras la taille de ton code.

N'essayez pas d'imprimer votre QR Code dans un format trop petit ! En effet ce dernier doit être suffisamment grand pour pouvoir être décodé par le lecteur. Deux points à connaître concernant la taille d'un QR Code :

La taille minimale du QR Code

Le QR Code peut être imprimé en différents formats, cependant il ne doit pas être plus petit que 3cm par 3cm. Explication : tous les Smartphones n'ont pas des appareils photo embarqués de mêmes qualité et performance. Par exemple, les iPhones 3Gs n'ont pas d'autofocus (mécanisme de mise au point de la caméra). Il faut donc éviter d'imprimer un QR Code trop petit pour permettre à tous de le lire.

La distance de lecture du QR Code dans son environnement

La taille d'impression du QR Code dépend de la distance à laquelle le lecteur va scanner le QR Code.

Il faut avant tout savoir dans quel contexte celui-ci sera lisible : sur une grande affiche ou bien sur le packaging d'un produit ? Les tailles en seront très différentes puisque la distance à laquelle l'utilisateur scannera le QR Code ne sera pas la même.

Pour connaître la taille idéale, une formule simple peut être appliquée :

$$\text{Taille du QR Code} = \text{Distance de lecture} / 10$$

Ex : 33*33cm pour une lecture à 3m (A3)



La taille du QR Code augmente proportionnellement à la distance à laquelle la personne scanne le code.

V

Tu sélectionneras ton support.

T-shirt, tasse à café, poster et même papier toilette, les supports d'impression pour le QR Code sont variés et de plus en plus originaux ! Mais attention, car le support peut altérer la lecture du QR Code. En effet la surface d'impression doit être quasiment plane pour que le lecteur puisse le scanner. Évitez également d'imprimer sur des surfaces réfléchissantes ou facilement déformables.



VI

Tu optimiseras la visibilité de ton QR Code.

En plus du support choisi il vous faudra penser à l'environnement dans lequel vous souhaitez diffuser le QR Code. Il faut que celui-ci soit à la fois LISIBLE par le lecteur et VISIBLE par le consommateur ! Évitez ainsi de le placer trop bas sur une affiche de publicité, dans un endroit trop sombre ou encore sur un support en mouvement. Également, il sera plus efficace de diffuser le QR Code dans un environnement où le consommateur sera apte à sortir son Smartphone afin de le scanner.



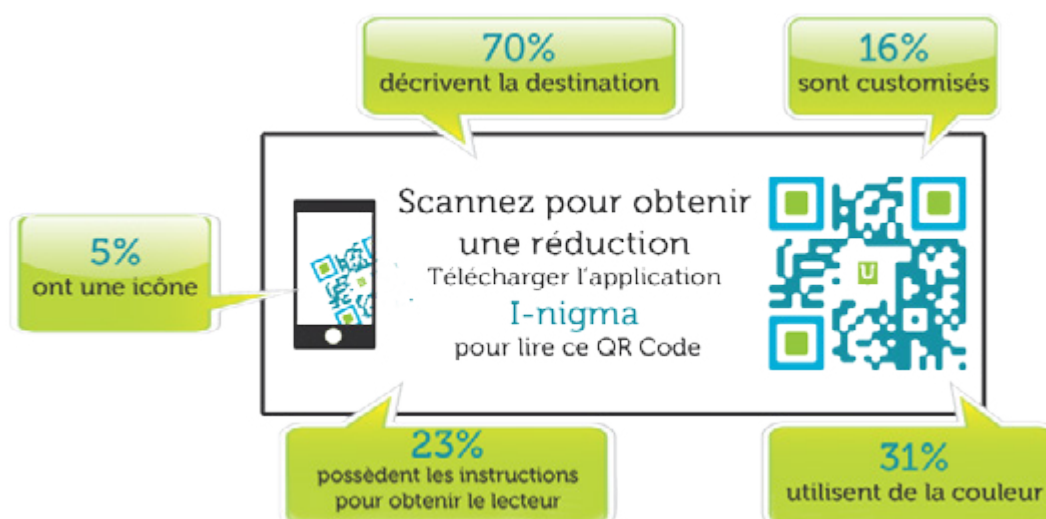
VII Tu t'assureras la présence d'un réseau téléphonique adapté.

Diffuser un QR Code dans une zone sans réseau téléphonique a de fortes chances de rendre votre nouvel outil marketing inutile ! En effet, si votre QR Code redirige l'utilisateur sur une page Internet, celui-ci doit avoir accès à un réseau téléphonique - si possible de qualité - pour accéder au contenu. Vous devez donc être prudent concernant le lieu de diffusion. Faites des tests afin de le vérifier.



VIII Tu indiqueras le fonctionnement de ton QR Code.

Le grand public ne connaît pas encore très bien le fonctionnement du QR Code : "A quoi cela sert-il ?", "Comment cela fonctionne-t-il ?", "Pourquoi devrais-je l'utiliser ?", etc. Il est donc nécessaire d'accompagner la diffusion du QR Code, d'un message expliquant quel est son rôle et comment le lire.



IX

Tu offriras de la valeur ajoutée.

Le consommateur désire avant tout pouvoir profiter des avantages du QR Code que vous diffusez. Promotions, informations supplémentaires, bons d'achat, etc. sont autant d'exemples de ce qui peut l'intéresser. Évitez donc de produire une simple copie digitale de votre flyer, car cela décevra très probablement. Le QR Code est une simple technologie de diffusion, c'est un support marketing et non une publicité en soi. Il vous faut donc préciser quel est l'intérêt pour le consommateur de scanner votre QR Code.



X

Tu mèneras ton QR Code sur un site MOBILE.



Dans le cas d'une redirection sur un site Internet, le contenu ne doit pas simplement offrir de la valeur ajoutée, il doit aussi être adapté au format d'un Smartphone. En effet nous avons tous connu la mauvaise expérience de surfer sur un site web non optimisé pour mobile avec notre Smartphone et de devoir tout le temps zoomer pour lire le contenu. Bref on ne s'en sort pas et on finit alors par abandonner très rapidement à cause de l'ergonomie mal adaptée.

Dans le cas où vous n'avez pas de site web mobile, il vous est possible d'utiliser le service U.me d'Unitag pour créer le vôtre.

N'oubliez pas la règle d'or : testez et testez encore vos QR Codes avant de lancer vos campagnes de communication !



UNITAG SAS

67 allées Jean Jaurès - 31000 Toulouse - France
RCS 532 050 523

- www.unitag.fr -

contact@unitag.fr

QR Code is a registered trademark of DENSO WAVE