

Onderzoek QR-codes

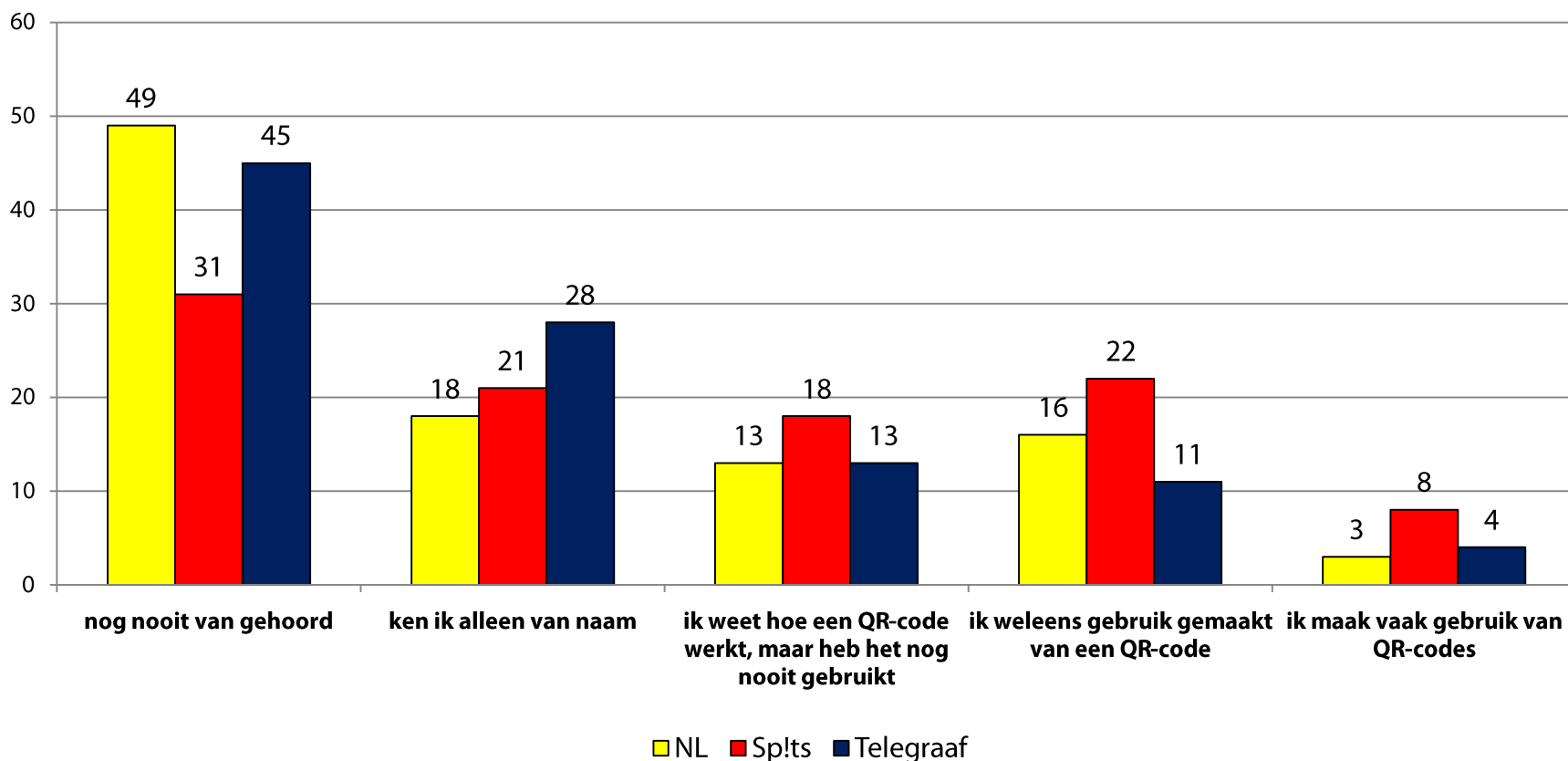
Mei 2011

Methode van Onderzoek.

