

فعالية رموز الإستجابة السريعة (QR) في تصميم أفكار إعلانية مبتكرة لتطبيقات الهواتف الذكية

The Efficiency of QR codes in the creativity of advertising for smart phone systems

د. مني إبراهيم عبد الرحيم

مدرس كلية الفنون التطبيقية، جامعة بنها، قسم الإعلان

د. شيماء صلاح صادق

مدرس كلية الفنون التطبيقية، جامعة بنها، قسم الإعلان

ملخص البحث:

تقدم الأسواق العالمية العديد من الحلول الخلاقة و الوسائل الإعلانية الحديثة لجذب المتلقي و بالتالي تأثر علي مدي تقبله للرسالة الإعلانية و إستجابته لمضمونها، فنجد أن تكنولوجيا نظم الهواتف الذكية أصبحت أحد الأدوات بالغة الأهمية في عالم الإعلان والتي تسمح بدورها للمتلقي بالتفاعل معها و يتناول البحث أحد الرموز (الرموز) والتي تعرف برمز (QR) والذي يقوم بدوره بعرض الإعلان للمتلقي عند التفاعل معه سواء في أحد الوسائل الإعلانية أو بالدمج بين اثنين أو أكثر من تلك الوسائل من خلال توظيف الهواتف الذكية في ماهية هذا التفاعل و الذي يترك أثراً كبيراً قي نفوس المستهلكين نظراً للفضول الذي يخلقه، مما يسبب له حالة من عدم التوازن النفسي و التي يرغب المستهلك بتغييرها من خلال التفاعل مع الإعلان، و الذي يقدم طريقة فريدة في طبيعة التفاعل تختلف عن طرق الإعلان التقليدية، حيث فرض التكامل بين أنظمة الهواتف الذكية و شبكات الأنترنيت و مواقع التواصل الإجتماعي نوعاً من الإتصال الفعال للهواتف الذكية و بين المتلقي من جهة و بين السلوك التفاعلي الإتصالي له من جهة أخرى مما يعزز من دور كود QR في الهواتف الذكية لخدمة الرسائل الإعلانية الفعالة.

و ترجع أهمية هذه الدراسة إلي توضيح فعالية الإستجابة السريعة لإعلانات نظم الهواتف الذكية بإستخدام رموز QR كنظم تفاعلية حديثة مبتكرة، و يتبع البحث الى المنهج الوصفي التحليلي لنماذج من إعلانات مطبقة بالهواتف الذكية بإستخدام (QR).

Abstract

Global markets offer many creative solutions and modern advertising tools to attract the recipient and thus affect the acceptability of the advertising message and its responsiveness to its content, we find that the technology of smart phone systems has become one of the most important tools in the world of advertising and which in turn allows the receiver to interact with it and the search addresses one of the codes that are known as the QR Code, which is a session by displaying the ad to the receiver when interacting with it either in a media or by merging two or more of those methods by employing Smart phones are what this interaction is, which has a great impact on consumers because of the curiosity it creates, which it causes him a state of psychological imbalance that the consumer wants to change by interacting with the ad, which offers a unique way in the nature of the interaction differs from the traditional advertising methods, where the integration of smart phone systems, Internet networks and social communication is a kind of effective communication for smart phones and between the recipient and the interactive behavior of his communicative The other hand enhances the role of QR code in smartphones to serve effective advertising messages.

The importance of this study is to illustrate the effectiveness of rapid response to smart phone system advertisements using QR codes as modern interactive systems innovative, The research follows the Descriptive analytical approach of models of advertisements applied to smartphones using (QR).

مقدمة:

يمثل تطور تكنولوجيا الإتصالات و التحسين المستمر لشبكات الأنترنات و إزدهار صناعة الهواتف الذكية المتنامية مدخلاً جديداً ومبتكراً في صناعة الإعلان حيث يقدم مادة إتصالية غنية عالية الفعالية والجاذبية للمستخدم ، فأصبح وسيط الإعلانات عبر الهواتف الذكية من خلال تطوير البرمجيات الإلكترونية و اللجوء إلي بعض الرموز الذكية مثل QR (وهي ما يطلق عليها رموز (الإستجابات السريعة) وتوظيفها في العملية الإعلانية لحث المستخدم علي التفاعل معها من خلال مسحها بالهاتف الذكي و الذي يوفر تلك الخاصية التي تسمح بدورها للمستخدم للدخول إلي عالم الإعلان من خلال هذا الكود والتعرف علي السلعة و الخدمة و مميزاتها و عروضها ، فتمثل مصدراً للحلول الإبداعية لخلق ماهية التفاعل بين المستخدم و الإعلان من خلال توظيف برامج خاصة لهذه الرموز و تفعيلها بطريقة سهلة الإستخدام و تعميم ثقافتها علي المستخدمين لتصبح وسيلة مرغوب بها مما يجعل المستخدم منغمس في بيئة التفاعل بطريقة فاعلة تاركاً تأثيراً فائق القوة في ذاكرة المستخدمين.

و من هنا إهتمت هذه الدراسة بتسليط الضوء علي مدي فعالية رموز الإستجابات السريعة كنظم هواتف ذكية في صناعة الإعلان من خلال منهجية تطبيق تلك التقنية كرموز و حلول إبداعية فعالة ، و يعد هذا البحث مدخلاً للتوظيف المبتكر للتكنولوجيا الحديثة والوسائط و الرموز الجديدة كبداية لإبداعية للرسائل الإعلانية.

مشكلة البحث:

تتلخص مشكلة البحث في الإجابة عن التساؤل التالي:

- كيفية توظيف فعالية تقنيات الهواتف الذكية باستخدام رموز الإستجابة السريعة QR في تصميم أفكار إعلانية مبتكرة لتقديم حلول إبداعية تفاعلية مبهرة لإثراء المضمون الإعلاني و فعالية تأثيره ؟

هدف البحث:

تسعي هذه الدراسة إلي تطوير توظيف رموز الإستجابة السريعة وتكنولوجيا نظم المعلومات و التطبيقات البرمجية الحديثة كوسائل إعلانية جذابة و مبهرة و مؤثرة في سلوك المستخدم من خلال دراسة و تحليل بعض النماذج الإعلانية التي تحتوي علي رموز الإستجابات السريعة من خلال الهواتف الذكية .

