



eBIZNES

Innowacje w biznesie

dr Marian Krupa

AGENDA



1. E-business – definicje, zakres funkcjonalny / dynamika wzrostu?
2. Innowacyjne instrumenty e-marketingowe
3. Innowacyjne instrumenty e-finansowe
4. Innowacyjne e-technologie



1. eBIZNES

eBUSINES

Definicje, Zakres funkcjonalny

eBIZNES?



- **Model biznesowy** / sposób prowadzenia firmy polegający na wykorzystaniu potencjału **technologii informacyjno-komunikacyjnych** oraz **Internetu**.
- **E-biznes** - jakiekolwiek przedsięwzięcie operacyjne/taktyczne/strategiczne, które za pomocą technologii informatycznych/informacyjnych przekształca (zmienia, adaptuje) procesy / struktury realizowane przez daną organizację do wymagań e-gospodarki.
- E-biznes to znacznie więcej niż sprzedaż przez Internet!

eBIZNES – ZAKRES FUNKCJONALNY



- Nazwa firmy / projektu (domena)
- Sprzedaż – eHandel
- Serwis posprzedażowy / obsługa reklamacji
- Projektowanie e-produktów i e-usług
- Monitorowanie rynku
- Usługi bankowe, finansowe
- Szkolenia
- Obsługa zamówień publicznych
- Badania ankietowe / marketingowe
- Przekazywanie / otrzymywanie informacji
- ?



eBUSINES

e-Sprzedaż

eSPRZEDAŻ



eBIZNES – DYNAMIKA WZROSTU



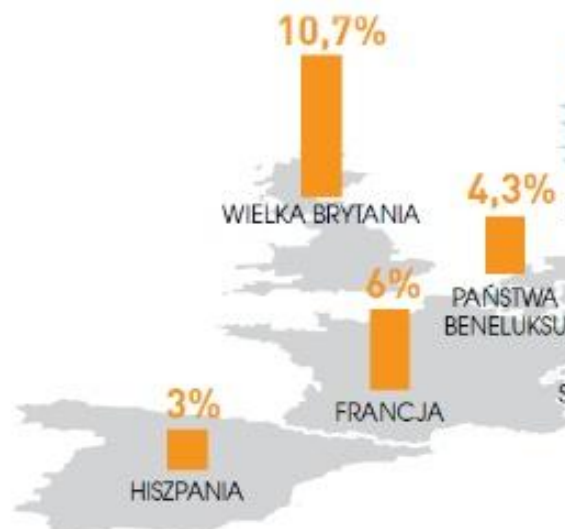
WARTOŚĆ RYNKU E-COMMERCE W POLSCE



Udział zakupów online w ogólnym wolumenie

E-commerce w Polsce ma nadal niewielki udział [2,5%]

UDZIAŁY ZAKUPÓW ONLINE W OGÓLNYM WOLUMIE
W 11 PAŃSTWACH EUROPEJSKICH W 2010 ROKU



ŹRÓDŁO: CENTRE FOR RETAIL RESEARCH NA ZLECENIE KELKOD



Europe

2015 Key B2C E-commerce Data of Goods & Services at a Glance



685mn people are
over the age of 15



516mn people use
the Internet (75%)



296mn people are
e-shoppers (43%)



Average spending
per e-shopper

8.0%

Estimated share of **online goods** in **total retail of goods**



Total GDP of
€17,591bn

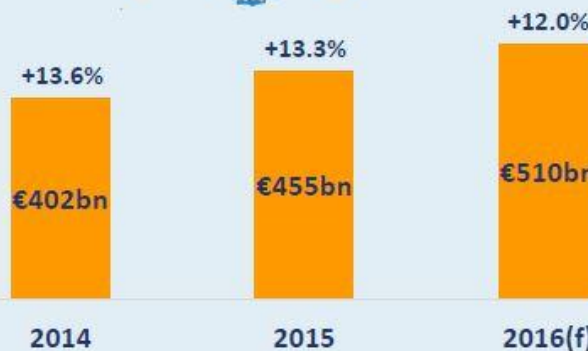


Share of e-commerce
in GDP **2.59%**



B2C E-commerce Turnover per Region

West	€252.9bn +12.9%
Central	€89.5bn +14.2%
South	€50.9bn +17.1%
North	€37.6bn +10.9%
East	€24.5bn +9.1%



European
B2C turnover

Executed by: Ecommerce FOUNDATION

In cooperation with: GfK

Powered by:

ASENDIA
By La Poste & DHL

ingenico
GROUP

Manhattan
Associates

webhelp

© Ecommerce Foundation (May 2016)



eBIZNES

Dlaczego warto?

eSPRZEDAŻ w zakresie wartości dodanej?

Dlaczego warto?

1. Czas – szybkie dostawy
2. Dostęp do informacji operacyjnej
3. Obniżenie kosztów transakcyjnych
4. Nieograniczony zasięg geograficzny
5. Nowe kontakty
6. Dostęp do wiedzy



eBIZNES

Dlaczego warto?
cd.

- Redukcja kosztów transakcyjnych / większy ZYSK
- Polepszenie komunikacji z klientem
- Wizerunek nowoczesnej firmy
- Natychmiastowy dostęp do informacji
- Efektywne działania marketingowe
- Uproszczenie i przyśpieszenie procesów
- Zwiększenie zakresu oferty
- Zwiększenie zasięgu / obszaru sprzedaży
- Polepszenie współpracy z dostawcami
- Stała kontrola jakości
- Skalowalność w zakresie wielkości sprzedaży
- Optymalizacja w obszarze logistyki
- Dostęp do najnowszych rozwiązań transakcyjnych, np. PayU



eBIZNES

BARIERY?

- Brak wiedzy i e-umiejętności
- Problemy z bezpieczeństwem / zaufaniem
- Problemy z niezawodnością infrastruktury
- Długi czas uzyskania progu rentowności
- Nieznajomość naszej witryny na rynku
- Bardzo duża konkurencja w sieci
- ?





ePROMOCJA

E-marketing

2. Instrumenty e-marketingowe



eMARKETING

DEFINICJE

- **eMarketing** – działalność promocyjna prowadzona w sieci / internecie.