- ◆ Methode van onderzoek: online, CAWI
- ◆ Doelgroep: Nederlanders 18+, die in het bezit zijn van een smartphone, tablet en/of iPod (met camera en mogelijkheid tot mobiel internet)
- ◆ Steekproef: 296 respondenten gewogen op leeftijd en geslacht
- ◆ Splitsing: resultaten zijn gesplitst in de groepen:
 - Nederlanders totaal
 - frequente Sp!tslezers (leest Sp!ts regelmatig of vaak)
 - frequente Telegraaflezers (leest De Telegraaf regelmatig of vaak)
- ◆ Onderzoekperiode: mei 2011

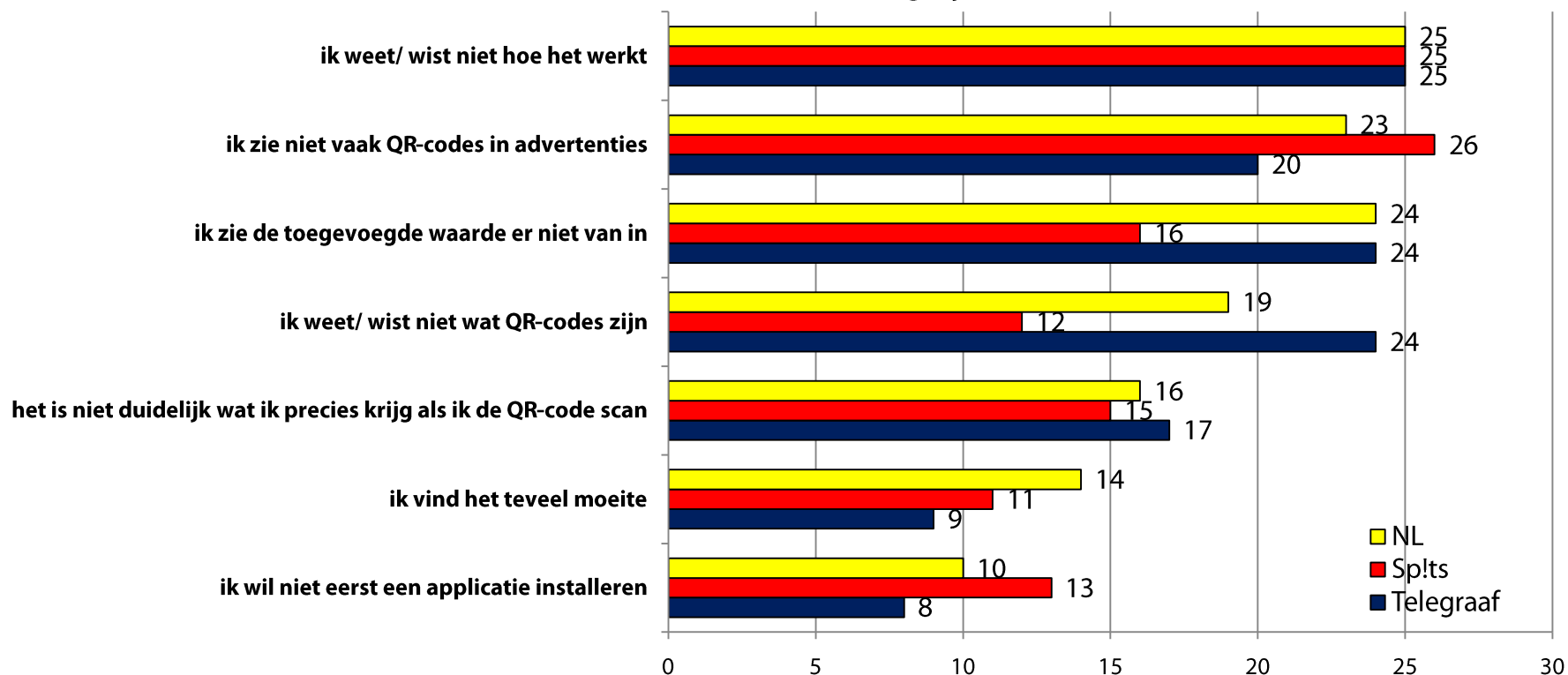
32% van de doelgroep weet hoe een QR-code werkt, waarvan 19% QR-codes ook gebruikt. Sp!tslezers zijn bekender met en gebruiken vaker QR-codes.