فروض البحث:

يفترض البحث أن تفعيل دور رموز الإستجابة السريعة (QR) كنظم هواتف ذكية في تصميم و إنتاج الرسائل الإعلانية المبتكرة الخاصة بالمنتجات و الخدمات يحقق نسبة عالية من الجذب و الفعالية مما يؤثر إيجاباً علي عملية الإتصال.

حدود البحث:

الحدود الموضوعية:

- عرض لمجموعة من النماذج الإعلانية المصممة برموز الإستجابة السريعة التفاعلية والتي تعتمد علي تطبيقات مخصصة لقراءتها والتي يتم تحميلها علي الهواتف الذكية الخاصة بالمستخدمين.

منهجية البحث:

يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي مصحوباً بدراسة تحليلية لعدد من النماذج الإعلانية التي توظف رموز الإستجابات السريعة عبر مسحها بالهواتف الذكية من خلال تطبيق مبرمج خصيصاً لهذا الهدف.

أدوات البحث:

- المراجع العربية والأجنبية والكتب المتخصصة في مجال البحث.
- الأبحاث العلمية المنشورة وغير المنشورة.
- الرسائل العلمية المنشورة وغير المنشورة.
- بعض المواقع الإلكترونية على شبكة المعلومات العالمية (الأنترنت).

مصطلحات البحث:**• رموز الإستجابة السريعة QR Code :**

هو عبارة عن كود ثنائي الأبعاد أو نوع من الماتريكس باركود، بداية تصنيعه صمم للسيارات يتم مسحه ضوئياً عن طريق تطبيق خاص بتلك العملية و بالطبع يتوافر بشكل مجاني التطبيق الخاص بمسح الكود و قراءته على الهواتف الذكية¹.

• التفاعلية interactivity:

تُعرف علي أنها مدي التبادل من خلال سلسلة من الإتصال، حيث ترتبط كل رسالة بالرسائل السابقة عليها وبهذا يعتبر الإتصال تفاعلياً عندما يتميز بدرجة عالية من الإستجابة ويقوم المتلقي بدور المرسل و يستجيب للرسالة الأصلية وتمثل هذه الإستجابة المكون الأساسي للتفاعلية ومن ثم لا يصبح الإتصال أحادي الإتجاه بل عملية ديناميكية بين المرسل و المستقبل².

الإطار النظري للبحث :**دراسة تاريخية عن رموز الإستجابة السريعة QR**

تلعب الميديا الإجتماعية دور بالغ الأهمية في حياة المستخدمين ولهذا السبب أصبح من الضروري للشركات و مصممين الإعلان البحث عن طريقة جديدة للحفاظ علي بقاء الإتصال مع المستخدمين، ومع تطور التكنولوجيات الخاصة بالأجهزة الذكية والمتطورة والمستخدمه يومياً كالهواتف الذكية والتي تؤمن شبكات الأنترنت أصبح المستخدم منفتح طوال الوقت علي شبكة الأنترنت ، ولهذا نجد أن تقنية رموز الإستجابات السريعة واحدة من تلك التقنيات التي تتيح للمستخدم الوصول السريع للرسائل الإعلانية الخاصة بسلعة ما أو خدمة ما و التي تتطلب ذاكرة حفظ صغيرة للغاية علي الهواتف الذكية ولهذا السبب أصبحت أكثر شهرة عند مختلف الشركات³.

وتقدم تلك الرموز الصغيرة فرصة كبيرة للإبتكار في ظل التشبع الإعلاني حيث تجعل المستخدم منغمس بحواسه المختلفة في البيئة التفاعلية الإتصالية وتحفزه لمعرفة المزيد عن هذا المنتج أو الخدمة من خلال مشاركته الفعلية في الوصول لماهية هذا الكود وإشباع فضول المستخدم عن المعلومات التي يقدمها المعلن، و تتميز هذه الرموز بالفاعلية و سهولة الإستخدام وجودة الوصول للمعلومة كاملة بل تتيح الوصول لكم كبير من المعلومات وكذلك الوصول للموقع الإلكتروني الخاص بالشركة المعلنة.

¹ <https://www.almrsal.com/post/311056>

² -حسن عماد مكاوي : الإتصال و نظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 1998 ، ص 107

³ Kirill Komarov, Ivan Dorofeev:QR code as an advertising tool, Kajaani University of Applied Sciences , 2015,p4.

ويعد رمز **QR Code** أو ما يعرف برمز الإستجابة السريعة هو عبارة عن كود ثنائي الأبعاد أو نوع من الماتريكس باركود، في بداية تصنيعه صمم للسيارات و لكن أصبح استخدامه الآن منتشر في مختلف المجالات و نجده متاح كثيراً عند الشراء أو على الأنترنت، وقد كان أول ظهور لهذا النوع من الرموز في عام 1994 من قبل شركة دانسو التي تتبع شركة تويوتا و قد تم تصنيعه للقيام بتتبع السيارات أثناء تصنيعها ، و أصبح هذا النوع من الرموز الثنائية منتشراً و بشكل كبير على مستوى العالم حيث أن الرموز الأحادية التقليدية ذات سعة إستيعابية قليلة حيث تستطيع إحتواء 20 حرفاً فقط ، أما تلك الرموز الثنائية الأبعاد فتستطيع تخزين أكثر من 4000 حرف إلى جانب 7000 رقم، لكن حتى يتم قراءة هذا الكود يجب أن تتم عملية مسح ضوئي له عن طريق تطبيق خاص بتلك العملية و بالطبع يتوافر بشكل مجاني التطبيق الخاص بمسح الكود و قراءته على الهواتف الذكية⁴.

