

Nic o technologii. Tylko klient.







66% Płatności dokonywane w sklepach

22% Bilety transportu publicznego

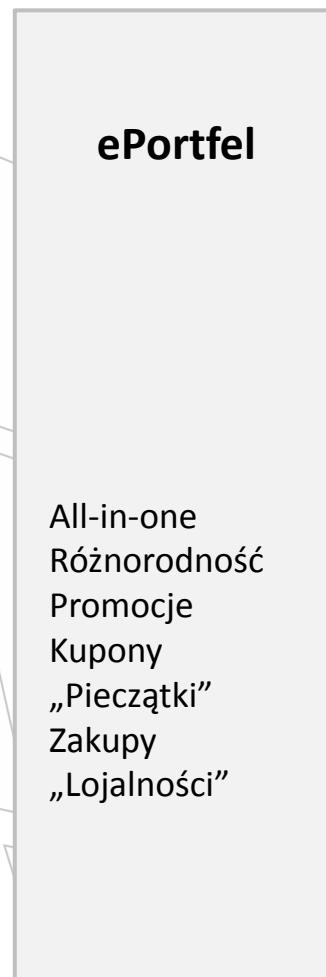
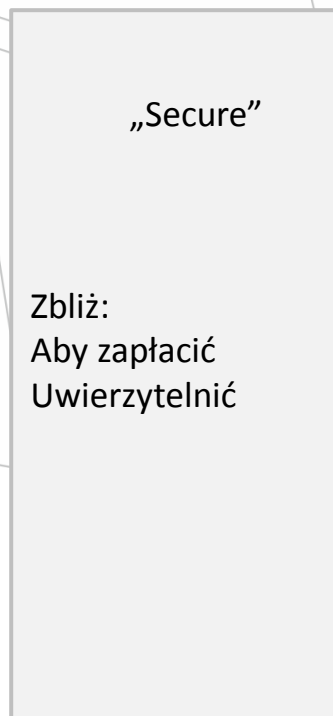
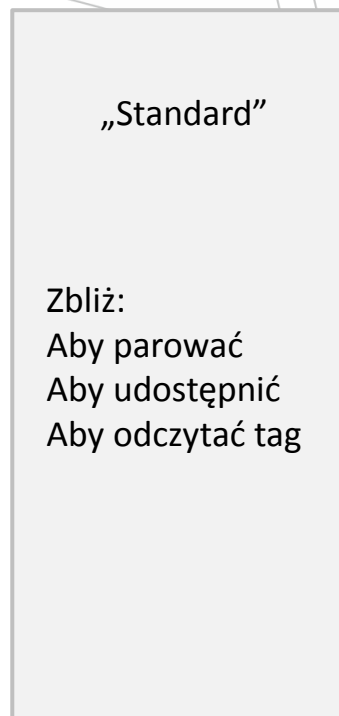
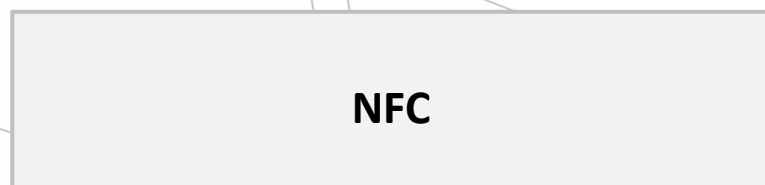
6% Kupony, karty lojalnościowe