In hoeverre bent u bekend met QR-codes?



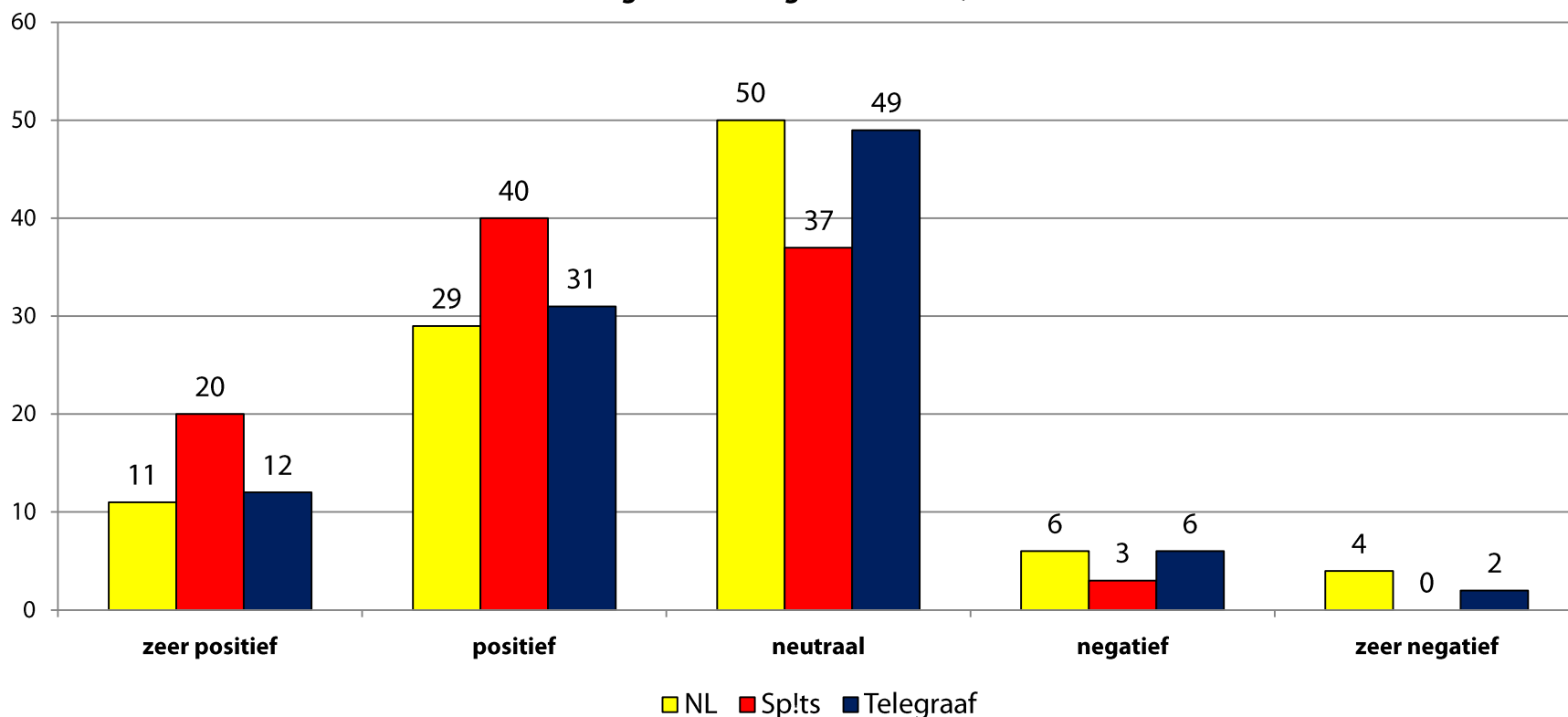
Vooral onbekendheid met QR-codes en het gebrek aan advertenties met QR-codes vormen de belangrijkste redenen waarom QR-codes niet vaker gebruikt worden.