وقد أستمدت هذه التقنية من الباركود الأحادي الموجود علي علب المنتجات و البضائع ، إلا أنها تطورت بشكل كبير في وقتنا الحالي حيث إنتشرت في وسائل الإعلان الحديثة فنجدها تظهر علي إعلانات الطرق و المجالات و الأكواب البلاستيكية و الصحف وعلني نوافذ العرض وداخل المولات التجارية و علي كافة المطبوعات بإختلاف أشكالها، ويتعرض لها المستخدم منذ إنتشار الهواتف الذكية بشكل كبير في عصر المعلومات والتكنولوجيا و مواقع التواصل فنجدها متوفرة بشكل يومي خلال تفاعل المستخدمين.

وظهرت هذه الرموز علي شكل مربعات جديدة تظهر علي الوسائل و البنائيات و البرمجيات المختلفة، وتختلف الرموز سريعة الإستجابة عن الباركود أحادي الأبعاد و الموجود علي المنتجات المختلفة التي تستخدم للتعريف بسعر المنتج وقت شراؤه خلال الخمسين سنة الماضية ، وبدأ إستخدامها بتوسع في آسيا و أوروبا و من ثم أمريكا في السنوات الحالية⁵. وتمثل الرموز سريعة الإستجابة ثنائية الأبعاد وسيلة تواصل مرئية تفاعلية تربط بين العالم الحقيقي و العالم الإلكتروني، وترشد تلك الرموز المستخدم لروابط الأنترنت من خلال الهواتف الذكية التي تحتوي علي المعلومات و الرسائل الإعلانية ، التي تنثري بدورها طبيعة تقنية **QR** و تزيد من كفاءتها في توصيل الرسائل الإعلانية بفاعلية حيث يترك التفاعل في حد ذاته أثراً بالغ القوة علي نفوس المستهلكين ويعطي إنطباع قوي عن تلك السلع والخدمات⁶.

ومما سبق يتضح لنا أهمية تلك الرموز في صياغة رسائل إعلانية تفاعلية ذات عوامل جذب عالية الفعالية في التأثير علي نفوس المستخدمين وحثهم علي المشاركة في عملية الإتصال توافقاً مع إحتياجاتهم التي تطلبت وجود الهاتف الذكي تماشياً مع لغة العصر وتوافقاً مع أهمية مواقع التواصل الإجتماعي والإتصال الدائم مع شبكة الأنترنت بشكل يومي، و كنتيجة لدراسة هذه الإحتياجات والرغبات اليومية للمستخدم أصبحت لغة رموز الإستجابة السريعة ضرورة للتفكير المبدع لمصممي الإعلان، حيث تسمح تلك الرموز بالإتصال الدائم مع المستخدم بشكل يومي والتعرف علي رغبة المستخدم و رأيه و قياس رجع الصدي من العملية الإتصالية بشكل سهل و منقن و عالي الفعالية.

كيفية تكوين رمز الإستجابة السريعة :

الرمز السريع أو الكود الثنائي الأبعاد يتكون من مربع صغير باللونين الأبيض و الأسود و في كل زاوية من زواياه الأربع يحتوي على مربع صغير ، أما المربع الكبير فيحتوي في داخله على الشفرة المطلوب حلها و قرائتها و تكون في شكل نقاط و تعرجات و التي تختلف بشكل كبير عن الكود التقليدي الذي تكون فيه على شكل خطوط عمودية متجاورة و لكنها

4 <https://www.almrsl.com/post/311056>

⁵ Kirill Komarov, Ivan Dorofeev:QR code as an advertising tool, Kajaani University of Applied Sciences , 2015,p5.

⁶ Kirill Komarov, Ivan Dorofeev:QR code as an advertising tool, Kajaani University of Applied Sciences , 2015,p5.

منفاوثة الطول و تحتها توجد بعض الأرقام ، يتم قراءة تلك الرموز بإستخدام أحد التطبيقات المبرمجة خصيصاً لتلك العملية و التي يوجد منها العديد على متجر جوجل بلاي الخاص بالأندرويد و الأبل و بشكل مجاني كتطبيقات مجانية في الهواتف الذكية⁷.



ماهية رموز الإستجابة السريعة:

ومع تزايد مبادرات الإتصال القائمة علي رموز الإستجابة السريعة تمت تجربته في أمريكا عن طريق الممثلين و الوكالات الذين سعوا إلي الإستفادة من المستوي المتساعد لتطور الهواتف الذكية وتبني إنتشار ثقافة تطبيقات الوسائل الإلكترونية في المتاجر و بداخل المولات التجارية والأسواق مثل شركات (فورد- نايك- ماكدونالدز- ستاركس- كلفن كلاين) من خلال تطبيقات الهاتف الذكي لتقديم العديد من الخدمات منها:

- تقديم كوبونات إلكترونية للزيائن لحثهم علي التغيير أوالولاء أوإعادة الشراء.
- حجز تذاكر البيع بسهولة في الوقت المناسب و بجهد قليل.
- إعطاء شعور بالإستثنائية لفئة محدودة من العملاء المستهدفين عن طريق التواصل المباشر بالبريد الإلكتروني و الهاتف الذكي.
- مراعاة ضمان التوصيل السريع للبضائع و الخدمات مباشرة للعملاء من أجل الخدمات الجارية و المستمرة.
- توجيه المستهلكين للإنتقال من التواصل الغير تفاعلي للتواصل التفاعلي عن طريق الإنترنت وصفحات الموبايل الذكية التي تحمل العديد من المعلومات المصورة.
- تسهيل الوصول للمعلومات المرغوبة و توطيد العلاقة النفسية بين المستخدم و الشركات⁸.

