



# QR-codes, des indicateurs pour mieux connaître ses clients

Atelier du Multimédia Mobile

Cas Client : Center Parcs

27 avril 2011



## A propos de MobiLead

MobiLead, pionnier en France des systèmes d'identification par lecture optique QR-Code et radiofréquence NFC, est un fournisseur de solutions logicielles appliquées au marketing et aux technologies mobiles.

- 2008 Premiers Codes 2D Graphiques
- 2009 Première Carte dual Optique 2D et Radio NFC (OR)
- 2010 Génération en nombre de Codes 2D N&B
- 2011 Génération en nombre de Codes 2D Graphiques et Couleurs  
Production de supports dual Optique 2D et Radio NFC





## A propos de Syconseil

- Conseil en développement commercial, marketing opérationnel et communication depuis 2006
- Spécialités :
  - Nouvelles technologies liées à l'imprimé
    - imprimerie numérique
    - *web to print*
  - Cross-média
  - Éco-communication
- Membre du jury des Janus
  - Secteur industrie, service, santé, commerce,
  - Valeur d'usages pour les consommateurs





# Smartphone

## un moyen de cohérence fragmenté

- Outil multimédia
  - Images
  - Sons
  - Vidéos (Codecs)
- Connecté à Internet
  - Haut débit (WIFI)
  - 3.5G, 3G, EDGE...
- Navigateurs
  - HTML, XHTML, CSS3...
- Interface utilisateurs
  - Touchscreen
  - Clavier



# Codes à lecture Optique / Codes 2D un moyen de cohérence

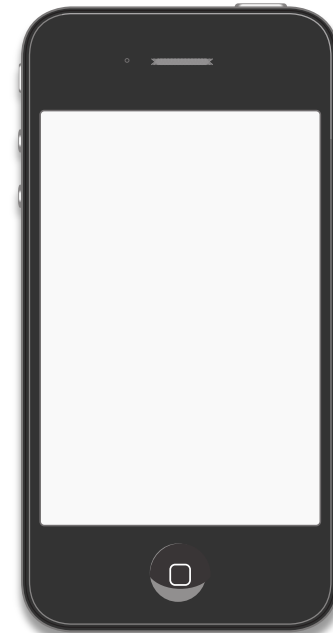
- Principe de fonctionnement des Codes à lecture optique (2D)
  - Codage / Génération
  - Impression
  - Lecture
  - Décodage
- QR-Code (Quick Response)
  - Denso Wave / Toshiba
  - ISO/IEC18004
  - Adoption par Apple et Google



# Quelques fondamentaux sur les QR-Codes

De formidables raccourcis ?

- Générer des codes lisibles
  - Vectoriels ou Haute Définition
  - À l'originalité techniquement valide
- Placer le code en situation d'usage
- Expliquer l'usage
- Oser la spécialisation des supports
- Analyser les statistiques d'accès
- Diriger les liens vers :
  - des sites Internet Mobiles
    - Ergonomie orientée mobiles
    - Volume des documents adaptés
    - Format de pages compatibles
  - des contenus vidéos normés
- Penser à des contenus et services utiles



# Quelques exemples



**universcience**



HÔTEL  
FOUQUET'S BARRIÈRE  
PARIS



KONICA MINOLTA



# Cas Client

## Center Parcs

Leader européen des courts séjours  
Un concept alliant nature et détente toute  
l'année proposant des activités multiples  
au cœur de parcs forestiers



# A propos de Center Parcs



- Center Parcs en France
  - Normandie, les Bois-Francs
  - Sologne, les Hauts de Bruyères
  - Picardie, le Lac d'Ailette
  - Moselle-Lorraine, les Trois Forêts
- Le groupe
  - Pierre & Vacances
  - Center Parcs
  - Maeva
  - Sunparcs
  - Adagio
  - ...
- La clientèle Center Parcs en France
  - 730 000 résidents par an
  - 3 400 000 nuitées
  - entre 25 et 45 ans
  - 89 % de Français (44 % habitant en région parisienne)
  - 11 % d'étrangers (Suisse, Royaume-Uni, Pays-Bas, Belgique, Allemagne)
- La famille, premier client de Center Parcs
  - 88% des résidents séjournent en famille
  - 57% ont deux enfants ou plus.



