

NFC - эффективный инструмент современного телемаркетинга

**Ксения ПАВЛОВА,
Вита ГОНЧАРОВА**
Маркетологи

В условиях жесткой конкуренции производителям товаров и услуг, а также их реализаторам, чтобы сохранить и приумножить объемы продаж, необходимо постоянно привлекать внимание клиентов к продукции. Сегодня помимо традиционных рекламных методов воздействия на конечного потребителя существуют также методы с использованием инновационных технологий.

В современном мире постоянно появляются новые технологии, и без их применения невозможно ведение успешной маркетинговой деятельности. Одной из таких новинок является NFC (Near Field Communication – «коммуникация ближнего поля») – технология высокочастотной беспроводной связи малого диапазона действия, которая позволяет выполнять бесконтактный обмен данными между мобильными телефонами, системами контроля доступа, платежными терминалами и другими устройствами.

Технология NFC присутствует сейчас на большей части современных смартфонов и планшетов и распространяется молниеносными темпами. Первыми эту технологию стали использовать такие производители, как Nokia, Philips и Sony в 2004 году. Затем, в 2011 году, компания Google адаптировала технологию для всех телефонов на базе Android. Несмотря на то что эта технология применяется повсеместно, многие специалисты по маркетингу по-прежнему не знают о ее существовании и назначении или даже путают с QR-кодами, которые часто используются на рекламных плакатах.

QR-код – это специальное изображение, которое можно расшифровать с помощью камеры мобильного устройства и, получив интернет-ссылку, перейти по ней на сайт рекламируемого товара. NFC-метки вовсе не требуют подключения к интернету и наличия камеры, поскольку представляют собой тонкие и гибкие микрочипы.

Эта технология перспективна, т.к. спектр ее применения очень широк. Использование таких инструментов складской логистики предполагает, что каждая коробка оснащена NFC-меткой, а с помощью специального считывающего устройства можно определить, где именно на складе находится необходимый товар, и считать информацию о нем.

NFC-технология – это также хороший телемаркетинговый инструмент, еще не освоенный в достаточной степени, но это дело ближайших лет.

Одним из применений этой технологии является контроль работы персонала. Приходящие в начале рабочего дня сотрудники будут проводить своим телефоном по специальному считывающему устройству, которому будут передаваться данные о работнике и времени его прибытия, а устройство, в свою очередь, будет включать беззвучный режим телефона. Операция повторится и в конце рабочего дня. И все это будет происходить за доли секунды.

NFC-метки – это новый вид рекламы. Расположив такую метку на рекламном стенде, любой человек, проходящий мимо, может просто поднести свой телефон к метке и сразу же получить полную информацию о товаре на своем девайсе.

Существует возможность интегрировать метки в самые различные предметы: жетоны, карты, наклейки, браслеты, брелоки и т.д. С появлением NFC-технологии любой объект может стать носителем рекламы.

Применение NFC-меток не только значительно упрощает процедуру электронных платежей, но и открывает новые сферы для индустрии рекламы. Достаточно приблизить устройство с меткой к NFC-терминалу, чтобы незамедлительно произвести оплату. Таким способом можно приобретать билеты в кинотеатре, продукты в супермаркете, оплачивать проезд и т.д.: деньги перечисляются с мобильного или банковского счета, и человек сразу же получает сообщение об этом на свой мобильный телефон.

NFC-метки – это инструмент высоких технологий, который позволяет одним движением решать множество повседневных задач. Например, холодильник, оснащенный такой технологией, может считывать сроки годности продуктов, лежащих на полке и предупреждать, если они испортились.

Или аптечка с учтенным сроком годности, в которой все медикаменты проверены, а если поднести лекарство к смартфону, то можно узнать его назначение и имеющиеся противопоказания.

Или врач, выдающий рецепт с NFC-меткой. Пациент сразу может понять, что за лекарство ему выписали, просто поднеся его к телефону.

Технология может использоваться при получении одежды в гардеробе, т.е. после приближения смартфона к датчику придет вешалка с нужным пальто.

На сегодняшний день «мобильные кошельки» являются распространенным средством оплаты товаров и услуг, и основная борьба начнется между поставщиками оборудования, нужного для внедрения NFC. Ожидается появление специальных SIM-карт для использования NFC, которые помогут избежать модернизации всего мобильного телефона. Больше не нужно носить с собой множество различных документов, ведь все они будут помещаться в собственном телефоне: от проездного до кредитных карточек, от студенческого билета до паспорта, от резюме до крупных договоров.

Таким образом, NFC-технология имеет большое будущее и открывает огромное пространство для творческих идей, колоссальные перспективы использования в самых многообразных сферах - от рекламы и торговли до образования и медицины.