فاعلية و إنتشار رموز الإستجابة السريعة:

- هناك العديد من المنافع التي تعود علي المستخدمين خلال إستخدام هذه الرموز ، فهي تتيح للمستخدم كم كبير من المعلومات حول المنتج أو الخدمة أثناء أستخدام هاتفه الذكي.
- توفر علي المستخدم الكثير من الجهد فلا يحتاج إلي كتابة ، حيث يقوم فقط بمسح الكود من خلال هاتفه الذكي وعن طريق تحميل برامج وتطبيقات تم إعدادها خصيصاً لتلك الرموز تظهر له كل المعلومات الخاصة بهذا المنتج أو الخدمة بسهولة.
- تتيح للمستخدم حفظ كافة المعلومات علي هاتفه الذكي و الرجوع لها في أي وقت.

⁷ <https://www.almsal.com/post/311056>

⁸ QR Codes: A Point of View <https://www.scribd.com/document/43210587/QR-Codes-A-Point-of-View> (Accessed 3.10.2017)

- كذلك يستطيع المستخدم الوصول للمعلومات الجديدة كل يوم بدون أي جهد و بالتالي الوصول للعروض الجديدة و الخصومات الخاصة بالمنتجات والخدمات.
- تتيح رموز الإستجابة السريعة الموجودة علي المطبوعات الدخول لصفحات الأنترنترنت المعدلة بالمعلومات الجديدة كل يوم.
- يتيح للشركات إحصاء عدد المستخدمين الذين إستخدموا هذا الكود للوصول لمعلومات حول المنتج ، كذلك حصر عدد المستخدمين الذين قاموا بزيارة الموقع الإلكتروني للشركة.
- منذ إختراع هذه الكود أصبح لأي شركة أو شخص مؤسسة إنشاء هذا الكود ووضعه في الميديا أيأ كان شكله مجاناً⁹.

الوصف التقني والوظيفي لرموز الإستجابة السريعة:

تقوم هذه التقنية ببساطة علي إستخدام الهاتف الذكي أو الأجهزة الذكية مثل التابلت لمسح هذا الكود عبر الكاميرا الخاصة بالهاتف الذكي وإستخدام تطبيق خاص لقراءة هذا الكود والذي يتوفر بشكل مجاني حيث يقوم المستخدم بتحميله سواء أكان نظام الهاتف (أندرويد- ويندوز-أي فون) من الأنترنترنت ، وعندما يتم مسحه إلكترونياً يتم توجيه المستخدم ألياً لكل المعلومات و الصفحة الخاصة بهذا الكود ويسبق ظهور رموز الإستجابة السريعة الباركود القديم أحادي البعد و تقوم المساحات الضوئية بمسح المساحات العريضة البيضاء خلال الشرائط الأفقية لإستعراض المعلومات المخزنة ، أما رموز الإستجابة السريعة تحوي معلومات علي المحورين الرأسي و الأفقي ، وبالمقارنة مع الباركود أحادي البعد فهي تحوي معلومات أكثر، كذلك تقرأ من أي إتجاه حيث أنها تعتمد علي الأنماط الموجودة في الأركان الثلاثية للكود و التي تضمن قراءة سريعة له وكذلك يحتوي الكود علي مصحح للمعلومات والذي يسمح بدوره بقراءة هذا الكود بشكل سليم في حالة إصابته بتلف أو تغيير ما، ويجب أن يلتزم حجم الكود في أصغر مساحة له بـ 21*21 بكسل¹⁰.

تطبيق QR Code Reader:

تطبيق QR Code Reader هو واحد من أفضل التطبيقات المجانية التي يمكن إستخدامها للقيام بعملية مسح لرموز السريعة أو الثنائية الأبعاد حيث يستطيع التطبيق تقريباً قراءة كل الرموز من خلال كاميرا الهاتف حتي تقوم بعرض الرسالة الإعلانية التفاعلية، فيقوم المستخدم بتنصيب التطبيق QR Code Reader على الهاتف الخاص بك ، ولقيام بعملية مسح و قراءة ال QR Code تحتاج لإتباع الآتي :

- 1- قم بفتح التطبيق الموجود على هاتفك الذكي.
- 2- قم بتوجيه الكاميرا الخاصة بهاتفك الى الرمز المطلوب مسحه و قرائته .

لن يكون التطبيق مضطراً الى الإنتقاط صورة للرمز فبمجرد تشغيل التطبيق و توجيه الكاميرا نحو الرمز يقوم التطبيق بعملية مسح ضوئي للرمز تلقائياً و في خلال بضع ثواني يقوم بقرائته وترجمته ثم تظهر محتويات الإعلان بشكل تلقائي ، أما في حال إحتواء الرمز على رابط او موقع سيقوم التطبيق بتحويلك تلقائياً الى الموقع او الرابط الموجود بالرمز¹¹.

⁹ What are QR codes and what are the benefits? <http://www.businessproductivity.com/what-are-qr-codes-and-what-are-the-benefits/> (Accessed 1.10.2017)

¹⁰ QR Codes: A Point of View <https://www.scribd.com/document/43210587/QR-Codes-A-Point-of-View> (Accessed 3.10.2017)

¹¹ <https://www.almrsl.com/post/311056>

وهناك العديد من التطبيقات الخاصة بقراءة تلك الرموز و المتوفرة بشكل مجاني علي شبكة الأنترنت و التي يستطيع المستخدم تحميلها علي هاتفه الذكي بشكل سهل للغاية و بمجرد مسح الكود بكاميرا الموبايل فيقوم التطبيق بإظهار كل المعلومات المخزنة علي هذا الكود و كذلك يتيح للمستخدم الدخول لصفحة الأنترنت الخاصة بالمنتج أو الخدمة المعلن عنها.



