

## Üzleti lehetőség

### 1. A felhasználásra javasolt NFC technológia

Az NFC (near field communication – kishatósugarú kommunikáció) egy vezeték nélküli adatátviteli technológia, az RFID szabványrendszer része.



Egy NFC-s passzív elem

Lehetővé teszi, hogy két NFC-képes eszköz között kisebb mennyiségű adatot vigyünk át, ha azok egymás közvetlen közelébe kerülnek (kb. 4 cm távolságon belülre): az adatátvitel ekkor minden különösebb előkészület nélkül megtörténik(!).

Tipikus NFC eszköz lehet egy NFC-képes okostelefon vagy az intelligens NFC-matricák, amelyek elhelyezhetők például a potenciális vevők által kézzel elérhető posztereken, eladáshelyi (POS) display-eken, árupolcok oldalán – minden helyen, ahol az érdeklődő fizikailag megérintheti telefonjával az arra kijelölt helyet.

Egy ember zsebében általában három fontos dolog biztosan megtalálható: a kulcsa, a pénztárcája és a telefonja.

*Magyarországon folyamatosan bővül a hazai NFC-képes telefonok aránya: a Telenor az APP!2012 konferencián jelezte, hogy 2013 végére már kizárólag csak NFC-képes okostelefonokat fog forgalmazni!*

*Magyarországon a lakosság 80%-a rendelkezik mobil-telefonnal. Ezeknek közel 50%-a az **okostelefon**, és számuk folyamatosan növekszik. A lakosság nagy tömegeinek elérésekor fontos a könnyű kezelhetőség, a készülékek alaptulajdonságainak minél jobb kihasználása, és az, hogy közvetlenül a célzott piaci szegmens elemeit érjük el vele.*

A mobil technológiákhoz kapcsolódó fejlődés ugyanolyan lépéseken/státuszokon halad keresztül, mint ahogy anno a webalapú technológiák tették – azonban ennek a fejlődési üteme, sebessége már közel tízszerese az elődének!

Emiatt az üzleti reagálás reakcióideje is nagyságrendekkel rövidebb kell legyen, hogy a lehetőségeket kihasználhassuk!

A Juniper Research a kutatásában biztosan állítja, hogy a jelenlegi technológiai megoldások közül az NFC az elsődleges előremozdítója az m-commerce piacnak.<sup>1</sup>

*A közeljövőben a „top három” mobil-érintettségű terület, ami a legnagyobb növekedés előtt áll: a mobil kuponok, a pénz-transzfer-jellegű felhasználás és az NFC-s technológián alapuló fizetés (erre már magyar kormányzati döntés is született).*

*„Ezek egyenként is több, mint **háromszoros** növekedést produkálnak majd 2015-ig, míg a digitális javak vásárlása, a bankolás és a jegyvásárlás „csak” dupla akkorára nő ugyanezen időszak alatt” – szól az előrejelzés.*

Gondolatindító:

<http://www.tagonic.com/latest/easyblog/entry/5-steps-to-effective-nfc-enabled-marketing-campaigns>

## 2. Lehetőségek a kiskereskedelemben

Az NFC technológia számos lehetőséget kínál a kiskereskedelmi alkalmazások terén is.

### 1. Fájlok átvitele, csupán egy érintéssel:

- termékinformációk<sup>2</sup>, a termék felhasználására vonatkozó információk átadása, megjelenítése<sup>3</sup>
- aktuális (akár óráról-órára is változó) akciók,



<sup>1</sup> NFC Retail Marketing & Mobile Payments: Business Models & Forecasts 2012-2017:

[http://docs.media.bitpipe.com/io\\_10x/io\\_102267/item\\_485946/CW%20NFC%20Whitepaper%20May%202012%20Final.pdf](http://docs.media.bitpipe.com/io_10x/io_102267/item_485946/CW%20NFC%20Whitepaper%20May%202012%20Final.pdf)

<sup>2</sup> mint pl. szavatosság, összetevők, kalória mennyiség, esetleg receptek a felhasználásra, vagy cáfolatok

<sup>3</sup> A vásárlók informálása számára egy egészen új lehetőség lehet az új technológia. Az áruházban, a kis üzletek előtt sétáló potenciális érdeklődő az üzlet kirakatának üvegére helyezett NFC chipre helyezve telefonját már el is merülhet a márkáról nyújtott információkban és a kapott tartalmak lehetnek információk, képek, videók.