Obejmuje:

- Pozycjonowanie domen w wyszukiwarkach
- E-mail marketing – kontakt z klientem
- Google AdWords, FB, YT (płatna reklama)
- Content Marketing (treści, informacja, poradniki)
- Aukcje internetowe (Allegro)
- Marketing Wirusowy (Viral Marketing) - internauci sami rozpowszechniają między sobą wiadomości związane z firmą lub jej działalnością



eMARKETING

Domeny

DOMENY





eMARKETING

Domeny

Wybór nazwy domeny

DOMENA.PL POLSKA MARKA

POCZTA HOSTING DOMENY

REJESTRACJA DOMEN

.pl 0 zł .com.pl 0 zł .eu 14.99 zł Cennik >

Wpisz nazwę domeny... **SPRAWDŹ**

[Załaduj nowe konto](#) [Zaloguj](#)

DOMENY

REJESTRACJA DOMEN

biznesjstok **Sprawdź** > [Zobacz inne rozszerzenia](#)

WYBRANE

Zaznacz	Domena	Dostępność
☐	biznesjstok.pl wyprzedaż	✓ Dostępna
☐	biznesjstok.eu promocja	✓ Dostępna

<https://domeny.domena.pl>



STRONY

eMARKETING

Strony www

The screenshot displays the Allegro website interface. At the top, there's a green banner for 'Przywitaj wiosnę w ogrodzie' (Welcome spring in the garden) featuring a woman and a plant. Next to it is a Kärcher advertisement for a window cleaner, showing a price reduction from 259,00 zł to 239,00 zł. A yellow banner below these states: 'Uruchamiamy darmowe dostawy Allegro Smart! dla wszystkich na miesiąc. Sprawdź szczegóły' (We launch free Allegro Smart! deliveries for everyone for a month. Check details).

The main navigation bar includes the 'allegro' logo, a search bar with the placeholder 'czego szukasz?', a dropdown for 'Wszystkie kategorie' (All categories), a 'SZUKAJ' (SEARCH) button, and icons for favorites, chat, and a shopping bag. The user is logged in as 'bądź Smart! Moje Allegro'.

The main content area is divided into sections. On the left, a sidebar lists various categories: Elektronika, Moda, Dom i ogród, Supermarket, Dziecko, Uroda, Zdrowie, Kultura i rozrywka, Sport i turystyka, and Motoryzacja. The central part features a large promotional banner for 'Czyste okazje na wiosenne porządki' (Clean deals for spring cleaning) with an image of a man cleaning. To the right of this banner is a Vileda mop advertisement, showing a red mop and a price of 'od 112,00 zł'. Below the main banner, there are smaller promotional tiles for 'LEGO -10%', 'Mopy Vileda', 'Kawy Tchibo -40%', 'Rabaty na buty', and 'Stoły i krzesła'.

On the right side of the page, there's a vertical sidebar with additional offers: 'Darmowe dostawy Allegro Smart! dla wszystkich na miesiąc', 'Zbieraj Monety', 'Oceń produkty', and a 'ZAŁOGUJ SIĘ' (Log in) button. At the bottom right, there's a section titled 'Okazja wybrana dla Ciebie' (Special offer chosen for you).



eMARKETING

Strony www



Uwagi krytyczne o stronie...

1. Your website seems to be attracting traffic, but this traffic is almost stagnant and limited, which affects potential sales as you move forward.
 2. Your website doesn't feature in Google's first search page for some of the major keywords in your niche, which affects visibility and your business.
 3. Your website has been diagnosed with On-Page and On-Site issues, which affects the ranking.
 4. Your backlinks profile is not efficient enough to help your search engine visibility.
 5. Your website is currently not being properly promoted online according to Google's new guidelines (after latest Google Panda & Penguin update), which is affecting your marketing strategy and goals.
 6. Your presence in the social media platform is minimal. This is depriving you of a huge market of prospective referral clients.
 7. Your website may be penalized by Google.
 8. Social media profiles are not updated regularly.
 9. A low number of internal and external quality links present on your website.
 10. Not updating fresh contents for your website and blogs as per the latest Google guideline (Penguin & Panda).
- And many more...



eMARKETING

Strony www

Uwagi krytyczne o stronie...

1. Na powyższej stronie jest zauważalny ruch ale jest on na tym samym poziomie i jest ograniczony, co ogranicza potencjalną sprzedaż.
2. Strona nie znajduje się na pierwszej liście wyświetlania w przeglądarce Google w zakresie kluczowych dla niej słów, pojęć, co ogranicza do niej dostęp oraz widoczność.
3. Strona była oceniana przez „On-page” i „On-site issues” co ma wpływ na listę rankingową.

On-page - termin używany w optymalizacji stron internetowych dla wyszukiwarek. wpływają na ocenę strony bezpośrednio na samej stronie i może na nie oddziaływać sam autor stron („kontrola jakości www”). Według nich umieszczają witrynę na danej pozycji w wynikach wyszukiwania





eMARKETING

Strony www

Uwagi krytyczne o stronie...



4. Twój profil „backlinks” nie jest efektywny, aby pomóc skutecznie uruchomić funkcję widoczność w przeglądarkach.
5. Strona nie jest właściwie promowana w sieci zgodnie z wytycznymi Google (Google Panda & Penguin update).
6. Twoja obecność na platformach społecznościowych jest minimalna. To obniża znacząco dostęp do rynku masowego na którym znajdują się potencjalni klienci.
7. Strona może być karana (?) przez Google.
8. Obecność na platformach społecznościowych nie jest regularna i aktywna.
9. Niska jakość strony przekłada się na niski poziom odwiedzin.
10. Brak nowych treści na stronie może powodować blokowanie (?) ze strony Google.

