



[Start](#)
[Blogg](#)
[Prenumerera](#)
[Om oss](#)
[Annonsera](#)
[Kontakt](#)



Med mobilkameran kommer konsumenten närmare

Ny teknik för mobilkameror som kan läsa av koder och bilder skapar möjligheter att komma närmare kunden och konsumenten samt att skapa en relation. Den - personliga mobiltelefonen som vi bär med oss överallt är nyckeln.

Avståndet mellan producent och konsument av livsmedel är idag stort, och livsmedelsföretagen söker hela tiden nya sätt att skapa en relation till konsumenterna. Traditionell reklam via massmedier har länge varit en kanal, men möjligheterna att läsa av hur de enskilda konsumenterna upplever produkterna och att skapa en relation är begränsade.

Framväxten av handel via internet, gårdsbutiker och på senare tid matkassar har varit ett sätt att möta det behovet. Konsumenternas intresse för närproducerat och mat med identitet har varit en bekräftelse på att behovet har varit ömsesidigt.



Nya möjligheter

Ny teknik och nya medier skapar också nya möjligheter, exempelvis att via sociala medier som Facebook och bloggar knyta fans och ambassadörer till sig. Utvecklingen på mobiltelefonsidan med smarta mobiltelefoner och surfplattor, där var och en av oss bär på en dator och ständig uppkoppling, håller på att revolutionera vårt sätt att kommunicera. Helt plötsligt kan vi få direktkontakt med enskilda konsumenterna, kommunicera och dela information. Med positionering via GPS eller mobilnätet gör det också möjligt att placera kommunikationen geografiskt. Det är i det här sammanhanget som QR-koder, imageriggers och så kallade NFC-chips, Near Field Communication, blir intressanta och gör det möjligt att koppla ihop kund och leverantör via en produkt eller en annons.

Den personliga telefonen

– Mobiltelefonen har blivit alltmer personlig, berättar Dennis Rosinder på Majesty i Malmö, som arbetar med det som på modernt IT-språk kallas augmented reality eller förstärkt verklighet.
 – Mobiltelefonen eller storebror surfplattan kan bli effektiva verktyg för företag att nå sina kunder direkt och ge dem unik information, samtidigt som man snabbt kan få feedback. Men för att det ska få större genomslag måste användartröskeln sänkas och kostnaderna bli så låga att det går att nå var och en.

Med en mobiltelefon i vars och ens ficka finns möjligheten till att skapa relation, men det gäller också att skapa värde för både företag och användare.

– Jag arbetade på Ericsson i Lund och insåg att med tillgång till smarta mobiler skulle det här med appar bli ett lättillgängligt verktyg för att skapa värde, och vi startade vårt företag 2010.

Bilder kommer till liv

Som exempel på vad som är möjligt att göra med tekniken visar Dennis en presentation av en planerad kontorsbyggnad i Hyllie utanför Malmö, som tagits fram för Skanska Öresund. Genom att via en app rikta mobiltelefonens – eller i det här fallet surfplattans – kamera mot ett vanligt fotografi framträder på skärmen en dynamisk tredimensionell bild av byggnaden, där man kan se den ur alla tänkbara vinklar.

– Appen läser av fotografiet som en så kallad image trigger, det vill säga en bildkod, och presenterar bygganden i en tredimensionell bild. Presentationen kan ses på skärmen, men den kan också överföras via projektor eller storbildsskärm. Här ersätter tekniken den traditionella arkitektmodellen och förenklar presentationen. Inom livsmedel är det möjligt att till exempel läsa av en bild eller en QR-kod på en förpackning, och då få en presentation av innehållet, en intervju med en bonde eller en animation

...mer... en... en... en...

Gör det lätt

Än så länge har inte de mer avancerade tillämpningarna tagit steget in i förpacknings- och livsmedelsvärlden, men QR-koder förekommer allt oftare på förpackningar och i annonser.

– Den som vill nå ut med information och få gensvar måste göra det lätt för användaren, säger Rikard Windh på Scantags i Lund, som arbetar med att paketera mobila tjänster och innehåll med hjälp av mobila taggar, klistermärken eller tryckt material som innehåller QR-koder eller NFCs.