صورة توضح مسح الكود بالهاتف الذكي من الصحف أو إعلانات المحطات

تطبيق رموز الإستجابة السريعة في الإعلان:

تهدف الإعلانات إلي إيجاد إحتياجات جديدة للمستخدمين و تلبيةها و تقوم الشركات بمقابلة مستخدميها وخلق حلول مناسبة لإحتياجاتهم فنجد أن المستهلكين يقومون بشراء السلع المختلفة تلبية لإحتياجاتهم الخاصة كحذاء سياراة سريعة أو إجراء عمليات تجميل أو إقتناء سلع محددة ، و تختلف إحتياجات المستخدمين من إحتياجات مرجوة أو إحتياجات موجودة (ظاهرة أو كامنة)، ويزداد نجاح المتسوقين بمحاولة توقع الإحتياجات المتتالية و المتوقعة للمستخدمين¹². وقد مثل عام 2003م تطوراً هائلاً في سوق الهواتف الذكية حيث إستخدم العديد من المستخدمين هواتفهم للوصول للمعلومات الخاصة بمنتجاتهم مما سمح لهم بعقد العديد من المقارنات بين المنتجات المختلفة وأسعارها ومميزاتها ، و يعتبر كود الإستجابة السريعة هو افضل أداة لتحويل سلوك المستخدم من التواصل الغير إلكتروني إلي التواصل عبر شبكة الأنترنت المعلوماتية ، فظهرت الإحصائيات بنتيجة تبين أن 250 مليون هاتف ذكي تم بيعه خلال سنة 2013، و تم تحميل 750 مليون برنامج لقراءة الرموز السريعة و منهم **Red laser- Qr Droid- Scan Buy**¹³.



توظيف رموز الإستجابة السريعة في داخل مول تجاري في سينغافور للإعلان عن تخفيضات الموسم النهائية بغية جذب إنتباه المستخدمين¹⁵

توظيف كود الإستجابة السريعة في الأماكن العامة كإعلانات الطرق¹⁴

¹² (Philip kotler: Marketing insights from A to z 80 concepts every manager needs, 2003,p30.

¹³ QR code as an advertising tool

<https://theseus.fi/bitstream/handle/10024/102779/Thesis%20QR%20codes%20Komarov%20Dorofeev.pdf?sequence=1>

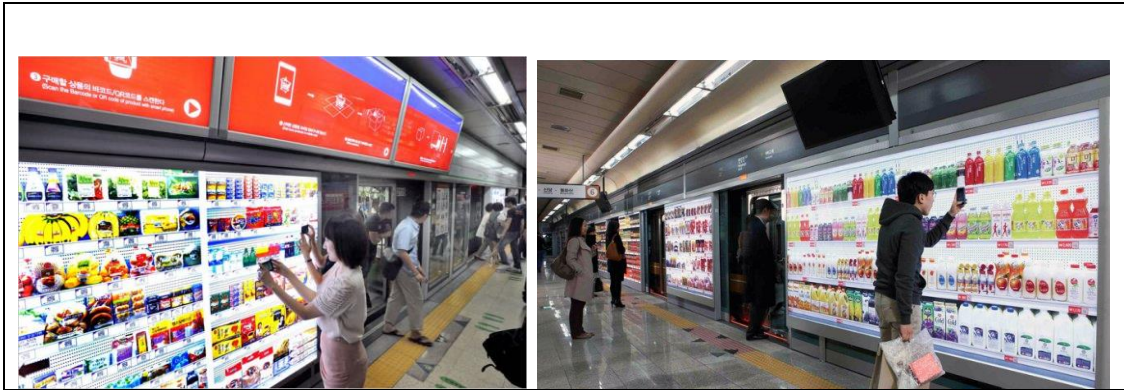
¹⁴ <http://www.creativeguerrillamarketing.com/guerrilla-marketing/qr-effectively-guerrilla-marketing-campaign>

التفاعلية في رموز الإستجابة السريعة في الإعلان:

تُعرف التفاعلية علي أنها مدي التبادل من خلال سلسلة من الإتصال ، حيث ترتبط كل رسالة بالرسائل السابقة عليها وبهذا يعتبر الإتصال تفاعلياً عندما يتميز بدرجة عالية من الإستجابة حيث يقوم المتلقي بدور المرسل و يستجيب للرسالة الأصلية وتمثل هذه الإستجابة المكون الأساسي للتفاعلية ومن ثم لا يصبح الإتصال أحادي الإتجاه بل عملية ديناميكية بين المرسل و المستقبل¹⁶.

و هي الدرجة التي يتمكن المشاركون في عملية الإتصال فيها من السيطرة وتبادل الأدوار في التفاعل و السرعة في الإستجابة و إنهاء العملية¹⁷.

ونستطيع من خلال إستخدام رموز الإستجابة السريعة توضيح دور الأساليب التفاعلية في ماهية الإعلان و مدي تأثيره و أهمية هذه التقنية في سهولة الوصول للمعلومات و حفظها و إسترجاعها و تمثل التفاعلية جوهر عصر المعلومات من خلال توظيف برمجيات و تطبيقات الهاتف الذكي كأسلوب مؤثر وقوي وفعال ، حيث أصبح بإمكان الهاتف الذكي الإستجابة لنا و تحقيق رغباتنا و إحتياجاتنا، فبمجرد الضغط علي أحد التطبيقات الخاصة برموز سريعة الإستجابة نحصل علي المعلومات التي نريدها.



وجدت شركة Tesco (أحد المحال التجارية العملاقة بكوريا الجنوبية) طريقة ذكية و بسيطة لجلب المنتجات و البضائع إلي المستخدمين من حيث أطلقت حملة الرموز السريعة التي تحمل صور المنتجات علي جدران مترو الأنفاق الكورية الجنوبية وسمح للمستخدمين تحميلها في عربة التسوق الافتراضية و بمجرد الإنتهاء يتم تجهيزها و تسليمها لبيت المستخدم، حيث يري المستخدم صورة المنتج وعندما يقرر أن يفتنيها يقوم بمسحها عن طريق الكود و كاميرا الهاتف الذكي و يحضر له تلقائياً من قبل المتجر¹⁸.

وفيما يلي نستعرض بعض التجارب المتميزة في مجال تصميم الإعلان التفاعلي بإستخدام رموز الإستجابة السريعة و التي تعتمد علي إبراز دور التفاعلية وإنغماس المستخدم من خلال هاتفه الذكي في بيئة الإعلان التفاعلية لإثراء المضمون الإعلاني و تأثيره علي المستهلك :

¹⁵ <https://www.techinasia.com/7-awesome-qr-code-marketing-campaigns>

16- حسن عماد مكاي: الإتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 1998 ، ص 107

17- نبيل علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات ، عالم المعرفة عدد 265، الكويت، 2001، ص 117.