# Center Parcs : Brochure 2011



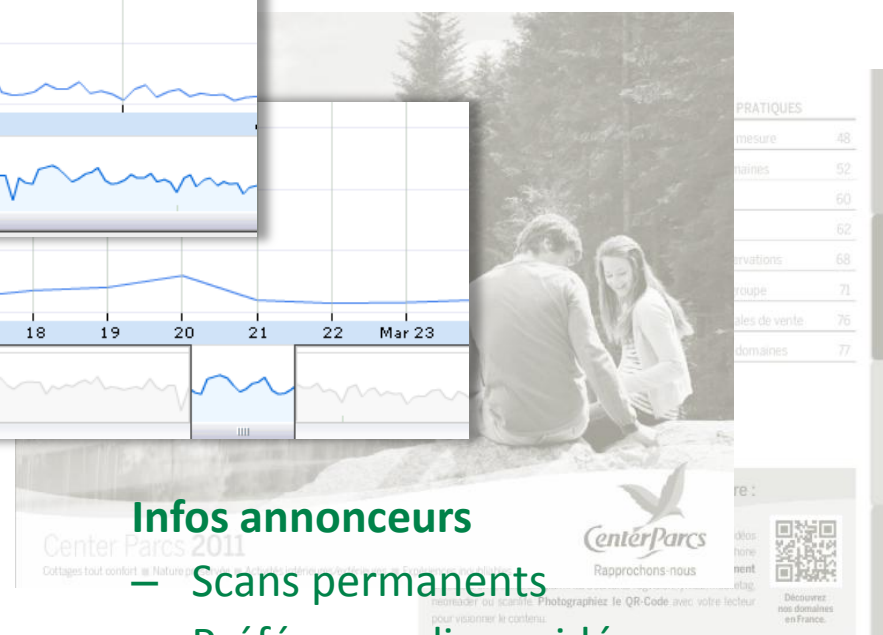
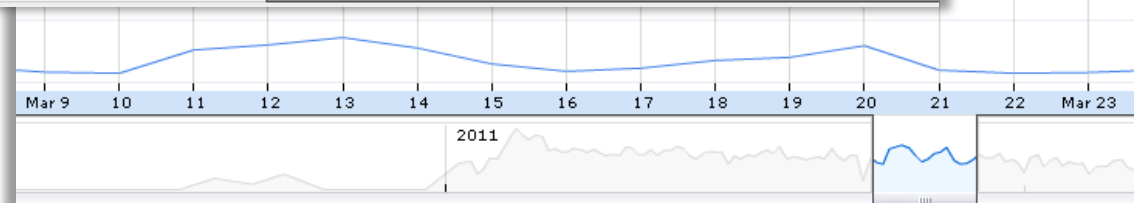
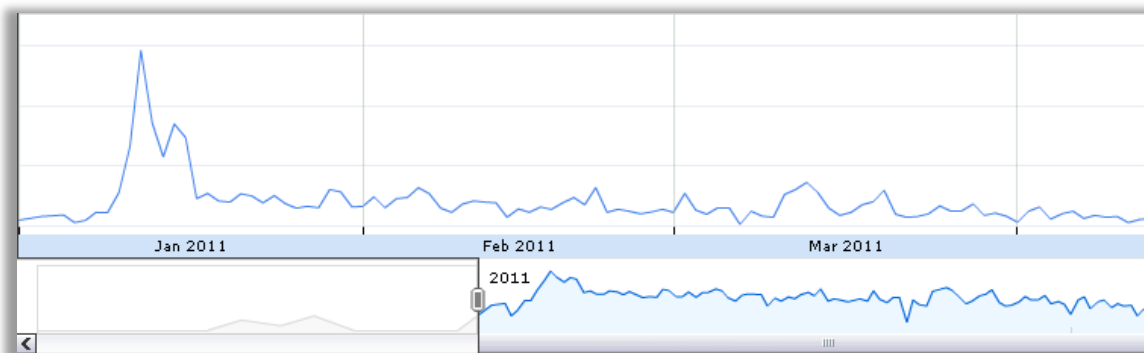
- Brochure annuelle 2011
  - des vidéos d'animation en compléments du support imprimé
- Diffusion nationale
- Durée vie brochure : 1 an
- 6 codes dédiés
  - 1 lien facebook
  - 5 vidéos

facebook

YouTube



# Center Parcs : Brochure 2011



PRATIQUES	
mesure	48
naires	52
	60
	62
ervations	68
roupe	71
ales de vente	76
domaines	77

## Connaissance clients

- Scans codes
  - week-end, vacances
- 12 nationalités
- 2 langues de visualisation

## Infos annonceurs

- Scans permanents
- Préférences liens vidéo
- 63 % iPhone, 24 % Android



# Center Parcs : Encarts Presse



- Presse Quotidienne Régionale
- Diffusion régionale (PQR)
- 10 codes dédiés
  - 1 vidéo commune
- Lancement : 18/02/2011

**Vacances de février :**  
plongez, souriez,  
réservez

**-30%**  
Réservez avant le 25 février inclus  
pour un séjour entre le 28 février  
et le 14 mars 2011.\*

Réservez votre séjour au Domaine  
des Trois Forêts Moselle/Lorraine  
sur [centerparcs.fr](http://centerparcs.fr) ou au 0891 700 800  
avec le code **CP1368**