Wat zijn de redenen waarom u niet (vaker) gebruik maakt van QR-codes?
(meerdere antwoorden mogelijk)



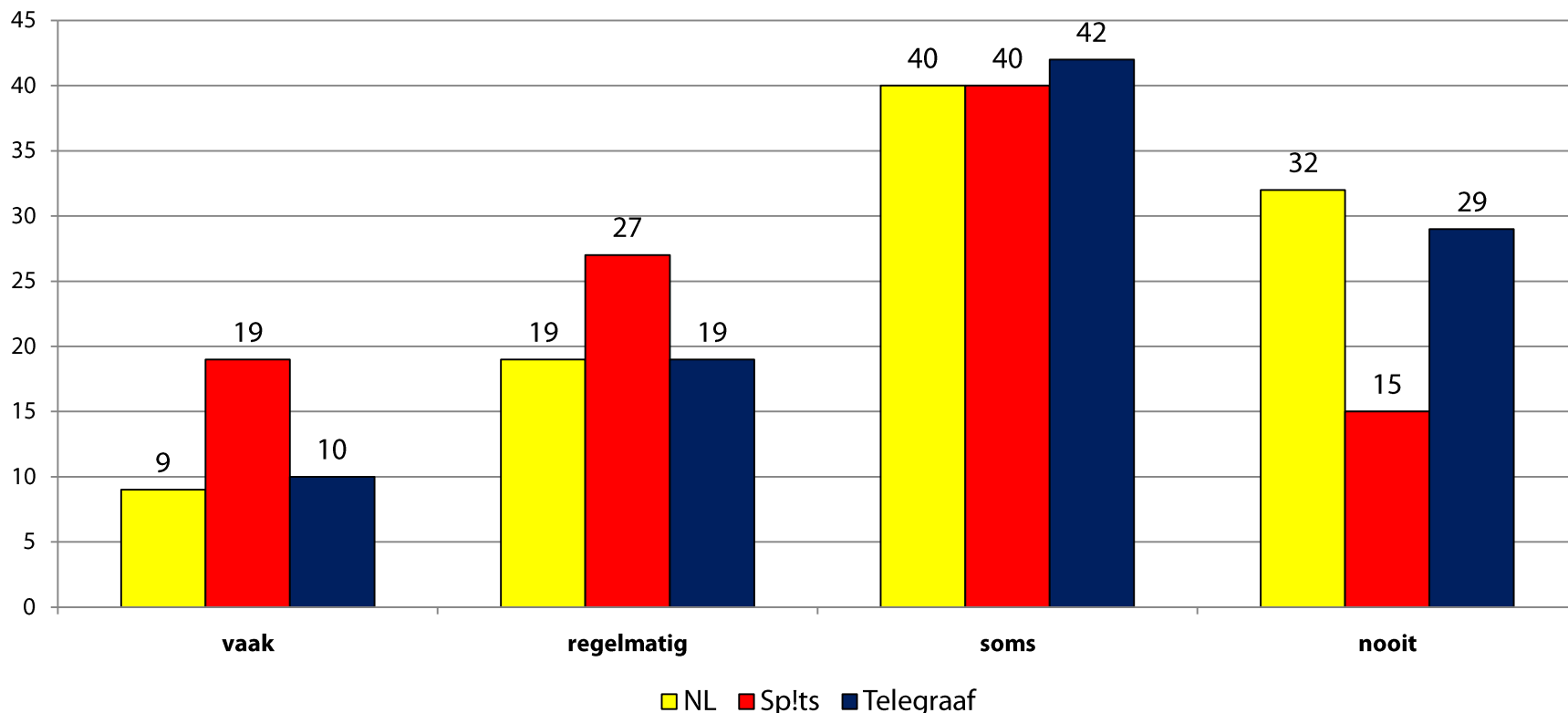
Na uitleg van QR-codes staat 40% van de doelgroep positief tegenover QR-codes in advertenties. Onder Sp!tslezers is 60% positief.

Hoe staat u tegenover het gebruik van QR-codes in advertenties?