¹⁸ <https://www.linkedin.com/pulse/worlds-first-virtual-grocery-store-cagdas-kanar>

MOBILE QR CODE

RE-INVENTED
Limited Edition Clothing Line
exclusively available at
jcpenny








jcpenny
JCP Challenge
Analysis
Product Line
Strategies
Financials
freshed Consulting

قدمت شركة JC Penney عرض خاص للمستخدمين عند شرائهم لأي منتج بإرسال هدية لشخص يحبونه وعندما يقوم بمسح الكود تظهر له هذه الهدية¹⁹



يظهر من الصورة سهولة توظيف كود الإستجابة السريعة علي المطبوعات و الأكواب و غيرها مما يسمح لمستخدم الهاتف الذكي مسح الكود و الدخول للأنترنت للوصول للمعلومات حول هذا المنتج²⁰.

¹⁹ <http://www.businessnewsdaily.com/1857-qr-code-marketing.html>

²⁰ <https://www.google.com/eg/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fwww.namoooh.com%2Fnews%2Fwp-content%2Fuploads%2F2012%2F06%2FQR-Code-Java-Sleeve.jpg&imgrefurl=https%3A%2F%2Fwww.namoooh.com%2Fnews%2F2012%2F06%2Fthe-psychology-of-qr-code-advertising-in-college-marketing-2%2F&docid=Vl6prhL8GLb0uM&tbid=bG1sMnwPMDxNbM%3A&vet=10ahUKEwjY7pHUleHWAhWFK8AKHQ-oCBcQMwicASgKMAo..i&w=1024&h=768&bih=650&biw=1360&q=qr%20code%20in%20advertising&ved=0ahUKEwjY7pHUleHWAhWFK8AKHQ-oCBcQMwicASgKMAo&iact=mr&uact=8>



إعلان عن موقع إلكتروني للتسويق عن المنتجات يظهر فيه كود الإستجابة السريع ليقوم المستخدم بمسحه و الدخول لصفحة الموقع الإلكتروني للتصفح و التعرف علي المنتجات التي يقدمها²¹



قدمت شركة Phillips فكراً إبداعياً جديداً في توظيف رموز الإستجابة السريعة حيث أنها قامت برسمه علي المنشأة الخاصة بها حتى يصبح من السهل التعرف عليها من تطبيق Google Maps²²

²¹https://www.google.com/eg/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fstatic1.squarespace.com%2Fstatic%2F59126b5cb8a79b9ddb638d%2Ft%2F591e6d95f7e0ab400c8c94d4%2F1495670681188%2Febay%2Bmobile%2Bqr%2Bcode&imgrefurl=http%3A%2F%2Fwww.purelearning.com.au%2Fblog%2Flearning%2Fguide-qr-codes-elearning&docid=xK8_2SmISMubNM&tbnid=dNT6Qfp317KiUM%3A&vet=10ahUKEwjY7pHUleHWAhWFK8AKHQ-oCBcQMwiSASgAMAA..i&w=610&h=488&bih=650&biw=1360&q=qr%20code%20in%20advertising&ved=0ahUKEwjY7pHUleHWAhWFK8AKHQ-oCBcQMwiSASgAMAA&iact=mrc&uact=8

²² <http://www.businessnewsdaily.com/1857-qr-code-marketing.html>



تقدمت شركة هايوز بفكرة خلاقة في استخدام رموز الإستجابة السريعة حيث أنها صممت تطبيق يسمح للمستخدم عند مسحه لهذا الكود بترك رسائل شكر للقوات الجوية مع العلم بتبرع شركة هايوز بـ 57 سنت لكل رسالة لصالح الجيش الأمريكي²³



يتضح لنا من الشكل السابق سهولة توظيف كود الإستجابة السريعة في الاماكن العامة و توظيف الرسائل بشكل سهل وسريع²⁴

²³ <https://www.google.com/eg/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Ft4ever.files.wordpress.com%2F2012%2F01%2Fheinz-qr.jpg&imgrefurl=https%3A%2F%2Fbrandsandinnovation.com%2F2011%2F01%2F09%2Fthe-problem-with-qr-codes%2F&docid=GjKZMUE2m4FYtM&tbnid=HTb01OX5EGUdfM%3A&vet=10ahUKEwjY7pHUleHWAhWFK8AKHQ-oCBcQMwjLASgvMC8..i&w=1280&h=768&bih=650&biw=1360&q=qr%20code%20in%20advertising&ved=0ahUKEwjY7pHUleHWAhWFK8AKHQ-oCBcQMwjLASgvMC8&iact=mr&uact=8>

²⁴ https://www.google.com/eg/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fwww.frankfurt-airport.com%2Fcontent%2Fdam%2FAirport%2FAIK_Parken%2FQR_Feature_Image.jpg%2F_jcr_content%2Frenditions%2Fcq5dam.web.1280.1280.jpeg.%2Fcq5dam.web.1280.1280.jpeg&imgrefurl=https%3A%2F%2Fwww.frankfurt-airport.com%2Fen%2Fflights---more%2Ftransfer.detail.suffix.html%2Farticle%2Fflights-and-more%2Fparking-general-



عرضت شركة ستاربكس طريقة مبتكرة للتعرف علي المزيد عن القهوة من خلال الإعلان عن تلك الرموز من خلال الصحف و المجالات لتعزيز تطبيق الهاتف الذكي و التعرف علي تاريخ الشركة و الخبراء.²⁵