- keresztmarketing érvényesítése elektronikus kuponok segítségével, amiket a mobiltelefon tárol, és a felhasználási helyen felmutatva érvényesíthet.

2. Fizetés-integráció mobiltelefonokon: kisebb összegű vásárlások ellenértékének kiegyenlítése;

3. Személyes adatok biztonságos tárolása:

- bankkártya-adatok,
- hűség- vagy pontgyűjtő kártya<sup>4</sup> információi (ennek kezelésére készült már mintaalkalmazásunk),
- személyi azonosító kódok tárolása a mobil eszközön.



Egy NFC-chippel ellátott háttérinformációinak megjelenítése

4. Készpénzhelyettesítő fizetési megoldások, előre feltöltött kártyákkal – (megfelelő NFC-képes pénztárgépek<sup>5</sup> esetén);

5. Elektronikus jegyrendszer a parkoláshoz:

- áruházi vásárlók speciális kedvezményes parkolási díja,
- a vásárlás tényének és idejének igazolása

6. Elektronikus személyazonosító okmányok, kiváltva a különféle belépőjegyeket, bérleteket, azonosító-kártyákat.

<sup>4</sup> A telefonra ragasztott matrica kiválthatja a papír alapú kuponokat, a szórólapokat, a pontgyűjtő füzeteket.

<sup>5</sup> Egy pénzügyi elemzőcég értesülései szerint a Google 2011-ben több ezer pénztárgépet vásárolt a VeriFone Systems Inc.-től, melyekkel a new york-i és a san francisco-i kiskereskedelmi üzleteket szerelik majd fel. Ezután a vásárlók egy egyszerű mozdulattal fizethetnek az NFC képes készülékeikkel.

7. Különleges „**social-network**”- jellegű kapcsolatrendszer, vevői hálózat kialakítására is lehetőség nyílik: a vásárlók egymás NFC-képes telefonjának összeérintésével hívhatják meg egymást egy vásárlói-promóciós hálózatba, cserélhetnek releváns, marketing-információkat anélkül, hogy bármilyen más tevékenységet kezdeményezniük kellene!

Ezek az információk az okostelefonok naptárába beépülve az aktuális akciókra figyelmeztethetnek, vagy push-notifikációk fogadására adhatnak engedélyt, illetve a kapcsolódó mobilalkalmazással akció-füzeteket, szóróanyagokat lehet nekik eljuttatni: jelentősen csökkentve a nyomdaköltséget, és bevonva egy jól menedzselhető hálózatba a potenciális vevőket.

Az NFC technológiát alkalmazó esetekben a vásárlóknak soha nem kell majd csalódottan távozniuk amiatt, hogy a kiválasztott árucikk nincs a méretükben, vagy az igazán tetsző színben, hiszen egy NFC-chipen alapuló fejlett készletgazdálkodás és elért készletpontosság biztosíthatja, hogy a termékek ott és olyan számban érhetőek el ahol lenniük kell (ráadásul ha már tagja a networknek a vásárló, akkor a beérkezett és az Ő méretével megegyező keresett – vagy egy helyettesítő - termékről akár értesítést is kaphat!).

Az sem gond, ha kicsit tanácstalan a vásárló, hiszen csak a leolvasó készülék elé tartja a neki tetsző terméket és a képernyőn megjelenik nemcsak az elérhető méret- és színválaszték, valamint hogy az üzletben hol található meg, vagy akár a hozzá javasolt egyéb ruhadarabok és kiegészítők is. A vásárlók így olyan, eddig nem tapasztalt élményben részesülnek, amely szinte garancia arra, hogy gyakran visszajárnak, ezt pedig akár egy RFID törzsvásárlói kártyával is érdemes honorálni. ([http://smartid.hu/smartApparel\\_megoldas.html](http://smartid.hu/smartApparel_megoldas.html))

Marketing kampányok, promóciók, leárazások, vásárlói hűségprogram vagy tagsági előnyök szinte határtalanul összerendezhető, menedzselhető lehetnek az NFC-s elemek használatával, beleértve a különböző kupon-rendszereket, a meghatározott idejű speciális üzleti ajánlatokat.



Az NFC képességet is jelző logo

Egy áruházi használat során például egy NFC alapú rendszerbe regisztráló vásárlók NFC-chippel és előlapján logóval ellátott matricát kapnak, amit célszerűen a telefonjuk hátlapjára helyezhetnek fel. Ezt követően az üzletben a vevők a matricának a promóciós eszközökhöz történő érintésével vehetnek



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Regionális Fejlesztési Alap társfinanszírozásával valósul meg.

igénybe kedvezményeket, illetve kaphatnak különböző ajándékokat.