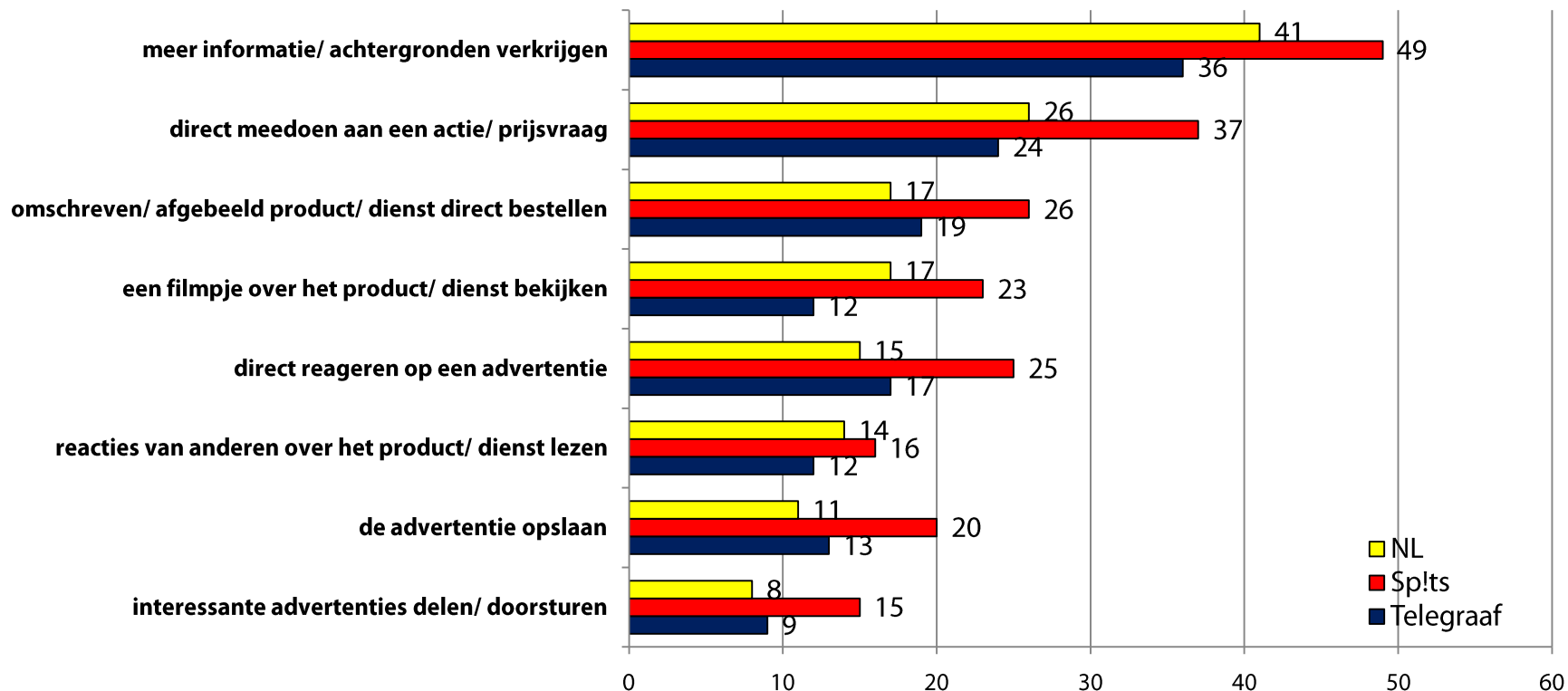
68% van de doelgroep wil QR-codes in advertenties zien, waarvan 9% vaak. Sp!tslezers willen vaker QR-codes in advertenties zien, 19% vaak.

Hoe vaak zou u QR-codes in advertenties willen zien?