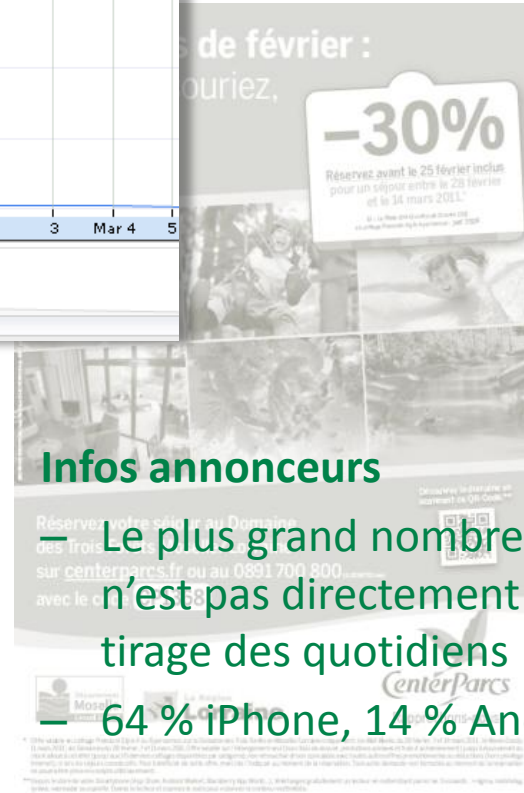
YouTube

Département Moselle  
Le Région Lorraine

CenterParcs  
Rapprochons-nous

ISO 14001

# Center Parcs : Encarts presse



## Connaissance clients

- 2 mois après, les encarts presse sont toujours scannés
- 6 nationalités
- 2 langues de visualisation

## Infos annonceurs

- Le plus grand nombre de scans n'est pas directement lié au tirage des quotidiens
- 64 % iPhone, 14 % Android

# Center Parcs : Mailing



- Mailing relance printemps
- Diffusion nationale
- Format tabloïd, 12 pages
- 5 codes dédiés
  - 5 vidéos différentes
- Lancement : 11/03/2011



# Center Parcs : Mailing



## Connaissance clients

- 1 mois après, les codes sont scannés chaque jour
- 9 nationalités
- 2 langues de visualisation

## Infos annonceurs

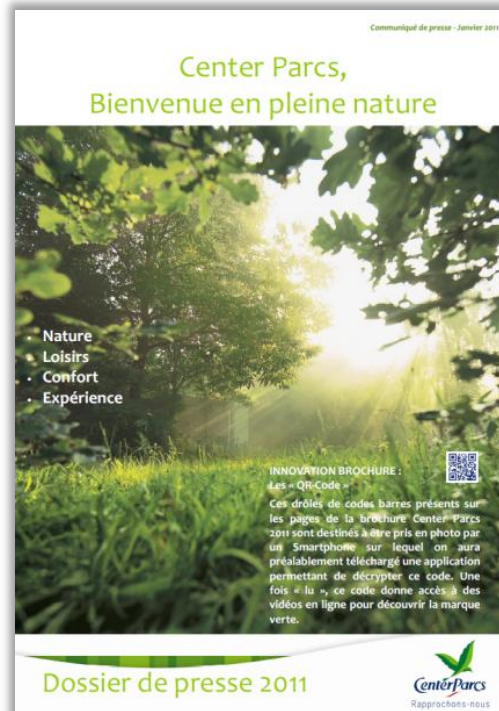
- Une préférence pour les vidéos « nouveautés »
- 59 % iPhone, 28 % Android, dans la tendance du marché



# Center Parcs : Infos presse et interne



- Dossier de Presse
- Communiqués de presse
  - 2 codes dédiés
    - 2 vidéos différentes
- Information interne
  - 2 codes dédiés
    - 2 vidéos différentes



# Center Parcs : Infos presse et interne

## Des codes spécifiques pour chaque document, autant d'indicateurs d'impact



### Information presse

- Faire découvrir les nouveautés facilement
- Animer les documents
- Rendre compte d'une ambiance
- Se démarquer dans les documents presse

### Communication interne

- Faire découvrir les nouveautés en interne simultanément
- Inciter les « vendeurs » à faire utiliser les codes et renforcer le côté ludique
- Renforcer le B2C

# QR-Code pour la marketing et la communication

## Les clients au cœur de la démarche





### Consommateurs, usagers, clients, prospects

- Contenu multimédia utile
- Accessible au plus grand nombre
- En situation de mobilité
- Non intrusif
- Complémentaire aux autres médias ou supports habituels notamment *web et print*

### Annonceurs

#### B to C ou B to B

- Comprendre les attentes des clients et prospects en mobilité
- Multiplier leurs sources d'informations
- Donner les informations rapides et essentielles
- Poser des indicateurs de compréhension pour faire les meilleurs choix médias, lieux de vente...



# QR-codes, des indicateurs pour mieux connaître ses clients

Atelier du Multimédia Mobile

Cas Client : Center Parcs

27 avril 2011