Az így gyűjtött vásárlói szokás-információk révén célirányos, akár személyre szabott, egyedi ajánlatokkal keresheti meg az Áruház a vásárlóit a lehető legköltséghatékonyabb módon, hiszen **nincsenek nyomdai és egyéb költségek, ráadásul környezetbarát a megoldás!!**<sup>6</sup>

A vásárlók is csak a számukra érdekes ajánlatokat kapják meg, tehát az NFC és a mobil technológia alkalmazásával **egy jól fókuszált marketingcsatorna alkalmazására nyílik lehetőség!!**

A kereskedelmi vállalatok hatékony működését is szolgálhatja az új, mobillal támogatott információ-áramlási technológia. A vezetők munkáját könnyen, akár interneten vagy mobil készüléken is elérhető jól strukturált készletgazdálkodási riportok és a próbafülkékből, az áruk mozgásából, vásárlói tevékenységekből, valamint az értékesítésekből származó adatokon alapuló elemzések támogatják.

A vásárlók informálása számára egy egészen új lehetőség lehet az új technológia. Az utcán sétáló potenciális érdeklődő az üzlet kirakatának üvegére helyezett NFC chipre helyezve telefonját már el is merülhet a márkáról nyújtott információkban és a kapott tartalmak lehetnek információk, képek, videók.

## **2.1. Étkezési helyszíneken (étterem, büfé, kávézó) megvalósítható megoldások**

Az étkezni szándékozókat hasznos információkkal látják el a poszterekre, asztalokra, menüre, alátétekre helyezett NFC chippek. Segítségükkel lehetséges a bejelentkezés, asztalfoglalás a kívánt helyekre, ital választás, rendelés, böngészhetnek menüket, speciális ajánlatokat, kuponokat kaphatnak, esetleg fizethetnek is ( a hűségkártyáról pl.). Részletes tájékoztatást kaphatnak ételekről, mint pl. összetevők, kalória mennyiség, vagy az egészséget érintő kérdésekről, javaslatokról.



<sup>6</sup> Az optimális és folyamatosan pontos készlet az értékesítési igények maradéktalan kiszolgálásán túl egyben alacsonyabb készletszintet, azaz alacsonyabb finanszírozási igényt is jelent. Az áruhiány miatt meghíusuló értékesítések megszűnése és a látványos megoldások miatt elért magasabb értékesítés automatikusan több bevételt generál. Amennyiben ehhez hozzászámoljuk az automatizált folyamatokból, dolgozói kontrollból származó nagyobb munkaerő hatékonyságot, és mindezt összevetjük a bekerülési költségekkel, jellemzően két éven belüli megtérüléssel kalkulálhatunk.

Jelezhet a pincérnek, felügyelhet futó rendelést, átnézheti a kért tételeket, ellenőrizheti a számlát

Kaphat az étteremről áttekintést, más vendégektől visszajelzéseket Mindezekon felül statisztikai adatokat is szolgáltathat, ami segítségül szolgálhat az étterem vezetőségének a döntések meghozatalában.

Az eszköz segítségével automatizálva az asztalfoglalást, számlázást, az önkiszolgálás mértéke fokozható, tovább növelhető a kiszolgált vendégek száma, és így a bevétel is, még akkor is, ha az egyes foglalásokra jutó fogyasztás mértéke változatlan marad.

## 2.2. "Intelligens" esemény-plakátok

"Intelligens" mozi/színház/kiállítási plakátok amikben egy NFC chip kap helyet. A plakát megfelelő pontjához közelítve a mobilt az felcsatlakozik egy szerverhez, és azonnal lehet a rendezvényre jegyet foglalni, ülőhelyet kiválasztani és fizetni is.