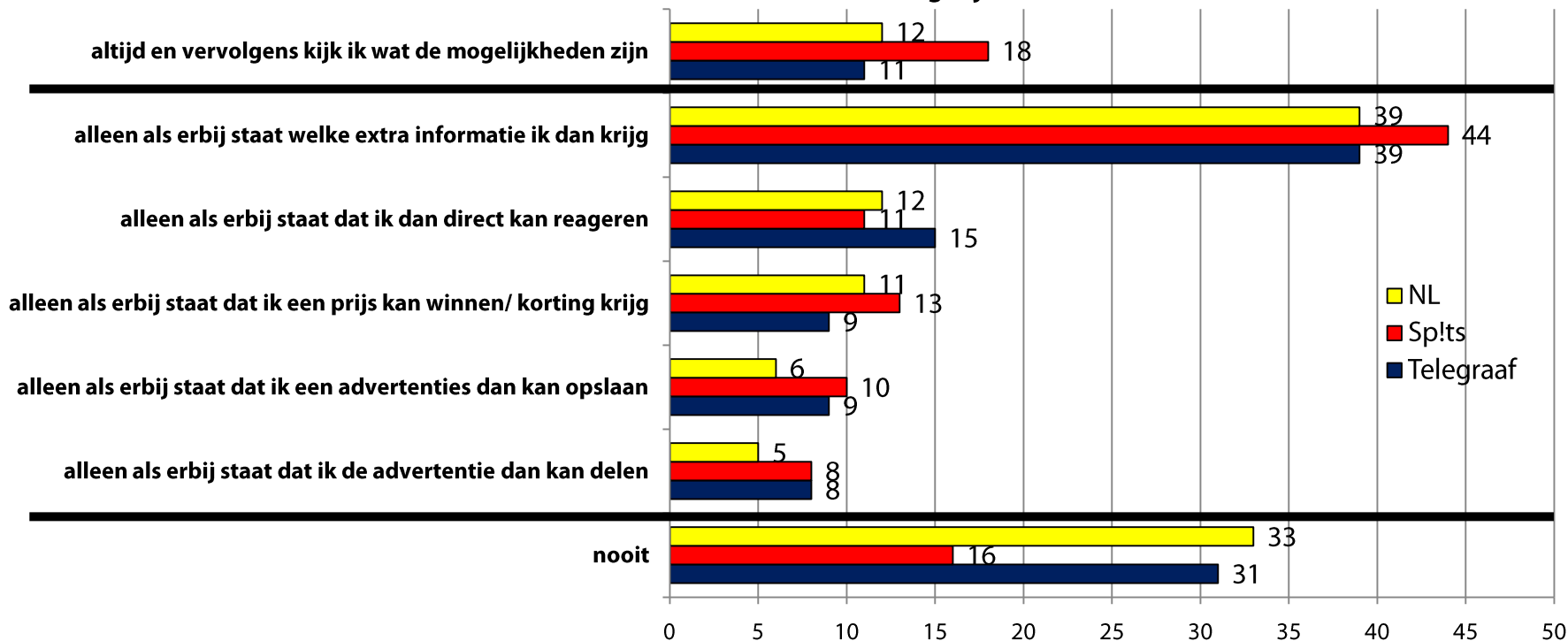
De doelgroep vindt vooral aanvullende informatie verkrijgen een interessante mogelijkheid van QR-codes, gevolgd door meedoen aan acties en direct bestellen.

Welke mogelijkheden met QR-codes vindt u interessant?
(meerdere antwoorden mogelijk)