4% Dowód osobisty, klucze do domu

2% Bilety na koncerty, spektakle

Źródło: T-Mobile PL





89



17:18



Tatrański  
Park Narodowy



z miłości do gór

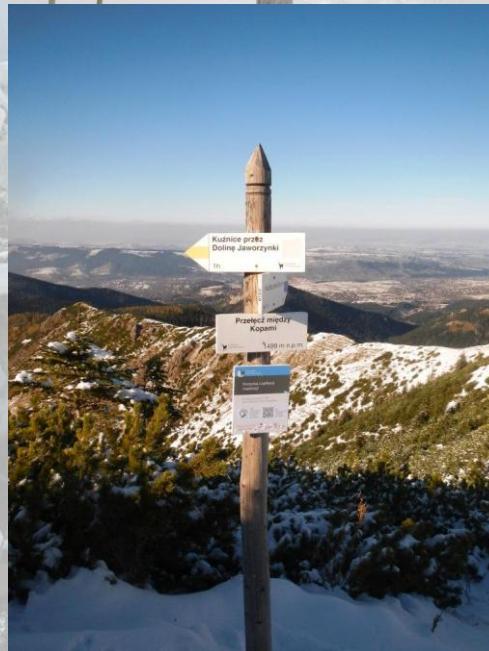
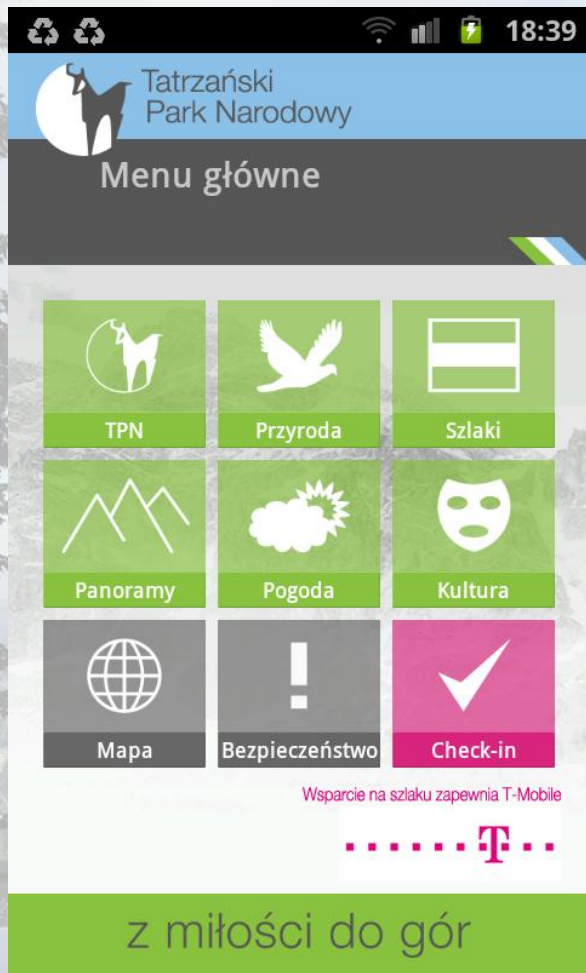