Backlinks – pozycjonowanie, segmentacja stron.



eMARKETING

Strony www

Dobre praktyki dotyczące stron www

1. Pamiętaj o profesjonalnym oprogramowaniu / usłudze w zakresie projektowania i pozycjonowania stron.
2. Projekt graficzny - przejrzysty i czytelny, nieprzeładowany grafiką, odpowiednio prezentujący atuty firmy i ofertę
3. Czytelność tekstu – tła, obrazy, wielkość i kolor czcionki
4. Informacja o możliwości kontaktu
5. Kompatybilność z urządzeniami mobilnymi! (responsywność RWD)
6. Zadbaj o bezpieczeństwo – usługa hostingowa
7. **Profesjonalnie wykonana strona internetowa** musi być przygotowana zgodnie z wytycznymi SEO (Search Engine Optimization).
8. **Integracja z mediami społecznościowymi.**
9. Integracja z e-sklepem.
10. Integracja z analityką www.



eFINANSE

E-bankowość

3. Innowacyjne instrumenty e-finansowe



Metody płatności / Źródła finansowania?

eFINANSE

wprowadzenie

- **E-bankowość** – przelewy / rozliczenia realizowane przy pomocy e-kont.
- **Karty kredytowe / debetowe a funkcja płatności elektronicznych** – zakup towarów i usług w internecie.
- **Telefony komórkowe** z funkcją płatności elektronicznych / mobilnych.
- **PayPal / PayU** – usługa finansowa pozwalająca na bezpieczne realizowanie płatności za zakupy realizowane w internecie.
- **Bitcoiny** – wirtualna / krypto waluta pozwalająca dokonywać wzajemnych rozliczeń.
- **Crowdfunding** – instrument pozyskania środków na rozpoczęcie lub rozwój działalności gospodarczej.



eFINANSE

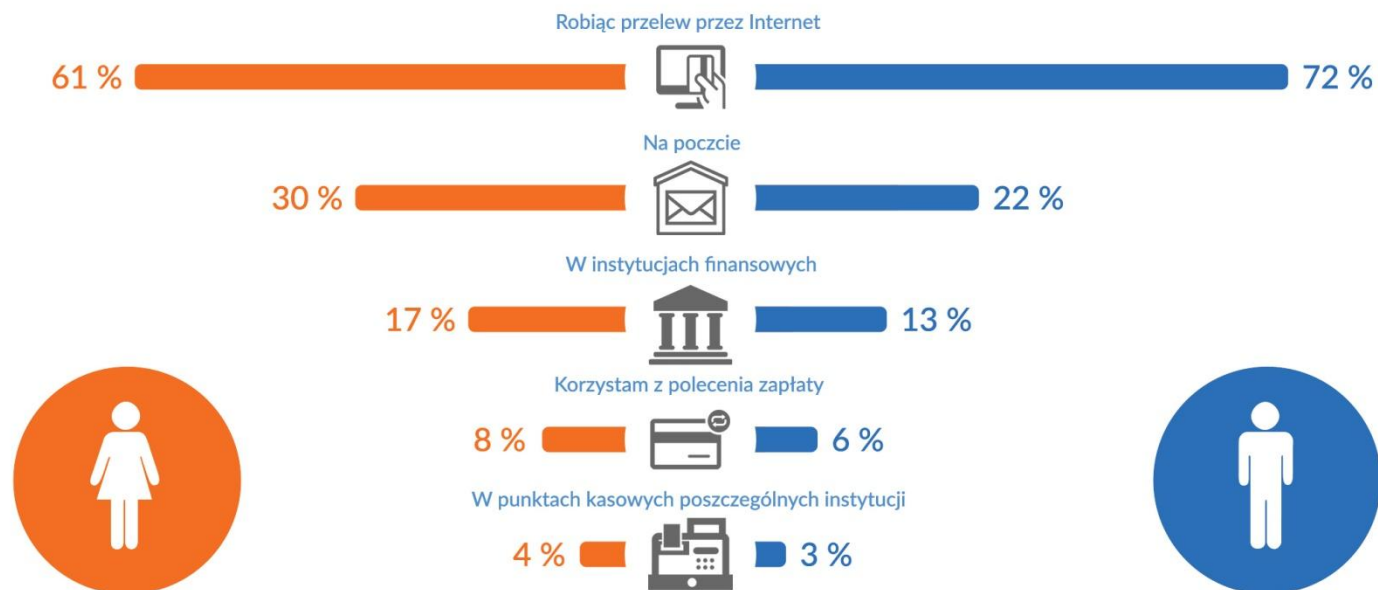
wprowadzenie

Źródła finansowania / Metody płatności?

bm.pl
ROBOT FINANSOWY

PŁACENIE RACHUNKÓW

W jaki sposób opłacamy rachunki?