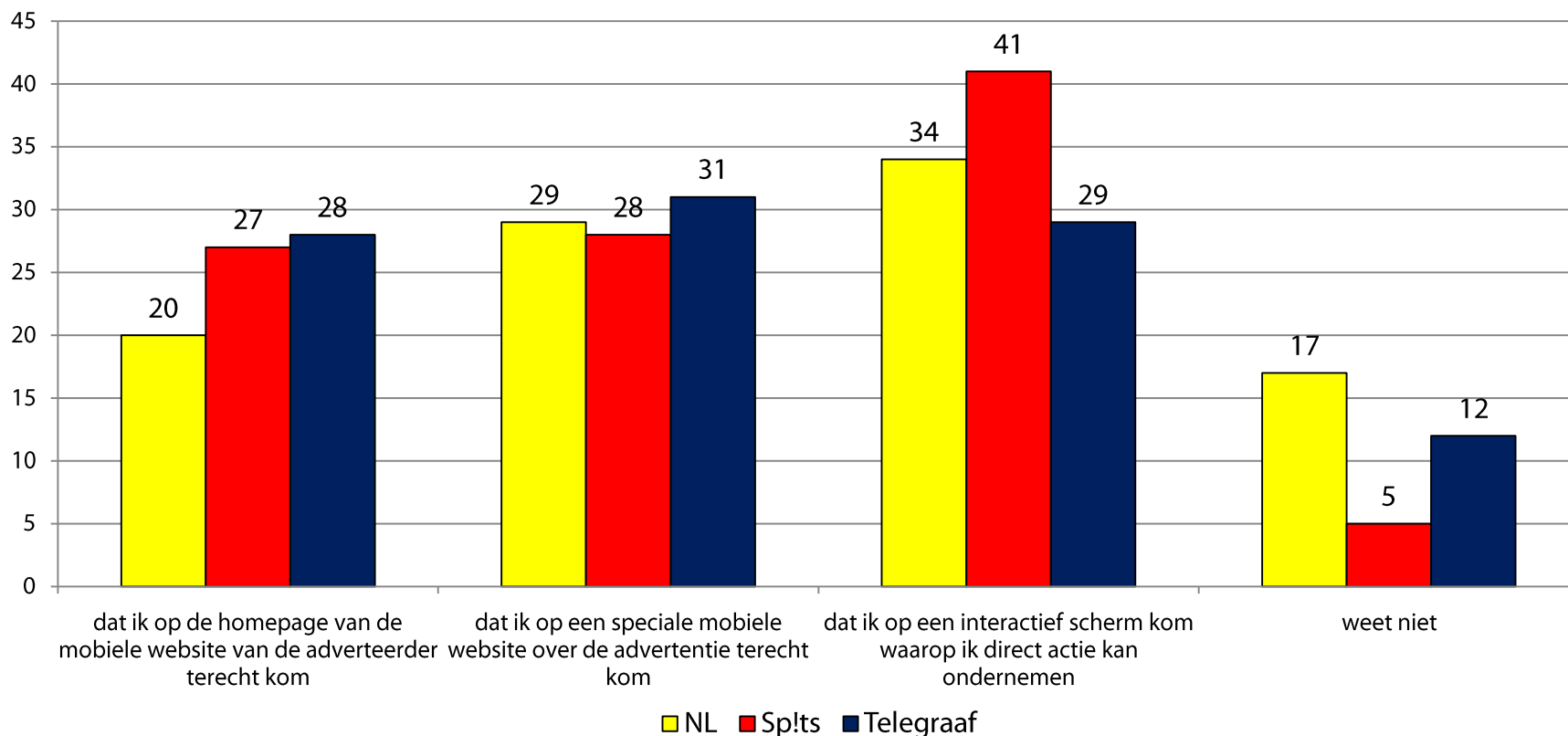
Het is voor de doelgroep belangrijk dat er bij de QR-code staat welke extra informatie men krijgt wanneer men de code scant.

Stel, u ziet een interessante vacature met daarin een QR-code.
Wanneer zal je gebruik maken van deze QR-code?
(meerdere antwoorden mogelijk)



