

Ny undersøgelse om danskernes brug af QR koder er på gaden!



Grafisk Arbejdsgiverforening og YouGov var ude med landets første... Nu følger Okari Mobile i samarbejde med Analyse Danmark trop, og disker op med en ny spændende undersøgelse om danskernes brug af QR koder.

Der er bestemt sammenfald mellem de to undersøgelser og der begynder at tegne sig et godt billede af danskerne brug af de små fantastiske QR koder. Denne undersøgelse er koncentreret om 1.379 respondenter, der er indehavere af en eller flere smartphones.

Først et kig på

Kendskabet til QR koder

- 70,6 % kender til QR koder
- 29,4 % kender ikke til QR koder

Aldersmæssigt viser undersøgelsen, at det både er den helt unge og den halvgamle, der kender til QR koderne.

- 90,9% af de 0-17 årige
- 83,9% af de 18-29 årige
- 83,9% af de 30-39 årige
- 69,9% af de 40-49 årige
- 66,1% af de 50-59 årige
- 65,6% af de 60-69 årige og
- 40% af målgruppen i alderen 70+ kender til QR koderne

Af alle de adspurgte havde 65% allerede haft scanner applikationen i drift og scannet én eller flere QR koder. Til spørgsmålet om de ville scanne yderligere i fremtiden var svaret klart:

- 96,5% svarede ja
- 1,4% svarede nej
- 2,1% svarede ved ikke

Kønsfordeling

Der tegner sig igen et billede af, at mændene pt. er mest fremme i bussen

- 74,8% af alle mænd med en smartphone har scannet QR koder
- 64,2 % af alle kvinder med en smartphone har scannet QR koder

Med et kig i krystalkuglen, viser det sig også at mændene er mest positive overfor QR koderne i fremtiden;

96,8% af mændene og 95,9% af kvinderne er så positive, at de forventer at scanne yderligere i fremtiden.

Relevans

Er du trofast læser her på bloggen, ved du, at en af de største "synder" i brugen af QR koder er ikke at lede ind til mobiloptimeret og relevant indhold. Endnu engang bliver det - nu også af brugerne - slået fast med syv tommers søm, at du skal tage ordene meget seriøst, hvis du vil have succes. For tallene taler deres tydelige sprog om, hvad brugeren rent faktisk mener om relevansen af de kampagner, der p.t. er på gaden:

- KUN 9% af respondenterne mente, at indholdet var relevant!
- 44,9% mente det var relevant i nogen grad!
- 28% mente det i mindre grad var relevant!

Her bliver QR koderne brugt, set og scannet

Som Grafisk Arbejdsgiverforening også gjorde i deres undersøgelse, er der også i denne blevet spurgt om, hvor respondenterne har set QR koderne. Igen tegner der sig et godt billede af markedsførenes brug.

- 75,2% har set QR koder i annoncer/magasiner
- 47,1% har set QR koder på internettet
- 42,2% har set QR koder på outdoor
- 34,3% har set QR koder i tilbudsaviser
- 15,8% har set QR koder på breve
- 3,3% har set QR koder på TV
- 26,7% har set QR koderne et andet sted
- 5,2% husker ikke, hvor de har set QR koderne

Analysen fra Okari Mobile og Analyse Danmark er foretaget i perioden 9-12 september 2011.