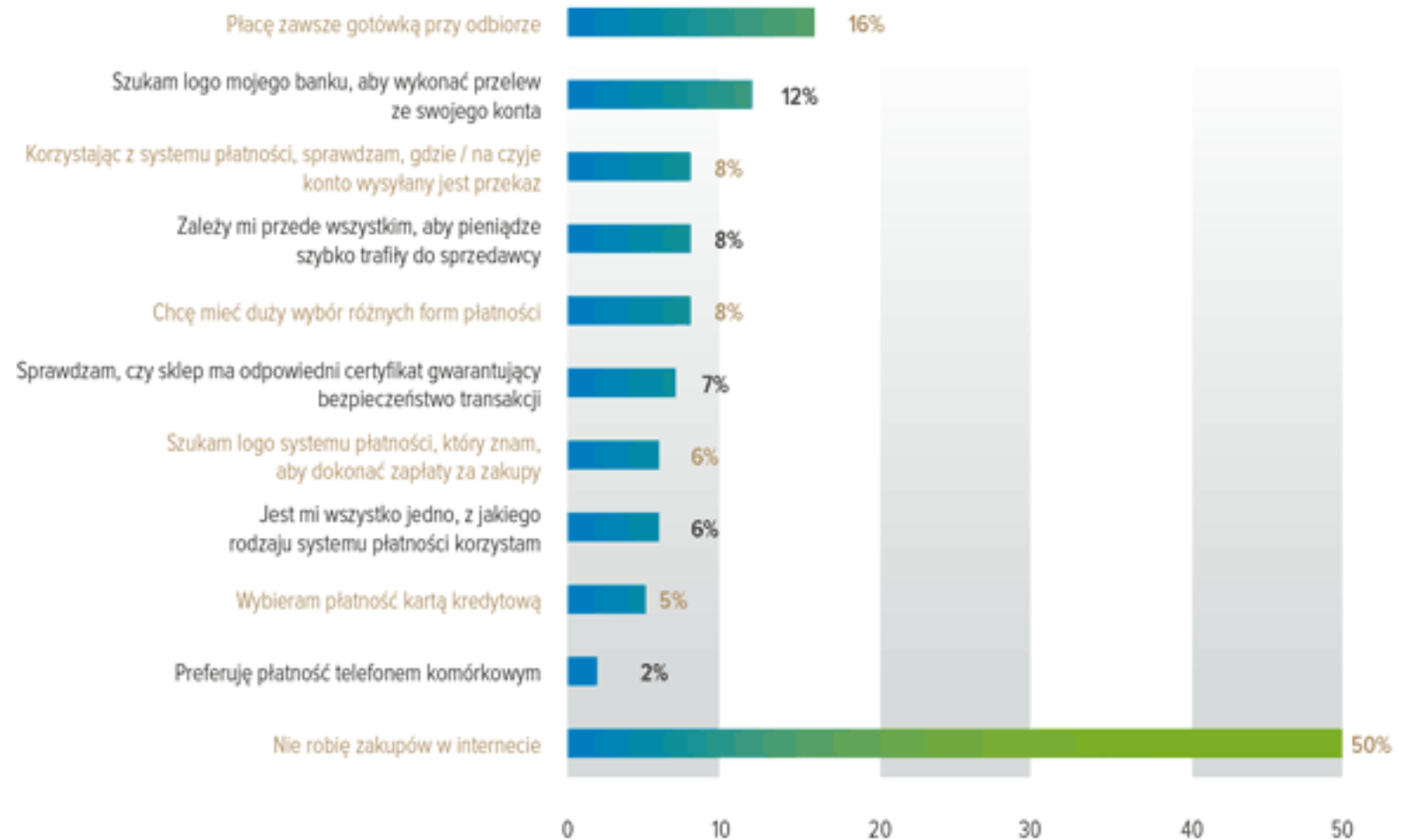


eFINANSE

wprowadzenie

Źródła finansowania / Metody płatności?

Gdy wybieram sposób płatności za towar lub usługę kupioną w internecie



Źródło: KIR na podstawie odpowiedzi klientów banków; Próba: N=780

Dane z marca 2016 r.

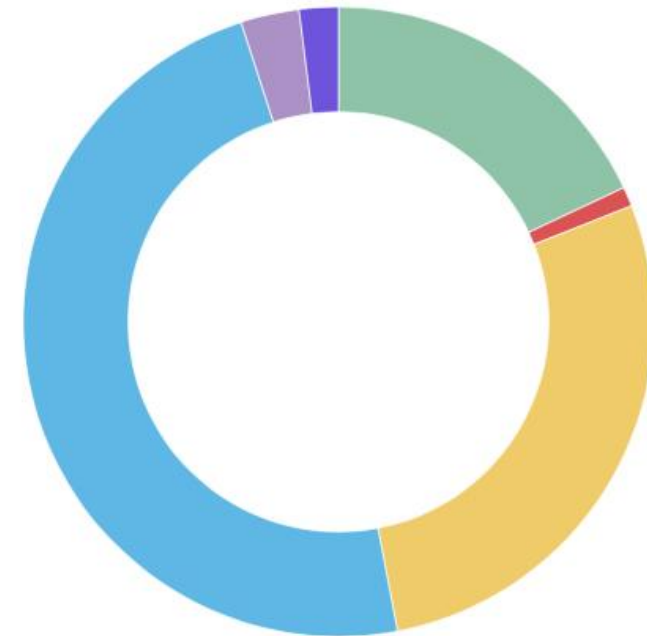


eFINANSE

wprowadzenie

Źródła finansowania / Metody płatności?

Płatności za zakupy na
Allegro (dane w %)



- Karta płatnicza
- Kupiłem na raty
- Płatność przy odbiorze
- Przelew bankowy z PayU
- Przelew bezpośredni na rachunek sprzedawcy
- Tradycyjny przelew

dane: PayU



eFINANSE

wprowadzenie

E-bankowość / bankowość elektroniczna

- Pozwala na wykonywanie różnych rodzajów usług bankowych za pomocą kanału elektronicznego, np. **przelewy elektroniczne**.
- Zdalny dostęp do konta – dom, firma.
- **e-cash** określa pieniądź elektroniczny, który umożliwia zdalne płacenie za określony produkt czy usługę w Internecie.
- **e-banki** istnieją w świecie wirtualnym, ale nasze pieniądze w nich ulokowane są jak najbardziej realne.
- Elektroniczna Izba Rozliczeniowa, czyli w skrócie **ELIXIR**, jest systemem rozliczeń międzybankowych, dzięki któremu nasze środki mogą szybko trafić na właściwe konto bankowe
- Zaletą bankowości elektronicznej będzie **wygoda** – dostęp do usług bankowych 24h/7.
- Wadą – samoobsługa, ryzyko braku możliwości realizacji usługi, bezpieczeństwo.



Karty kredytowe / debetowe a funkcja płatności elektronicznych

eFINANSE

wprowadzenie

- Bardzo popularna metoda płatności.
- W Internecie można zapłacić nie tylko kartą kredytową (debetową, przedpłaconymi) i nie tylko kartą wypukłą.
- Podczas płatności kartą w Internecie możesz zostać poproszony o jej dodatkowe potwierdzenie poprzez **wprowadzenie jednorazowego kodu** przesyłanego na numer Twojego telefonu komórkowego.
- Dzięki procedurze **chargeback** będziesz miał możliwość odzyskania swoich pieniędzy dochodząc swoich roszczeń od sprzedawcy za pośrednictwem Banku – wydawcy karty.
- Możesz płacić w krajowych i zagranicznych sklepach internetowych.