قدمت شركة فيكتوريا سيكريت فكرة مميزة لتوظيف رموز الإستجابة السريعة لبيع المنتجات النسائية²⁶

information%2Fparking-with-qr-code.html&docid=hAaG5u8GBnDqIM&tbnid=bl-oazOGQka29M%3A&vet=10ahUKEwju4MiMluHWAhVoK8AKHTuIAsE4yAEQMwhMKEowSg..i&w=1280&h=720&bih=650&biw=1360&q=qr%20code%20in%20advertising&ved=0ahUKEwju4MiMluHWAhVoK8AKHTuIAsE4yAEQMwhMKEowSg&iact=mrc&uact=8

²⁵ <http://www.businessnewsdaily.com/1857-qr-code-marketing.html>

النتائج:

- 1- استخدام تطبيقات رموز الإستجابة السريعة تضيء نوعاً من التفاعل المؤثر علي الرسائل الإعلانية ناهيك عن فاعليتها كتطبيقاً مجانياً.
- 2- تقدم تقنية رموز الإستجابة السريعة في النماذج الإعلانية حلوياً مبتكرة تثري مضمون الرسائل الإعلانية.
- 3- يشكل سهولة تطبيق تقنية الإستجابة السريعة في الوسائل الإعلانية المختلفة عاملاً محفزاً يزيد من فعالية الرسائل الإعلانية ووصولها للمستخدم.
- 4- مجانية التعامل مع الرموز سريعة الإستجابة و إتاحة تطبيقها للمستخدم قدم لمصمم الإعلان فرصة ذهبية لإستخدامها كوسيلة إعلانية فعالية.
- 5- يُعد تطبيق رموز الإستجابة السريعة في إعلانات المجلات و المطبوعات و صفحات الأترنت أحد التقنيات العصرية التي تسمح للمستخدم بالدخول لصفحات الأترنت بشكل مباشر.
- 6- يُعد تطبيق رموز الإستجابة السريعة أحد أشكال الإتصال التفاعلي ويتميز بدرجة عالية من الإستجابة حيث يسمح للمستخدم بالمشاركة الفعلية في عملية إتصالية مزدوجة الاتجاه.
- 7- يرتبط فن الإعلان بالتطور الزمني و التقني للعصور.
- 8- إبتكار الوسائل الإعلانية الجديدة كرموز الإستجابة السريعة ضرورة ملحة طبقاً لتطور العصر و تطور إحتياجات المستخدم الذكية الجديدة.
- 9- تسمح الإستخدامية للأجهزة الذكية الجديدة بتقديم حلول تفاعلية ذات تأثير إيجابي علي المستخدمين.
- 10- تعتمد الرموز سريعة الإستجابة علي الإبتكار في الربط بين المنتج و فكرته الإعلانية.
- 11- يساعد القيم التفاعلية في رموز الإستجابة السريعة علي تجنب الآثار السلبية للتشبع الإعلاني.
- 12- يساعد التطور التكنولوجي وشبكة المعلومات في تقديم رسائل إعلانية فعالة و متطورة.
- 13- يعتبر الإعلان المتفاعل ذا تأثير قوي علي المستخدم المنغمس في بيئته التفاعلية.
- 14- تؤدي الطرق الغير تقليدية في إبتكار الرسائل الإعلانية إلي درجة عالية من الإهتمام من المستخدمين.

التوصيات:

- 1- يجب علي مصممي الإعلان الإهتمام بأشكال التفاعل الجديدة التي تضيف عناصر الإبهار و الجذب للإعلان إرضاء لإحتياجات المستخدمين في عصر المعلومات.
- 2- ضرورة تسهيل العملية الإتصالية علي المستخدم بإستخدام السبل الجديدة والمتطورة لتوطيد العلاقة بين الشركة المنتجة و المستخدم.
- 3- ضرورة الخروج عن الإطار التقليدي في تقديم الأفكار الإبداعية للإعلان و جذب المستخدم وإنغماس أكبر عدد من حواسه في الإطار الإعلاني لإثارة إهتمامه بالمنتج أو الخدمة.
- 4- الإهتمام بزيادة درجة مشاركة المستخدم في العملية الإتصالية لتجنب الآثار السلبية للتزاحم الإعلاني في أشكال الإعلانات المختلفة.
- 5- ضرورة التركيز علي مميزات الوسائل الإعلانية و إتاحتها بشكل يسير للمستخدم.

²⁶ <http://www.businessnewsdaily.com/1857-qr-code-marketing.html>

المراجع العربية :

- 1- حسن عماد مكاوي: الإتصال و نظرياته المعاصرة، الدار المصرية 107 اللبنانية، القاهرة، 1998.
- 2- نبيل علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفة عدد 265، الكويت، 2001.

المراجع الأجنبية :

- 1- Kirill Komarov, Ivan Dorofeev: QR code as an advertising tool, Kajaani University of Applied Sciences , 2015.
- 2- Philip Kotler: Marketing insights from A to Z 80 concepts every manager needs, 2003.
- 3- QR code as an advertising tool
<https://theseus.fi/bitstream/handle/10024/102779/Thesis%20QR%20codes%20Komarov%20Dorofeev.pdf?sequence=1>
- 4- What are QR codes and what are the benefits? <http://www.businessproductivity.com/what-are-qr-codes-and-what-are-the-benefits/> (Accessed 1.10.2017)
- 5- QR Codes: A Point of View <https://www.scribd.com/document/43210587/QR-Codes-A-Point-of-View> (Accessed 3.10.2017)
- 6- QR Codes: A Point of View <https://www.scribd.com/document/43210587/QR-Codes-A-Point-of-View> (Accessed 3.10.2017)

المواقع الإلكترونية:

