



Mobile Tagging

# Food-Marketing: Nutzen mobiler Websites

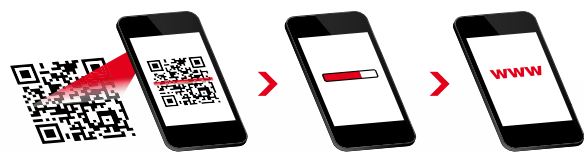
## Neue Wege für das Marketing

Die Verbreitung von Smart Phones hat rasant zugenommen, Mobilfunkverträge beinhalten den Internetzugang als Flatrate und die Übertragungsraten für den mobilen Empfang haben sich wesentlich verbessert. Auch neue Geräteentwicklungen mit verbessertem Display und höherem Bedienkomfort sowie Websites mit einer auf Smartphones und iPads angepassten Bildschirmauflösung fördern die Nutzung des mobilen Internets.

Die steigende Nutzung des Internets mit Smart Phones bietet dem Marketing jetzt vielfältige, neue Möglichkeiten, Kunden zu erreichen und mit Ihnen zu kommunizieren.

## QR-Code Marketing

Mithilfe von QR-Codes (Quick Response Code) entfällt nicht nur das lästige Eintippen der URL, um eine Website mit dem Handy aufzurufen. Der QR-Code ist die nutzerfreundliche Verbindung vom Druckerzeugnis zum Internet. So können Produkte, Werbematerialien oder Anzeigen leicht mit mobilen Websites verknüpft werden, die einen Mehrwert bieten: Produkt- oder Bestellinformationen, Empfehlungen, Services, interaktive Anwendungen oder Videos.



## Einsatz und Nutzen für das Food-Marketing

Produktbezogene Onlineinformationen werden besonders von Verbrauchern genutzt, wenn aufgrund persönlicher Neigung und Situation oder aus gesundheitlicher Gründen ein hohes Informationsbedürfnis zum Produkt selbst besteht (Babynahrung, diabetische, glutenfreie oder laktosefreie Nahrungsmittel, etc.); oder wenn zusätzliche Anreize durch den Hersteller geschaffen werden (Gewinnspiele, Unterhaltung, Verwendungshinweise, etc.).



Lohnenswert ist die Bereitstellung zusätzlicher Informationen für den Hersteller in der Regel dann, wenn sein Produkt qualitative Vorteile gegenüber Wettbewerbsprodukten hat (biologisch, wertvolle Inhaltsstoffe, Frische, etc). Kunden, die sich bewusst ernähren und Personen mit gesundheitlichen Einschränkungen dürften Zusatzinformationen besonders schätzen.

### **Neukundengewinnung und Produkteinführung**

Mobile Websites in Verbindung mit QR-Codes bieten einen Vorteil bei der Einführung von neuen Produkten und bei der Gewinnung neuer Kunden:

- QR Codes fallen auf und regen zum Aufruf der Website an
- Durch QR-Code und Zusatzinformationen auf mobilen Websites wird eine positive Differenzierung zu Produkten geschaffen, die diese Informationen nicht bieten
- Mobil verfügbare Informationen bieten eine bessere Vergleichbarkeit von Produkten
- Der Aufruf der Website ist einfach, so dass sie häufig schon im Geschäft geöffnet wird

### **Inhalte und Anwendungen für das mobile Food-Marketing**

Verpackungen und Etiketten oder schneller wechselnde Werbemittel wie Plakat, POS-Drucksachen oder Anzeigen bieten Platz für QR-Codes. Verbraucher können die Online-Informationen an Ort und Stelle aufrufen - nämlich dort, wo es Sie interessiert: *Im Geschäft, in der Küche, beim Essen, im Gespräch, usw.*

- Inhalte können auf der Website in einer lesbaren Größe dargestellt werden
- Informationen zu Haltbarkeit und Ablaufdatum
- Gesundheitlich relevante Informationen: Herkunft, Gefahren, Eigenschaften wie biologisch, glutenfrei, laktosefrei, diabetisch, etc.
- Verwendungshinweise und Rezepte
- Hinweise auf komplementäre oder ähnliche Produkte
- Gewinnspiele und Couponing
- Interaktive Verbraucherumfragen und Bewertungen
- Anwendung im Krisenmanagement, z.B. bei Verunreinigungen