Telefony komórkowe z funkcją płatności elektronicznych

eFINANSE

wprowadzenie

- **Zbliżeniowe płatności mobilne**
- **phone banking/mobile banking** – rozliczenia przy pomocy urządzeń mobilnych.
- **e-billing** wykorzystuje się w zakresie zarządzaniu rachunkami w określonych sieciach komórkowych.
- Aby zapłacić w sklepie wystarczy, że odblokuję telefon i przyłożę go do terminala płatniczego.
- Do skorzystania z takich płatności potrzebny jest **telefon z systemem Android** (wersja 4.4. lub wyższa) wyposażony w **antenę NFC**. Na nim musi znaleźć się **aplikacja banku**, która wspiera funkcję płatności zbliżeniowych.
- W tej chwili płacić telefonem zbliżeniowo pozwala już 12 polskich banków.



eFINANSE

wprowadzenie

PayPal / PayU

- **System płatności on-line** / darmowy (dla kupujących).
- System działa na zasadzie wirtualnej portmonetki (cyfrowy portfel).
- Klienci mogą płacić przy użyciu karty kredytowej bądź **salda konta PayPal**, które można zasilać przelewami z konta bankowego lub innego konta
- PayPal czyni zakupy on-line szybszymi, bardziej komfortowymi i bezpiecznymi dla kupujących,
- Stał się najbardziej popularnym rozwiązaniem tego rodzaju na świecie.
- **PayU** – operator płatności internetowych działający jako system, który daje możliwość dokonywania oraz otrzymywania wpłat przez Internet pomiędzy osobami posiadającymi **konto e-mail**.



eFINANSE

wprowadzenie

Bitcoin / kryptowaluta

- **Bitcoin** to innowacyjna waluta Internetu.
- Bitcoin to waluta (kryptowaluta) **zdecentralizowana** czyli bez centralnej instytucji emisyjnej.
- Możesz błyskawicznie ją wysłać do dowolnego miejsca na świecie z ominięciem banków i pośredników a co za tym idzie kosztownych prowizji, limitów i ograniczeń.
- Kryptowaluty są jednak zjawiskiem z którym się wiąże cały zestaw mitów, legend.
- Bitcoin jest też **walutą anonimową**, wszystkie transakcje w sieci bitcoin są jawne, ale dokonujący transakcji czy je otrzymujący już nie.



eFINANSE

wprowadzenie

Crowdfunding

- **Finansowanie społecznościowe** (zbiórka publiczna) - źródło kapitału dostarczanego przez szeroką społeczność wirtualną (Rheingold, 1993), która chce wesprzeć kreatywnego pomysłodawcę.
- Crowdfunding jest to „rodzaj gromadzenia i alokacji kapitału przekazywanego na rzecz rozwoju określonego przedsięwzięcia w **zamian za określone świadczenie zwrotne**.
- **Crowdfunding PASYWNY** (sponsorski) – zaangażowanie finansowe w zamian za nagrodę typu: uprzywilejowany zakup produktu / usługi, gadżety firmowe, dostęp do programów lojalnościowych itd.
- Weryfikacja potrzeb / oczekiwań rynku – rejestracja zamówień (sprzedaż);
- Budowa sieci odbiorców / sympatyków / partnerów biznesowych;
- Stworzenie platformy współpracy opartej na ZAUFANIU zgodnie z zasadą **All-or-Nothing!**

CROWDFUNDING JAKO INSTRUMENT ZARZĄDZANIA RYZYKIEM UTRATY PŁYNNOŚCI FINANSOWEJ

- **Wariant 1:** Finansowanie przy pomocy kredytu bankowego

- **Założenia:**

- Planowana sprzedaż: 550 000 PLN / 12 miesięcy
- Poziom przychodów [miesięcznie] : 50 000 PLN
- Koszt stały prowadzenia działalności: 10 000 PLN / miesiąc
- Koszt zmienny: 50%
- Kredyt Bankowy „0 procent”: 150 000 PLN
- Liczba miesięcy (spłata kredytu): 12
- Wartość inwestycji początkowej: 100 000 PLN
- Średnia wartość NALEŻNOŚCI [dni]: 30
- Średnia wartość ZOBOWIĄZANIA [dni]: 0 (płatność gotówką)



CROWDFUNDING JAKO INSTRUMENT ZARZĄDZANIA RYZYKIEM UTRATY PŁYNNOŚCI FINANSOWEJ

- **Wariant 2:** Finansowanie przy pomocy „Crowdfundingu”

- **Założenia:**

- Planowana sprzedaż (Cel akcji crowdfundingowej): 550 000 PLN (100%)
- Poziom przychodów [miesięcznie] : N/D
- Koszt stały prowadzenia działalności: 10 000 PLN / miesiąc
- Koszt zmienny: 50%
- Kredyt Bankowy „0 procent”: N/D
- Liczba miesięcy (spłata kredytu): N/D
- Wartość inwestycji początkowej: 100 000 PLN
- Średnia wartość NALEŻNOŚCI [dni]: 30
- Średnia wartość ZOBOWIĄZANIA [dni]: 0 (płatność gotówką)





eTECHNOLOGIE

E-business

4.