- 1- <https://www.almrsal.com/post/311056>
- 2- <http://www.creativeguerrillamarketing.com/guerrilla-marketing/qr-effectively-guerrilla-marketing-campaign>
- 3- <https://www.techinasia.com/7-awesome-qr-code-marketing-campaigns>
- 4- <https://www.linkedin.com/pulse/worlds-first-virtual-grocery-store-cagdas-kanar>
- 5- <https://www.google.com.eg/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fwww.namoooh.com%2Fnews%2Fwp-content%2Fuploads%2F2012%2F06%2FQR-Code-Java-Sleeve.jpg&imgrefurl=https%3A%2F%2Fwww.namoooh.com%2Fnews%2F2012%2F06%2Fthe-psychology-of-qr-code-advertising-in-college-marketing-2%2F&docid=Vl6prhL8GLb0uM&tbnid=bG1sMnwPMDxNbM%3A&vet=10ahUK EwjY7pHUleHWAhWFK8AKHQ-oCBcQMwicASgKMAo..i&w=1024&h=768&bih=650&biw=1360&q=qr%20code%20in%20advertising&ved=0ahUKEwjY7pHUleHWAhWFK8AKHQ-oCBcQMwicASgKMAo&iact=mr&uact=8>
- 6- https://www.google.com.eg/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fstatic1.squarespace.com%2Fstatic%2F59126b5cb8a79b9ddbee638d%2Ft%2F591e6d95f7e0ab400c8c94d4%2F1495670681188%2Febay%2Bmobile%2Bqr%2Bcode&imgrefurl=https%3A%2F%2Fwww.purelearning.com.au%2Fblog%2Flearning%2Fguide-qr-codes-elearning&docid=xK8_2SmISMubNM&tbnid=dNT6Qfp317KiUM%3A&vet=10ahUKEwjY7pHUleHWAhWFK8AKHQ-

- oCBcQMwiSASgAMAA..i&w=610&h=488&bih=650&biw=1360&q=qr%20code%20in%20advertising&ved=0ahUKEwjY7pHUleHWAhWFK8AKHQ-
oCBcQMwiSASgAMAA&iact=mrc&uact=8
- 7- [https://www.google.com.eg/imgres?imgurl=http%3A%2F%2Fwww.smartfashionmarketing.com.au%2Fimages%2Fposts%2Ffashion-advertising-qr-code.jpeg&imgrefurl=http%3A%2F%2Fwww.smartfashionmarketing.com.au%2Ffashion-advertising%2Ffashion-advertising-tip-how-to-utilise-qr-codes-for-better-response%2F&docid=9tuxl81VOtKxyM&tbnid=XmVxWUnZ4gWF4M%3A&vet=10ahUKEwjY7pHUleHWAhWFK8AKHQ-
oCBcQMwiXASgFMAU..i&w=400&h=306&bih=650&biw=1360&q=qr%20code%20in%20advertising&ved=0ahUKEwjY7pHUleHWAhWFK8AKHQ-
oCBcQMwiXASgFMAU&iact=mrc&uact=8](https://www.google.com.eg/imgres?imgurl=http%3A%2F%2Fwww.smartfashionmarketing.com.au%2Fimages%2Fposts%2Ffashion-advertising-qr-code.jpeg&imgrefurl=http%3A%2F%2Fwww.smartfashionmarketing.com.au%2Ffashion-advertising%2Ffashion-advertising-tip-how-to-utilise-qr-codes-for-better-response%2F&docid=9tuxl81VOtKxyM&tbnid=XmVxWUnZ4gWF4M%3A&vet=10ahUKEwjY7pHUleHWAhWFK8AKHQ-
oCBcQMwiXASgFMAU..i&w=400&h=306&bih=650&biw=1360&q=qr%20code%20in%20advertising&ved=0ahUKEwjY7pHUleHWAhWFK8AKHQ-
oCBcQMwiXASgFMAU&iact=mrc&uact=8)
- 8- [https://www.google.com.eg/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Ftxt4ever.files.wordpress.com%2F2012%2F01%2Fheinz-qr.jpg&imgrefurl=https%3A%2F%2Fbrandsandinnovation.com%2F2011%2F01%2F09%2Fthe-problem-with-qr-codes%2F&docid=GjKZMUE2m4FYtM&tbnid=HTb01OX5EGUdfM%3A&vet=10ahUKEwjY7pHUleHWAhWFK8AKHQ-
oCBcQMwjLASgvMC8..i&w=1280&h=768&bih=650&biw=1360&q=qr%20code%20in%20advertising&ved=0ahUKEwjY7pHUleHWAhWFK8AKHQ-
oCBcQMwjLASgvMC8&iact=mrc&uact=8](https://www.google.com.eg/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Ftxt4ever.files.wordpress.com%2F2012%2F01%2Fheinz-qr.jpg&imgrefurl=https%3A%2F%2Fbrandsandinnovation.com%2F2011%2F01%2F09%2Fthe-problem-with-qr-codes%2F&docid=GjKZMUE2m4FYtM&tbnid=HTb01OX5EGUdfM%3A&vet=10ahUKEwjY7pHUleHWAhWFK8AKHQ-
oCBcQMwjLASgvMC8..i&w=1280&h=768&bih=650&biw=1360&q=qr%20code%20in%20advertising&ved=0ahUKEwjY7pHUleHWAhWFK8AKHQ-
oCBcQMwjLASgvMC8&iact=mrc&uact=8)
- 9- https://www.google.com.eg/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fwww.frankfurt-airport.com%2Fcontent%2Fdam%2FAirport%2FIK_Parken%2FQR_Feature_Image.jpg%2F_jcr_content%2Frenditions%2Fcq5dam.web.1280.1280.jpeg.%2Fcq5dam.web.1280.1280.jpeg&imgrefurl=https%3A%2F%2Fwww.frankfurt-airport.com%2Fen%2Fflights---more%2Ftransfer.detail.suffix.html%2Farticle%2Fflights-and-more%2Fparking-general-information%2Fparking-with-qr-code.html&docid=hAaG5u8GBnDqlM&tbnid=bl-oazOGQka29M%3A&vet=10ahUKEwju4MiMluHWAhVoK8AKHTuIAsE4yAEQMwhMKEowSg..i&w=1280&h=720&bih=650&biw=1360&q=qr%20code%20in%20advertising&ved=0ahUKEwju4MiMluHWAhVoK8AKHTuIAsE4yAEQMwhMKEowSg&iact=mrc&uact=8
- 10- <http://www.businessnewsdaily.com/1857-qr-code-marketing.html>