

Le QR code

On parle beaucoup de logos et de sites pour communiquer, certes, c'est important, voire primordial, mais la problématique des SEO et des diverses façons d'appâter le chaland est récurrente. Le logo, ça attire l'œil, mais ça n'incite pas forcément les gens à se rendre sur votre site. Il faut aider le prospect à venir vous voir. Alors, oui, il y a les rabatteurs qui vous chopent dans la rue en vous promettant monts et merveilles et qui vont faire tout pour vous amener dans leur établissement. Sauf qu'avec cette approche, on a envie de tout sauf de le suivre.

Avez-vous pensé au QR code ? Vous savez ce petit damier qui ne ressemble à rien mais qui, pourtant, est fort utile pour procurer un moyen de se rendre sur votre site...

Pour générer un QR code, rien de plus facile ; il y a pléthore de sites permettant de le faire, sans même avoir à s'inscrire. Pour ce qui est du support, outre tous les réseaux sociaux permettant de toucher bon nombre de personnes, il est tout à fait possible de sortir des cadres classiques que sont la carte de visite ou autre flyers. Notamment pour la diffusion locale.

L'époque des hommes-sandwichs est révolue, mais elle peut tout de même donner à réfléchir : pourquoi ne pas porter un tee-shirt avec le logo et le QR code sur soi ? Là encore, il n'est pas question d'arborer fièrement un gros QR code sur la poitrine quand on se balade dans la rue. Ça fera sans doute rire les passants, mais ça n'ira pas plus loin. En revanche, si vous le faites dans une manifestation sociale ou sportive, vous pouvez profiter de l'ambiance et d'une plus grande ouverture d'esprit inhérente au partage des valeurs.

« Un bon croquis vaut mieux qu'un long discours [sic] »

Du temps où je faisais du sport, j'ai eu l'occasion d'aider une amie qui montait son affaire : un business autour du recyclage des coquilles d'huitre. Quelque chose de très local puisque la cible principale en était les girondins. Lorsque je participais à des compétitions de course à pied, je portais très souvent un tee-shirt technique avec son logo ainsi que son QR code. Les discussions allant bon train dans ce type d'événement, j'ai beaucoup eu l'occasion de répondre à des interrogations d'autres coureurs : « Quel est le principe de l'activité ? », « A qui cela s'adresse-t-il ? », « Comment peut-on avoir plus de renseignement ? », « Comment peut-on joindre quelqu'un ? », ... Ma réponse était souvent « Prends le QR Code et tu sauras tout ce que tu veux savoir ». Il était fréquent que, presque par amusement, les gens effectuaient un scan sur place. L'avantage avec cette approche, c'est qu'un lien est directement fait avec les potentiels clients et surtout que le scan était enregistré sur leur portable pour pouvoir être utilisé par la suite. Plus de problème de mémoire ou d'oubli : le code était à leur disposition.

Cela est-il vraiment efficace ? Indéniablement ! nous avons pu régulièrement noter des augmentations de fréquentation du site dans les jours qui suivaient les événements. Mon amie était ravie de ce mode de prise de contact et me poussait à renouveler tant que faire se pouvait mes interventions... J'en ai couru des kilomètres !

Certes, cet exemple reste dans le cadre d'une diffusion locale, mais elle est bien réelle. Alors pourquoi ne pas l'étendre à plus grande échelle ?