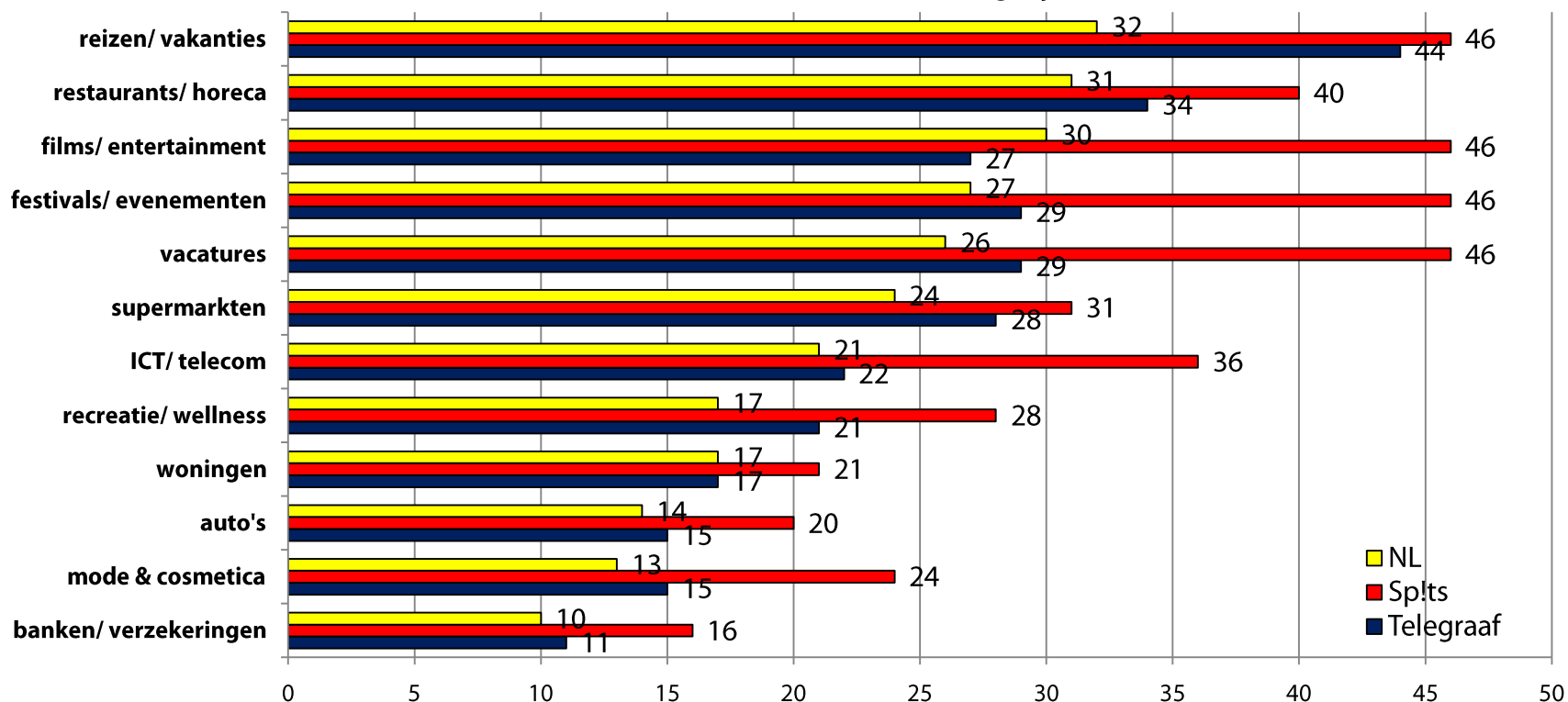
De meeste mensen verwachten na het scannen van de QR-code een interactief scherm waarmee direct actie ondernomen kan worden.

Wat verwacht u na het scannen van een QR-code?



De doelgroep vindt QR-codes vooral interessant bij advertenties van reizen, restaurants en films. Sp!tslezers vinden QR-codes tevens interessant bij festivals, vacatures en ICT/ telecom.

Bij welke soort advertenties vindt u QR-codes interessant?
(meerdere antwoorden mogelijk)



SPORTS

News & Entertainment

CONCLUSIES

Conclusies; QR-codes (1).

Doelgroep = mensen die elektronica bezitten met een camera en de mogelijkheid tot mobiel internet;

- ◆ 32% weet hoe een QR-code werkt, waarvan 19% QR-codes gebruikt
Sp!tslezers zijn bekender met en gebruiken QR-codes vaker
- ◆ vooral onbekendheid met QR-codes en het gebrek aan advertenties met QR-codes vormen de belangrijkste redenen waarom QR-codes niet vaker gebruikt worden
- ◆ na uitleg van QR-codes staat 40% positief tegenover QR-codes in advertenties
Onder Sp!tslezers is 60% positief

Conclusies; QR-codes (2).

- ◆ het is belangrijk dat er bij de QR-code staat welke extra informatie men krijgt wanneer men de code scant
- ◆ de meeste mensen verwachten na het scannen van de QR-code een interactief scherm waarmee direct actie ondernomen kan worden
- ◆ 68% wil QR-codes in advertenties zien, waarvan 9% vaak
Sp!tslezers willen vaker QR-codes in advertenties zien, 19% vaak
- ◆ vooral aanvullende informatie verkrijgen een interessante mogelijkheid van QR-codes, gevolgd door meedoen aan acties en direct bestellen
- ◆ QR-codes zijn vooral interessant bij advertenties van reizen, restaurants en films
Sp!tslezers vinden QR-codes tevens interessant bij festivals, vacatures en ICT/ telecom

VOOR MEER INFORMATIE:

WIES KERKVLIELT

BUREAU CONSUMENTEN ONDERZOEK

020.585 4197



www.telegraafmedia.nl