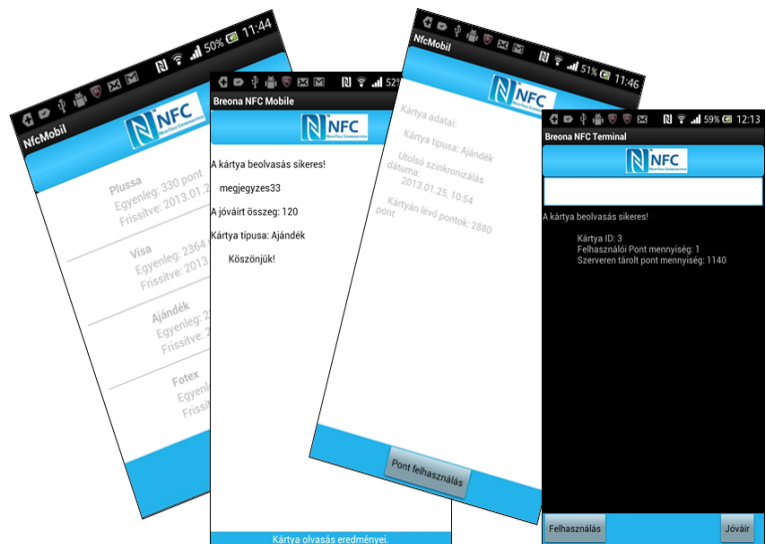
Samsung NFC Ad Campaign – a felhasználás egyszerűségét jelző példa:

[http://www.youtube.com/watch?v=MrOMrgokmwQ&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=MrOMrgokmwQ&feature=player_embedded)

## 2.3. Reklámújság beli hirdetések

Hirdetésbe/borítóba ágyaznak egy NFC chip-et, azt leolvasva egy üdvözlő videó töltődik le bemutatva a választható termékeket.

A reklám további linket is tartalmazhat, amit az okostelefon böngészőjén keresztül lehet felhasználni, további információkat elérni.



A Breona pontgyűjtő-kártyás mintaalkalmazásából képek



## 2.4. Konferencia megoldás

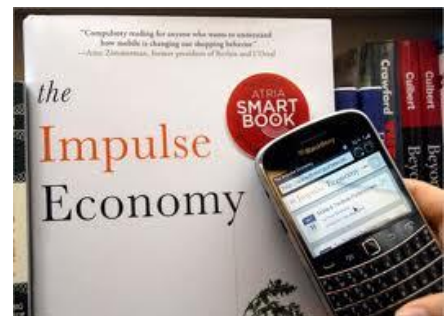
Minden résztvevő kap egy kitűzőt with embedded UPM MiniTrack™ inlay, aminek segítségével beregisztrálhatnak, 'like'-olhatnak, információkat gyűjthetnek egyszerűen az által hogy végighúzzák a kihelyezett standok felületén.

Minden esemény automatikusan követhetővé válik az esemény Facebook oldalán, vagy további kivetítőkön, a konferencia helyszínén a társalgóban, előcsarnokban.

Feleslegessé válik az előadás anyagának és egyéb tájékoztató szórólapok osztogatása. Jelentősen csökken a papír felhasználás. A hostessek igénybevétele csökken, hiszen minden információ a konkrét igény alapján egy-két „csippantással” elérhetővé válik, és akár időtől, helyszíntől függetlenül hozzáférhető.

## 3. Jövőkép

A technológia itthon is még igen újszerű a szolgáltatók számára, bár néhány szegmensben már elérhető (PayPass fizetés, beléptetőrendszerek, stb.). Magyarországon sokan még csak most ismerkednek vele, így a piaci előny megszerzésének a lehetősége nyitott.



Ha pl. a Google segítségével sikerül ezt a nagy tömegekhez eljuttatni, akkor igazán megkönnyítheti az életünket, hiszen például a névjegyek cseréjéhez elég lesz egymás telefonját összeérinteni. Az interneten pedig már különféle NFC fejlesztői készletek érhetők el, melyek elősegítik, hogy minél jobb és újszerűbb alkalmazások készülhessenek a technológia segítségével.

Az NFC technológia használatának elterjedését gyorsíthatja, ha a nem NFC-képes telefonokra egy NFC-képessé tevő aktív chipet helyeznek (pl. a hátlap alá), vagy a SIM kártyát cserélik le a szolgáltatók NFC-s megoldást támogatóra. Ezekkel akár az Apple iOS telefonoknál tapasztalható piaci akadályozó viselkedését is ellehetetleníthetik a mobilszolgáltatók.

Reméljük a technológia a leírtak alapján Önöknek is ígéretesnek és hatékony eszközök kialakításához hatékony és jövő-álló alapnak bizonyult.

Az **üzleti modell kialakításakor** a technológiai sajátosságokkal, befolyásoló információkkal, valamint a kapcsolódó mobil-alkalmazások és NFC-s implementálások megvalósításával állunk az Önök rendelkezésére.