

2D-koodi tehostaa tietovirtojen käyttöä tuotteiden kuluttajaviestinnässä

28.3.2024

Kuluttajat ovat tottuneet näkemään kaupasta ostamassaan tuotteessa EAN-koodin, joka kassalla ostotapahtuman yhteydessä kätevästi antaa tuotteen hinnan kassajärjestelmästä. EAN-koodijärjestelmästä ollaan kuitenkin maailmanlaajuisesti siirtymässä uuden QR-koodipohjaisen 2D-koodin käyttöön, uusi järjestelmä on tavoitteena saada käyttöön vuoteen 2027 mennessä. 2D-koodit voivat sisältää useita tietoja pienessä, kaksiulotteisessa muodossa ja ovat siksi tehokas ja ympäristöystävällinen tapa tehdä tuotetietoja helposti kuluttajille saataviksi. Kuluttajaviestinnässä niiden käyttö tarjoaa lukuisia etuja sekä yrityksille että kuluttajille. Koodi toimii myös sekä toimitusketjun että kassapääteen tunnisteena.

Dynaaminen koodi toimii reaaliajassa ja säästää sekä aikaa että ympäristöresursseja

Yksi 2D-koodin suurimmista eduista kuluttajaviestinnässä on tiedon saavutettavuus ja helppous; tarvitaan vain älypuhelin ja internetyhteys. Kun kuluttaja skannaa tuotteen 2D-koodin älypuhelimellaan, hän saa välittömästi pääsyn monipuoliseen tietoon tuotteesta. Tieto voi olla tuotteen aineosiin tai allergeeneihin, ravintoainesisältöön, käyttökohteisiin, jäljitettävyyteen, ympäristöjalanjälkeen tai jopa alennettuun hintaan liittyvää tietoa. Dynaamiselle verkkoalustoille ladattua tietoa voidaan helposti muokata esimerkiksi tuotteesta saadun kuluttajapalautteen perusteella. Tämä antaa toisaalta kuluttajille mahdollisuuden tehdä monipuolisesti informoituja päätöksiä tuotteiden ostamisesta ja käytöstä, toisaalta tuotteen valmistajayritykselle

mahdollisuuden päivittää informaatiota reaaliajassa. Yritykselle tämä luo oivan mahdollisuuden vahvistaa kuluttajan brändiin sitoutumista ja asiakasuskollisuutta, sillä kuluttajien luottamus kasvaa paitsi tuotelaadun myös avoimen ja reaaliaikaisen tiedonjaon myötä. Lisäksi yritykset voivat hyödyntää 2D-koodialustojen kautta saamaansa tietoa markkinointistrategioidensa jalkauttamisessa sekä tuotteidensa kohdentamisessa oikeille asiakassegmenteille entistä paremmin. Toki yritysten tulee varmistaa, että kerättyä tietoa käsitellään luottamuksellisesti ja kuluttajien yksityisyys suojataan asianmukaisesti.



Kuva 1. QR-teknologian hyödyntämiseen perustuva pakkausten 2D-koodi on tulossa kuluttajapakkauksiin näillä näkymin vuoteen 2027 mennessä. Koodiin voidaan sisällyttää monipuolisesti tuotteeseen liittyviä tietoja, jotka ovat helposti päivitettävissä dynaamisilla verkkoalustoilla (kuva: Pixabay).

Esimerkiksi elintarvikkeissa 2D-koodit voivat auttaa kuluttajia tekemään terveellisempiä valintoja tarjoamalla välitöntä pääsyä tuotteiden ravintoarvosisältötietoihin, edistäen terveellisiä elämäntapoja ja parantaen yleistä hyvinvointia. Yritykset puolestaan voivat 2D-koodien avulla tarjota esimerkiksi reseptivinkkejä ja ruoanlaitto-ohjeita, mikä lisää tuotteen arvoa ja houkuttelevuutta kuluttajien silmissä. Lisäksi yritykset voivat hyödyntää 2D-koodien tarjoamaa mahdollisuutta kertoa tuotteidensa ympäristövaikutuksista ja kestävyydestä, auttaen kuluttajia tekemään ympäristötietoisempia valintoja ja siten tukea yrityksiä, jotka pyrkivät vähentämään hiilijalanjälkeään ja edistämään kestävää kehitystä.

Kaiken kaikkiaan 2D-koodien hyödyntäminen kuluttajaviestinnässä tarjoaa merkittäviä mahdollisuuksia niin yrityksille kuin kuluttajillekin. Se edistää avoimuutta, vastuullisuutta ja tiedon saavutettavuutta, vahvistaen kuluttajien ja yritysten välisiä suhteita. Lisäksi 2D-kooditeknologian käyttö on askel kohti älykkäämpää ja tiedostavampaa kulutuskulttuuria, joka hyödyttää sekä yksilöitä että ympäristöä.

Kirjoitus perustuu GS1 Finland Oy:n kehityspäällikön, Kimmo Keravuoren esitykseen ”Tehokkuutta kuluttajaviestintään ja toimitusketjuun GS1 2D-koodien avulla” FoodTec/FoodPac-messuilla Helsingissä 13.3.2024.

Terhi Junkkari
yliopettaja, erityisasiantuntija, Future Frami Food Lab -hanke
SeAMK

Kirjoittaja on SeAMKin Elintarviketeknologian ja ruokaturvallisuuden tutkimusryhmän vetäjä ja työskentelee yliopettajana bio- ja elintarviketekniikan sekä restonomitutkinto-ohjelmissa.

Future Frami Food Lab -hanke on Euroopan unionin osarahoittama.