Innowacyjne e-technologie



eTECHNOLOGIE

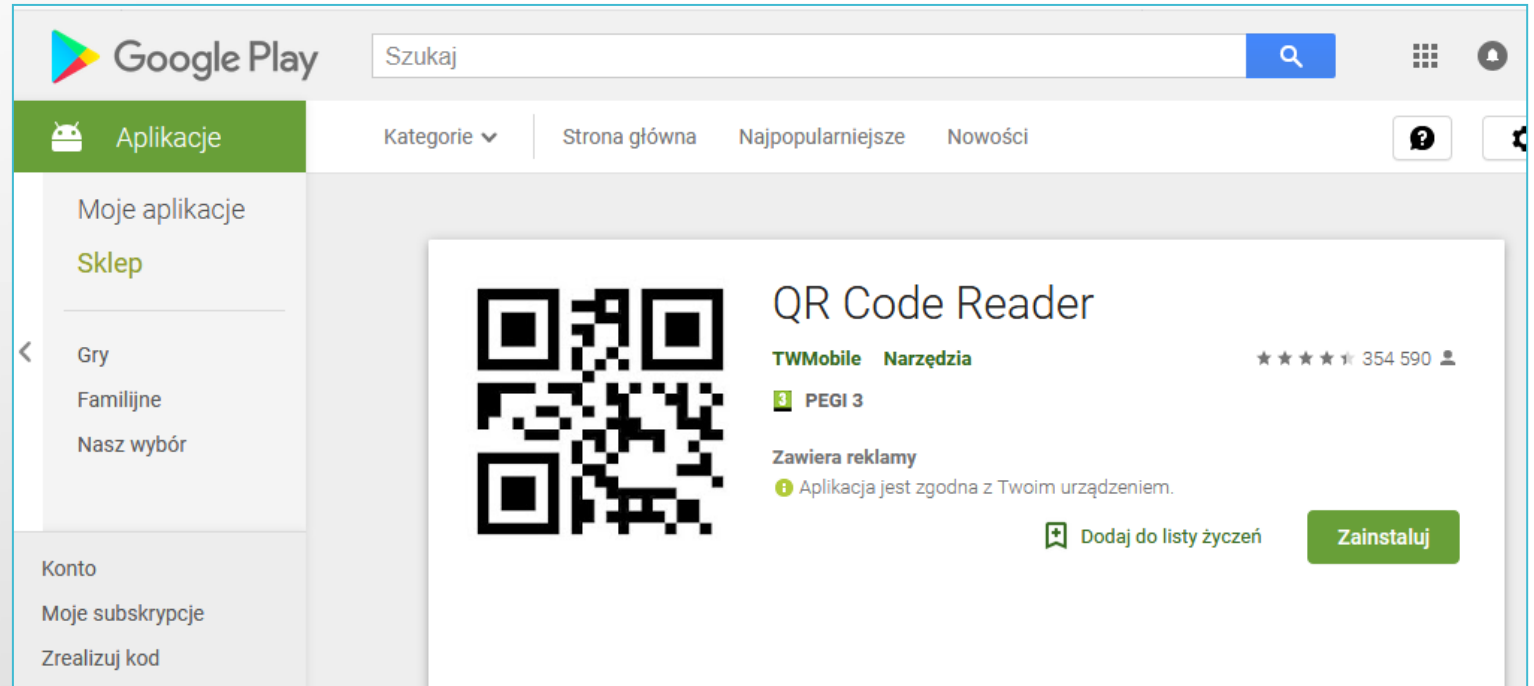
Kody QR

Kody QR





QR skanery / QR reader



<https://play.google.com/store>

eTECHNOLOGIE

QR kody



eTECHNOLOGIE

QR kody

Biznes ukryty w kodach QR (1/2)

- **Kod QR** (Quick Response) - rodzaj kodu kreskowego, czyli graficznej reprezentacji informacji za pomocą kombinacji białych i czarnych kresek, odczytywanej czytnikiem elektronicznym.
- **QR** - powstały w 1994 roku - japońska firma Denso-Wave.
- Kody kreskowe są stosowane na szeroką skalę w **logistyce** jako oznaczenia towarów.
- **QR umożliwia szybką i bezbłędną identyfikację (odczyt) zapisanych (kodowanie) w nich informacji.**
- Do odczytania kodu wystarczy **smartfon** z aparatem fotograficznym i prosta aplikacja do skanowania (**QR reader / scanner**).
- Żeby stworzyć grafikę z kodem QR z zapisaną w nim informacją, wystarczy użyć internetowego, darmowego **generatora kodów QR**.



eTECHNOLOGIE

QR kody

Biznes ukryty w kodach QR (1/2)

- Umożliwia **kodowanie znaków** Kanji/Kana, alfabetu arabskiego, greckiego, hebrajskiego lub cyrylicy
- QR Code (Model 2), pozwala zakodować do **7089 znaków numerycznych**, **4296 alfanumerycznych**, 1817 znaków Kanji, 2953 ośmiobitowych danych binarnych.
- który może być odczytywany **z odległości kilku, kilkunastu metrów**.
- W kodzie wykorzystuje się wzór wyszukiwania pozwalający czytnikowi na odnalezienie poszczególnych miejsc w kodzie, względem których odczytywana jest pozostała jego część.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ01234
56789ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZ0123456789ABCDEFGHI
JKLMNOPQRSTUVWXYZ0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ01234567





eTECHNOLOGIE

QR kody

QR - zastosowanie

- Kodowanie różnych krótkich treści, m.in. danych teleadresowych (internetowych), krótkich informacji o produktach, usługach, miejscach itd.
- Umieszczanie fotokodów QR m.in. na ulotkach, broszurach, informacjach prasowych, stoiskach targowych, wizytówkach, fakturach, paragonach, formularzach zamówienia, witrynach sklepowych, materiałach promocyjnych w sklepach,
- Menu w restauracjach, materiałach szkoleniowych, okładkach płyt CD/DVD, opakowaniach
- Wszelkich innych materiałach drukowanych, na których promowane są np. strony internetowe.
- ?



eTECHNOLOGIE

QR kody

Najczęściej wykorzystywane funkcje generatorów kodów QR

- **Tekst** – wpisz tekst, jaki ma się wyświetlić w telefonie odbiorcy po zeskanowaniu kodu – im krótszy, tym lepszy (może to być na przykład hasło reklamowe);
- **Adres URL /www** – wklej adres strony internetowej, mapy Google z zaznaczoną lokalizacją Twojej firmy – każdej stronie, która pozwoli Ci pozyskiwać klientów;
- **Numer telefonu** – można kliknąć zeskanowany numer telefonu i od razu zadzwonić;
- **SMS** – wpisz numer telefonu i treść wiadomości – odbiorca będzie mógł wysłać taki SMS za pomocą jednego kliknięcia;
- **e-mail** – wpisz adres e-mail, temat i zawartość wiadomości; korzystaj jak powyżej;
- **Wizytówka** – wpisz swoje dane, a użytkownik będzie mógł automatycznie dodać Twój kontakt do książki w swoim telefonie.