TatryInfo

# Aplikacja dla Tatrańskiego Parku Narodowego

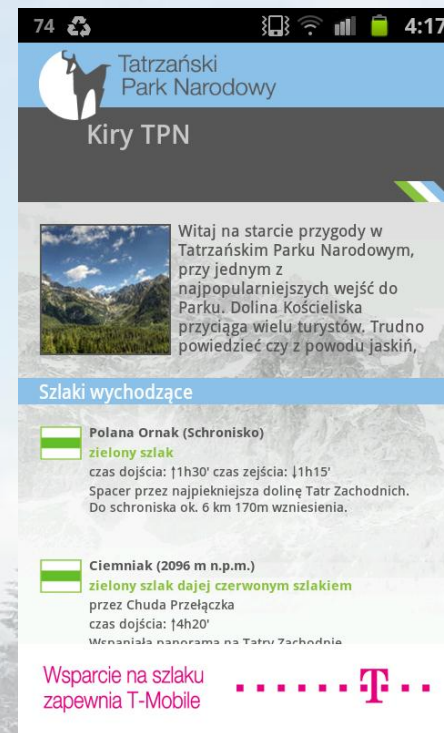
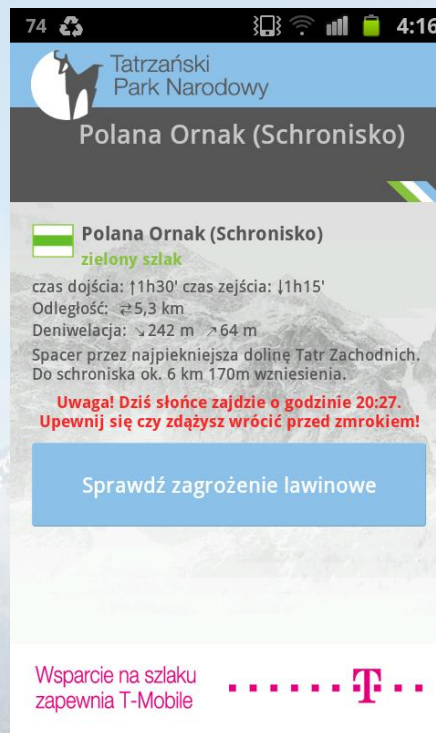
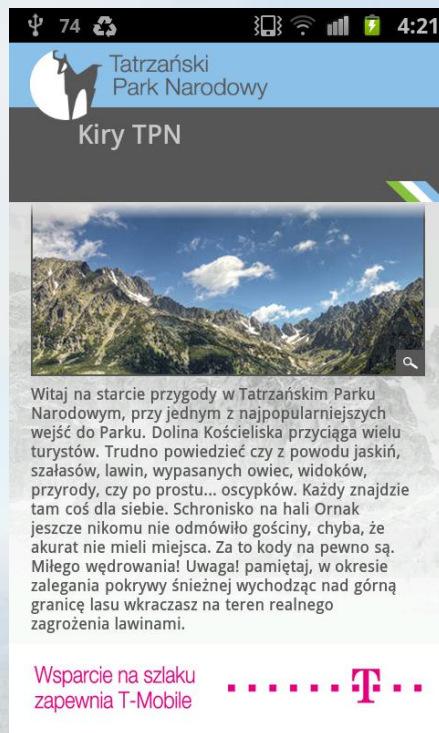
## Case study

Wykorzystanie technologii  
NFC w celu stworzenia  
modułu interaktywnego



Aplikacja zawiera moduł dostępowy poprzez kody NFC i QR o identycznym działaniu.

Rozlokowanie tagów NFC i kodów QR na dużej przestrzeni – prawie 200 lokalizacji.



Jak to działa?  
 Świadome użycie aplikacji – pozwala na dostęp do dodatkowych treści zależnych od lokalizacji  
 NFC – działa zawsze, bez konieczności włączania aplikacji, ale trzeba ją mieć zainstalowaną



## **Działania marketingowe z wykorzystaniem NFC**

**Kilka ciekawych przykładów**

## „3” - Outdorowa akcja w środkach transportu



### Operator komórkowy „3”

Kampania outdorowa promująca nową ofertę sklepów detalicznych operatora.

#### Lokalizacja:

metro w Sztokholm

#### Nośnik:

Tagi NFC oraz kody QR

#### Sposób działania:

link do strony web z ofertą.

#### Wymagania:

online

## Outdoorowa akcja w środkach transportu



## Producent napojów PepsiCo

Kampania outdoorowa wprowadzająca na rynek nowy napój:

