

Mobiilikoodit rantautuvat elintarvikealalle

Mobiililaitteiden, tablettien ja muiden päätelaitteiden nopea yleistyminen on luonut uudenlaisia mahdollisuuksia hyödyntää mobiiliteknikoita elintarviketeollisuudessa.

Mobiilikoodit ovat yleistyneet maailmalla voimakkaasti viime vuosina. Eri toimialat ovat hyödyntäneet niitä myös Suomessa, erityisesti markkinoinnissa ja tuotetietojen jakamisessa, kuten lehtimainonnassa ja tuote-esitteissä.

Mobiilikoodeilla tarkoitetaan ensisijaisesti QR-koodeihin perustuvia ratkaisuja. QR-koodit kehitettiin Japanissa 1990-luvulla. QR-kirjaimet tulevat sanoista Quick Response, mikä tarkoittaa käytännössä sitä, että informaatio voidaan lukea koodista kännykkään helposti ja vaivattomasti.

Koodi poikkeaa tavallisesta viivakoodista siten, että informaatio tallennetaan kaksisuuntaisena pysty- ja vaakatasoon (ns. 2D.koodi). Näin koodiin voidaan tallentaa huomattavasti enemmän informaatiota. QR-koodi on standardoitu (muun muassa ISO/IEC 16022) ja laaja-alaisesti käytössä maailmalla.

QR-koodit ovat pisteistä koostuvia matriiseja, eivätkä itsessään kerro käyttäjälle mitään tarjottavasta sisällöstä. Koodeihin yhteyteen liitetyn symboliikan avulla käyttäjälle voidaan antaa vinkkejä siitä, mihin koodia voidaan käyttää tai mitä koodin takaa löytyy. Symboliikka ja tekstit yhdessä kertovat myös jotakin siitä, että tämä on käyttäjälle suunnattu palvelu.

Käyttäjä lukee mobiilikoodin omalla päätelaitteellaan. QR-koodin lukeminen edellyttää, että puhelimessa on kamera, Internet-verkkoyhteys sekä ns. QR-reader -lukuohjelma. Erilaisia lukuohjelmia on saatavilla ilmaiseksi ja yhä useammin lukuohjelma on jo asennettuna kännykkään.

Itse lukeminen tapahtuu siten, että käyttäjä käynnistää lukuohjelman, kuvaa mobiililaitteen kameralla koodin ja tämän jälkeen käyttäjä ohjautuu koodin osoittamalle verkkosivustolle.

KUVA: SANNA LANTTA



Koodien avulla erilaisiin kohteisiin voidaan laittaa tuotteen valmistukseen, sisältöön tai hyödyntämiseen liittyvää oheisinformaatiota, toimitusjohtaja Tuomo Paakkanen kertoo.

Monenlaista lisäarvoa

Yksi merkittävä lisäarvo liittyy käyttöön ja käytettävyyteen. Käyttäjät eivät lue ohjeita tai ole kiinnostuneita tiedosta, jollei se ole mielenkiintoista sisällöltään tai esitysmuodoltaan. Mobiilikoodit tarjoavat helpon liittymäpinnan tietoon tai palveluun.

Aina voi kuvitella, miltä näyttäisi esimerkiksi jonkin tuotteen tai palvelun ohjeistus selostettuna videolla verrattuna pelkkään yksitoikkoiseen tekstiin.

– Voidaan perustellusti sanoa, että tuotteen arvoa voidaan nostaa tarjoamalla sopivia oheispalveluita. Tuotteessa voisi olla esimerkiksi koodi, josta aukeaa ohje, miten tiettyä laitetta tulee käyttää. Multimedialla avulla monista asioista voidaan teh-

dä kiinnostavampia, havainnollisempia ja helpommin ymmärrettäviä, toimitusjohtaja **Tuomo Paakkanen** Ebax Oy:stä kertoo.

Mobiilikoodeja voidaan sijoittaa käytännössä mihin tahansa kohteisiin kuten hyllyille, mainoksiin, esitteisiin, tuotteisiin ja pakkauksiin. Koodien toimivuuden kannalta on oleellista, että koodit ovat sijoitettuina paikkoihin, joissa verkkoyhteydet toimivat. Heikot ja puuttuvat verkkoyhteydet lienevät suurin syy siihen, että mobiilikoodipalvelu ei toimi.

Rajaton määrä tietoa

Koodi vie vähän tilaa, ja siihen liitettyyn verkkosivustoon voidaan tallentaa käytän-

Ruokakesko ja K-ruokakaupat hyödyntävät QR-koodeja



Helmikuun 2013 alusta lähtien viidentoista Pirkka-lihapakkauksen etiketissä on ollut QR-koodi.