eTECHNOLOGIE

QR kody

QR – wytyczne w zakresie edycji graficznej

- Wymagane są **czarno-białe kolory (ale nie jest to niezbędne!)**. Ważny jest odpowiedni kontrast – jeśli będzie zbyt niski, aplikacja na telefonie nie będzie w stanie odczytać kodu. Kontrast musi wynosić przynajmniej 55 proc.
- Pozostawisz **pustą przestrzeń** wokół wszystkich czterech krawędzi kodu.
- Nie zapiszesz w kodzie zbyt wielu znaków – inaczej kod stanie się zbyt skomplikowany, co może niektórym telefonom sprawiać trudności w jego odczytaniu. Postaraj się ograniczyć **do 60 znaków**, jeśli to możliwe.
- Zawsze najpierw **przetestuj** swój kod QR, najlepiej w kilku różnych aplikacjach, telefonach i przy różnym oświetleniu. Postaw się na miejscu Twojego klienta i zastanów, jak ten kod działa dla Ciebie.



QR – przykłady zastosowań



Rys. 1. 22 czerwca 2011 roku do obiegu wprowadzone zostały dwie pierwsze na świecie monety z fotokodem. Jubileuszowe monety o nominalach 5 i 10 euro upamiętniają stulecie funkcjonowania mennicy w Utrechcie

eTECHNOLOGIE

QR kody



eTECHNOLOGIE

QR kody

QR – przykłady zastosowań



Rys. 2. Znacznik w kształcie czerwonego krzyża, mający zachęcić do pomocy Japończykom po trzęsieniu ziemi i tsunami



QR – przykłady zastosowań



eTECHNOLOGIE

QR kody

QR – przykłady zastosowań



eTECHNOLOGIE
QR kody

QR – przykłady zastosowań



eTECHNOLOGIE
QR kody



QR – przykłady zastosowań



GUINNESS QR CUP

A first of its kind, product-activated QR code.

BRIEFING

Guinness wanted to become more relevant and get talked about in bars

SOLUTION

We created The Guinness QR cup & distributed them to bars. Fill the glass with guinness and it reveals a QR code. Scan the code with your smart phone and it tweets about your pint, updates your facebook status, checks you in via 4square, downloads coupons and promotions, invites your friends to join you, and even launches exclusive Guinness content. Each interaction with the Guinness QR cup got people in the bar, and the twitterverse, buzzing.



When the pint glass is empty, the QR code is unreadable.



When the pint glass is filled with ordinary beer, the QR code is unreadable.



When the pint glass is filled with Guinness, the black liquid completes the code and turns the glass, (and the drink itself!) into a dynamic content & social media experience.



eTECHNOLOGII

QR kody

QR – przykłady zastosowań



eTECHNOLOGIE

QR kody



Zdjęcie 1. Uliczne sklepy z kodami QR to ciekawa koncepcja i z chęcią zobaczymy takie w Polsce

QR – przykłady zastosowań



eTECHNOLOGIE
QR kody





QR – przykłady zastosowań



eTECHNOLOGIE

QR kody





QR – przykłady zastosowań



eTECHNOLOGIE

QR kody

QR – przykłady zastosowań



Project QR Code Interactive Phonics Game Board

★
START

MOVE
AHEAD
2 SPACES

Magic ★ Word Game

Jump
Ahead!

LOSE A
TURN

Directions:
(1) Roll the Dice
(2) Move the # of Spaces
(3) Scan the QR Code
(4) Complete the Task

**FREE
RESOURCE**

eTECHNOLOGIE
QR kody



QR – przykłady zastosowań

eTECHNOLOGIE

QR kody



QR – przykłady zastosowań

eTECHNOLOGIE

QR kody



QR – przykłady zastosowań

eTECHNOLOGIE

QR kody





eTECHNOLOGIE

QR kody

QR – zalety

- **Dostępność** urządzeń (telefon) i programu.
- **Brak kosztów** – tworzenie kodów jak i ich skanowanie jest bezpłatne.
- **Łatwość obsługi** – nie są wymagane kompetencje IT.
- **Szybkość** dostępu do informacji.
- **Bezбłądność** w zakresie generowania kodów jak i ich sczytywania.
- **Brak barier** w zakresie prezentacji (wydruku) i dostępu kodu.
- Możliwość skanowania **na odległość**.
- Brak konieczności dostępu do Internetu.
- **Innowacyjny** charakter.
- ?



QR – bariery i ograniczenia

- **Brak masowego zainteresowania** - przechodzimy obok nich całkowicie obojętnie (W USA do ich skanowania przyznawała się zaledwie 1/5 użytkowników telefonów komórkowych).
- **Brak przyzwyczajeń** i nawyków ze strony klientów.
- **Brak aplikacji QR** (reader) w standardowym wyposażeniu telefonów komórkowych....?!
- **Brak przekonania** reklamodawców o skuteczności kodów QR.
- **Brak edycji** treści – kod jednorazowy.