– Det vanligaste idag är att man länkar till en mobil webbapplikation. QR-kod och andra kodläsare förutsätter att du har laddat ner en app, medan tekniken med NFC, som börjar bli allt vanligare i mobiltelefonerna nu, bygger på hårdvara, som gör att du direkt kan bli uppkopplad utan att gå via en app.

Ett område där NFC börjar bli vanligt idag är inom betalssystem, och de flesta av oss känner igen dem från våra kreditkort. Genom att vända på kuttingen och sätta NFC-chipet på en förpackning eller -egentligen vilket föremål som helst, och läsa av med mobilen i stället kan man skapa en unik koppling mellan personen med mobiltelefonen, leverantör och plats. Det är i det här sammanhanget som visionärerna talar om "the internet of things" – tingens internet.



Rikard Windh på Scantags i Lund.

Spårbarhet

– Inom livsmedel är den här tekniken speciellt intressant när det gäller spårbarhet, och för närvarande pågår försök med färsk fisk.

Oavsett vilken teknik som används är möjligheterna stora, men det förutsätter också att konsumenten förstår när det finns extra information att hämta. Dold teknik eller teknik som bara är tillgänglig för ett litet fåtal skapar inga unika värden. Här spelar QR-koden en viktig roll.

QR-koden en signal

Rikard och Dennis är överens om att QR-koderna i dag har lyckats etableras som en standard, och därför fått ett viktigt symbolvärde. När vi ser en QR-kod vet vi att vi kan skanna den med mobilens kamera och så händer det något – förhoppningsvis kul eller värdefullt. Därför kan de fungera som en signal, medan det kan vara andra tekniker, som exempelvis en image trigger eller ett NFC, som faktiskt används. Enligt Dennis blir kvaliteten högre och bilden stabilare med en fotografisk bild än med QR-kod.

För livsmedel och livsmedelsförpackningar är kostnaden viktig. QR-koden är också den billigaste formen eftersom den kan läggas in som en del i ett vanligt tryck, medan NFC kan tryckas med så kallad tryckt elektronik.

Tryckt elektronik

– Tryckt elektronik eller printed electronics innebär att man med konventionell tryckteknik som screen eller flexotryck, kan skapa mikroelektroniska komponenter som exempelvis skärmar, transistorer, sensorer, batterier och solceller, berättade Staffan Nordlinder, Acreo AB, på PackBridge frukostseminarium i Eslöv 16 februari.

– Tänkbara användningsområden är förpackningar, inom sjukvård, logistik, livsmedel och säkerhet som kopieringsskydd och smartare kreditkort. Eftersom tekniken använder vanlig tryckteknik och tunna om än variabla filmtjocklekar blir kostnaderna låga, Staffan uppskattade dem till cirka 10 öre per etikett. Fortfarande är det för dyrt för varje enskild mjölkförpackning, men jämfört med de kostnader som tidigare gällt för exempelvis RFID-kretsar är det en teknik som skapar stora möjligheter.

Taggar och värdeskapande

– Jag tror på en utveckling där vi får allt fler taggar och chips omkring oss som underlättar vår vardag, säger Rikard, en utveckling som ger ting omkring oss liv och gör dem till delar av internet på ett nytt sätt.

– Med den nya tekniken får vi en kommunikationskanal som i princip alltid är tillgänglig, och där vi kan få information om exempelvis en förpackning, varför den är bra för mig som konsument,



– Taggar och chips kommer att bli allt vanligare omkring oss och underlättar vår vardag, en utveckling som ger ting liv och gör dem till delar av internet, säger Rikard Windh, Scantags.

och om livsmedlet i förpackningen. Men vi måste också hela tiden titta på värdet av tekniken – en ny teknik som inte skapar några värden är bokstavligen värdelös, avslutar Dennis.

Av Lennart Wikström

SEND TO A FRIEND

Publiceringsdatum: 2012-06-05

[Tillbaka](#)

[Logga in](#)