### Lokalizacja:

transport miejski w Tokio

### Nośnik:

Tagi NFC

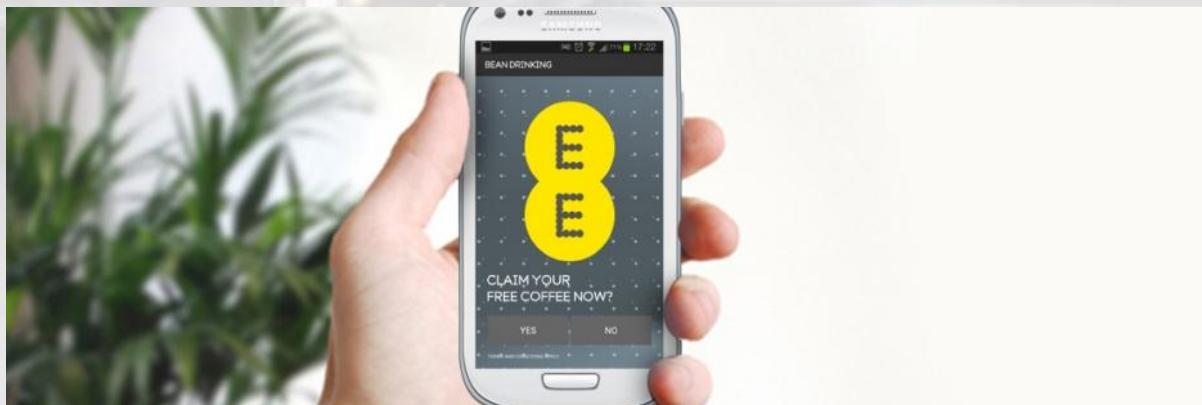
### Sposób działania:

link do strony web z informacjami o produkcie oraz z grą z możliwością wygrania promowanego napoju.

### Wymagania:

online

## Karta lojalnościowa



## Costa Coffee NFC Reward

Elektroniczna karta lojalnościowa – projekt testowy dla pracowników firmy

Wymagała serwera wraz z oprogramowaniem zarządzającym

# Elektroniczne kupony rabatowe lub oferty reklamowe



**RIM – urządzenie Blackberry.**

**Kampania outdoorowa promująca nowy model telefonu Blackberry.**

**Lokalizacja:**

Londyn, 14 domów handlowych

**Nośnik:**

Tagi NFC

**Sposób działania:**

link do strony web z predefiniowanym zapisem przypadkowych e-kuponów generowanych mechanizmem prawdopodobieństwa

**Wymagania:**

online

**Efekty:**

7486 interakcji, średnio 174 dziennie per lokalizacja, najlepszy punkt 700 interakcji.

# Outdoorowa akcja na city-light'ach na przystankach komunikacji miejskiej - interaktywny plakat

## 20th Century Fox: X-Men First Class

**Lokalizacja:**

przystanki autobusowe w centrum Londynu

**Nośnik:**

Tagi NFC

**Sposób działania:**

link do strony web ze specjalnym materiałem filmowym oraz link do funpage na Facebook'u

**Wymagania:**

online



# Program telewizyjny VH-1's Basketball Wives

## Lokalizacja:

przystanki autobusowe w centrum  
Nowego Yorku i Los Angeles

## Nośnik:

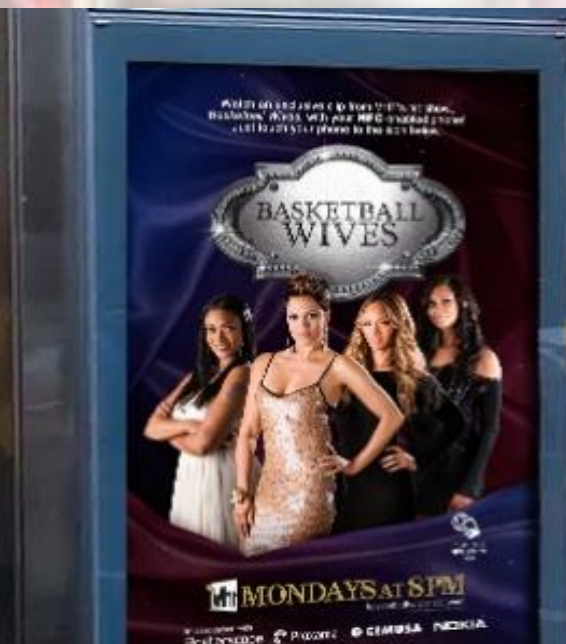
Tagi NFC

## Sposób działania:

link kanału Youtube z filmem  
promocyjnym oraz do strony na  
Facebook'u

## Wymagania:

online



# KFC - Kampania outdoorowa ponad 400 interaktywnych plakatów promujących nowy produkt

## Lokalizacja:

przystanki w wielu miastach Wielkiej Brytanii – kampania ogólnokrajowa.

