

Etichette interattive

In questi ultimi anni gli smartphone hanno conquistato il mercato della telefonia mobile, addirittura superando le vendite dei normali telefoni cellulari. Nel secondo trimestre 2011 in Europa si sono infatti venduti quasi 22 milioni di smartphone rispetto a 20,4 milioni di normali telefonini.

Questo successo ha cambiato le abitudini di utilizzo del telefono cellulare, tanto che oggi gli smartphone sono considerati indispensabili per la vita quotidiana. I proprietari fanno sempre più affidamento su questi dispositivi. Il 47% accede a Internet ogni giorno dal proprio smartphone e la maggior parte non esce mai di casa senza.

Gli smartphone permettono agli utenti di navigare nella rete a livello mondiale, ma si cercano sempre più frequentemente notizie locali.

Il 90% degli utenti smartphone cerca informazioni locali sul proprio telefono e l'86% intraprende un'azione come conseguenza, ad esempio effettua un acquisto o contatta un'attività commerciale.

Grazie all'inserimento di numeri di telefono su cui fare clic e all'utilizzo dei servizi basati sulla posizione geografica, è facile per chiunque mettersi in contatto direttamente con una attività commerciale.

Gli smartphone hanno cambiato il modo di acquistare dei consumatori, diventando strumenti di acquisto fondamentali; l'82% degli utenti ha cercato un prodotto o un servizio sul proprio dispositivo mobile.

La ricerca da smartphone necessariamente influenza le decisioni e gli acquisti nei vari canali.

I codici QR

Bisogna però che la ricerca delle informazioni fatta attraverso lo smartphone sia semplice. Una strada che si è sviluppata per cercare in modo rapido informazioni su un vino è quella dell'utilizzo di uno speciale codice: il Codice QR (QR è l'abbreviazione dell'inglese *quick response*). Si tratta di un'evoluzione del vecchio codice a barre, ed è composto da moduli neri disposti all'interno

di uno schema di forma quadrata. Rispetto al codice a barre, il Codice QR contiene molti più dati: in un solo codice sono contenuti 7.089 caratteri numerici o 4.296 alfanumerici.

Questo tipo di codice è stato messo a punto in Giappone nel 1994 allo scopo di tracciare i pezzi di automobili nelle fabbriche di Toyota. Vista la sua capacità di contenere molti dati, è stato poi

utilizzato per la gestione delle scorte. Quando i Giapponesi iniziarono a utilizzare intensamente gli smartphone, i codici QR si rivelarono utili per rendere più semplice e veloce inserire dati nel proprio telefonino. Così, a partire dal 2005, divennero sempre più comuni le

