

Consument heeft andere verwachting van QR-code

23-07-2012 00:00

Consumenten die een QR-code scannen verwachten dat ze korting of een gratis product krijgen. Dat gaf ruim veertig procent van de ondervraagde smartphonegebruikers aan in een onderzoek door adviesbureau Chadwick Martin Bailey. Bedrijven willen echter vooral informeren via een QR-code.

Door dit verschil in opvattingen scande de meerderheid van de Amerikaanse consumenten in het derde kwartaal van 2011 maar één keer een QR-code. Zo blijkt uit een ander onderzoek door marketingbureau Mobio. Uit het onderzoek van Chadwick Martin Bailey blijkt dat toch nog 26 procent de code scant om productinformatie te verkrijgen. Een kwart van de ondervraagden verwacht via QR-codes toegang te krijgen tot exclusieve content.

Tweederde van de marketeers geeft aan zich met QR-codes vooral te richten op productinformatie, stelt de Amerikaanse Association of Strategic Marketing. Een kwart bood de consument een kortingscoupon of gratis hebbedingetje aan.

Het Amerikaanse onderzoeksbureau eMarketer verwacht dat het aantal Amerikaanse smartphone gebruikers die QR-codes gebruiken, stijgt naar 25 procent in 2011 naar 27 procent in 2014. Wel zal zestig procent slechts één keer gebruik maken van QR-codes. Volgens eMarketer is dit te wijten aan het verschil in verwachting van de consument en wat de marketeer biedt.