## Nośnik:

Tagi NFC

## Sposób działania:

Kod na tagu NFC kierował użytkownika do Google Maps z lokalizacją użytkownika oraz z zaznaczonymi wszystkimi restauracjami KFC w okolicy wraz z instrukcjami nawigacyjnymi do najbliższej

## Wymagania:

online, dedykowany serwer, aplikacja



# Kampania realizowana na plakatach w lokalizacjach sklepów firmy EAT

## Lokalizacja:

sklepy sieci EAT

## Nośnik:

Tagi NFC

## Sposób działania:

wirtualna loteria z nagrodami do odbioru w sklepie aktywowana NFC

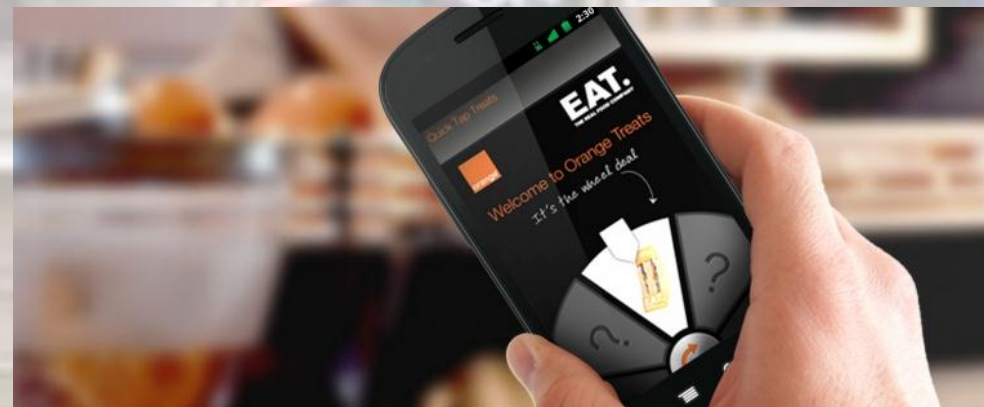
## Wymagania:

online, dedykowana aplikacja,

serwer do

## Efekty:

24 614 transakcji w ciągu 2 miesięcy, 60% klientów zrobiło dodatkowe zakupy





**Lokalizacja:**

The Cavendish Arms pub w Stockwell, Londyn

**Nośnik:**

Tag NFC (dosłownie 1 szt.)

**Sposób działania:**

link do strony na Facebook'u, wysłanie do znajomych tekstu związanego z lokalem poprzez tzw. wall użytkownika

**Wymagania:**

online



**Lokalizacja:**

Korea, metro

**Nośnik:**

Kody QR

**Sposób działania:**

skanowanie kodów dodawało produkt do koszyka, płatność za pomocą telefonu, dostawa do domu

**Wymagania:**

aplikacja, online



Recepcja  
Fitness



Sala  
treningowa



Szatnia





# Kontakt



Jarosław Gałuszka

[jaroslaw.galuszka@enpf.pl](mailto:jaroslaw.galuszka@enpf.pl)

mobile: +48 782 906 109

Piotr Rogucki

[piotr.rogucki@enpf.pl](mailto:piotr.rogucki@enpf.pl)

mobile: +48 782 906 108



Marcin Cassino

[marcin.cassino@alsmedia.pl](mailto:marcin.cassino@alsmedia.pl)

mobile: +48 607 700 000