Ruokakesko ja K-ruokakaupat ovat hyödyntäneet QR-koodeja mainonnassa ja tuotepakkauksissa.

– QR-koodin kautta asiakas saa helposti ja vaivattomasti tuotteeseen liittyvää lisäinformaatiota ja -palveluja omaan mobiililaitteeseensa. Elintarvikepakkauksissa olevien QR-koodien kautta asiakkaalle tarjotaan tuotteeseen liittyvää reseptiikkaa tai tietoa tuotteen alkuperästä, kehityspäällikkö **Marja-Riitta Jarva** Ruokakeskosta kertoo.

Tällä hetkellä Ruokakeskossa on käynnissä QR-koodipilottihanke HK Ruokatalon kanssa. Helmikuun 2013

alusta lähtien viidentoista Pirkka-lihapakkauksen etiketissä on ollut QR-koodi.

Skannaamalla koodin asiakas päätyy mobiilioptimoidulle sivulle, josta löytyy tuotteeseen liittyviä reseptejä ja ostoslista sekä mahdollisuus osallistua kilpailuun ja antaa palautetta. Lisätietoa QR-koodikampanjasta löytyy osoitteesta www.pirkka.fi/qr ja m.pirkka.fi/qr.

– QR-koodien skannausmäärien ja sisältövalintojen seurannan avulla saamme arvokasta tietoa siitä, millaiset mobiilisillöt kiinnostavat K-ruokakauppojen asiakkaita, Marja-

Riitta Jarva kertoo.

Pilotti kestää helmikuun alusta heinäkuun loppuun.

– Haluamme tarjota asiakkaillemme arkea helpottavia palveluita ja kiinnostavaa sisältöä. Käynnissä onkin parhaillaan useita hankkeita, joilla edistetään sähköistä asiointia sekä lisätään K-ruokakauppiaiden ja asiakkaiden välistä vuorovaikutusta, Jarva selvittää. ■

nössä rajattomasti tietoa. Koodeilla voidaan välittää oikeaa ja tutkittua tietoa.

Ei-digitaalista tietoa on vaikea tuottaa, jakaa ja ylläpitää. Informaation liittäminen esimerkiksi tuotteisiin sisältää monia työvaiheita ja on hankalaa.

– Mobiilikoodien avulla tiedon hallinta on mahdollista tehdä virtaviivaiseksi ja helpoksi. Tietoja voidaan päivittää suurellekin määrälle kohteita omalta tietokoneelta. Koodienhallintapalvelu mahdollistaa tietojen päivittämisen etänä, vaikka kohde olisi muualla tai vaikka itse kohteesta ei tiedettäisi, missä se sijaitsee, Paakkanen selvittää.

Mobiilikoodit ovat kaksisuuntainen kanava. Niiden avulla voidaan sekä jakaa et-

tä myös kerätä informaatiota. Käytännössä tiedon keruu tapahtuu siten, että käyttäjä ohjautuu koodin avulla palautelomakkeelle, jonne käyttäjä voi tallentaa vaikkapa asiakaspalauteinformaatiota.

Koodien avulla erilaisiin kohteisiin voidaan laittaa tuotteen valmistukseen, sisältöön tai hyödyntämiseen liittyvää oheisinformaatiota. Koodien avulla on myös helpo välittää käyttäjille tietoja tuotteen alkuperästä. Maailmalla suosittuja ovat olleet myös tuotteisiin liittyvät ruokareseptit ja tiedot raaka-aineista.

– Mobiilikodeilla voidaan myös kerätä informaatiota ja ne soveltuvat mainiosti myös tietojen kuten palautteiden keräämi-

seen. Mikäli koodit on sijoitettu esimerkiksi elintarvikepakkauksiin tai esitteisiin, niitä voidaan lukea vaikka kotona siinä vaiheessa, kun ruokaa valmistetaan, Paakkanen toteaa. ■

Lisätietoja:
Tuomo Paakkanen
Ebax Oy
[tuomo.paakkanen\(at\)ebax.fi](mailto:tuomo.paakkanen(at)ebax.fi)

Korkealaatuiset elintarvikeeturvallisuuden asiantuntijapalvelut

- Auditoinnit toimeksiantojen mukaisesti yksilöllisesti tai valtakunnallisesti
- Valvonnan ammattilaiset ISO-pääauditoijina
- **Huom!** Interaktiivinen HACCP-koulutus 14.5.2013 Tampereella

Lisätiedot ja ilmoittautuminen www.envirovet.fi/koulutus p. 045 895 7705 info@envirovet.fi

EnviroVet
PUBLIC HEALTH PROFESSIONALS