eTECHNOLOGIE

QR kody

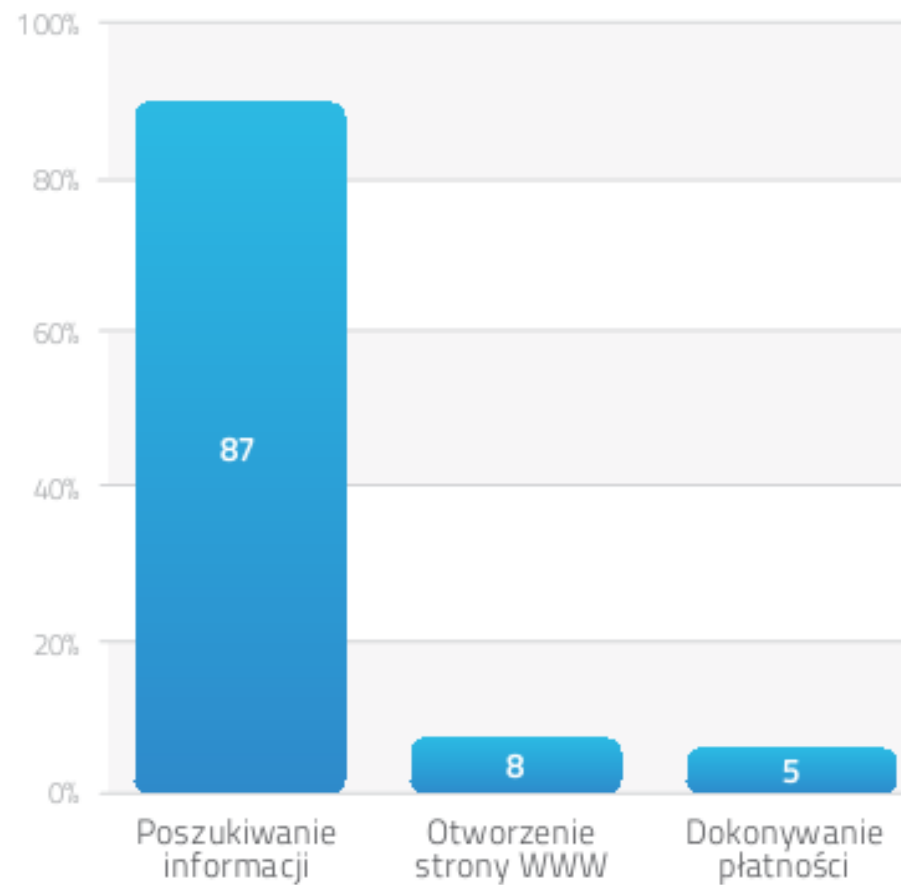


eTECHNOLOGIE

QR kody

QR – statystyki

Rys. 4. Cel skanowania kodów QR



Źródło: Raport Mobio Identity Systems

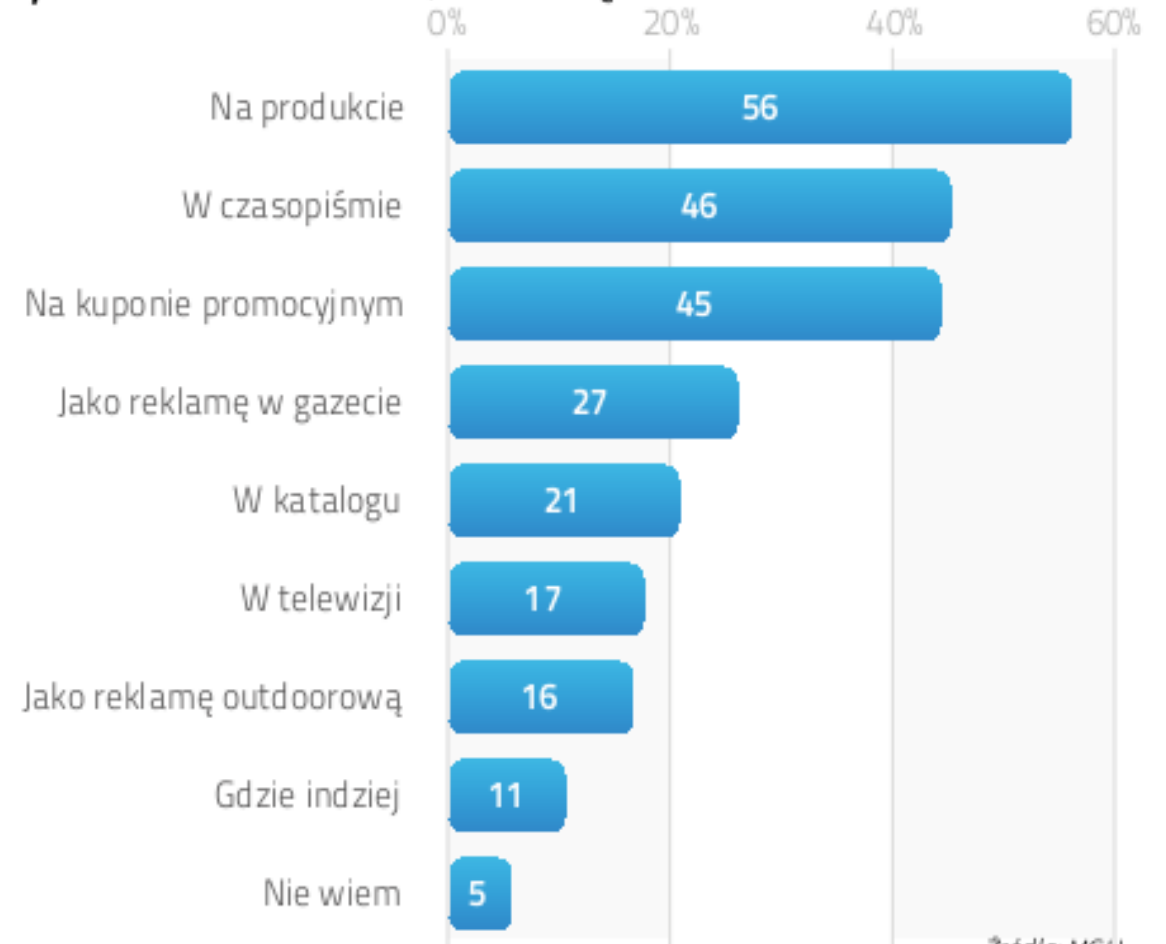


eTECHNOLOGIE

QR kody

QR – statystyki

Rys. 5. Gdzie widziałeś/łaś kod QR?



Źródło: MGH

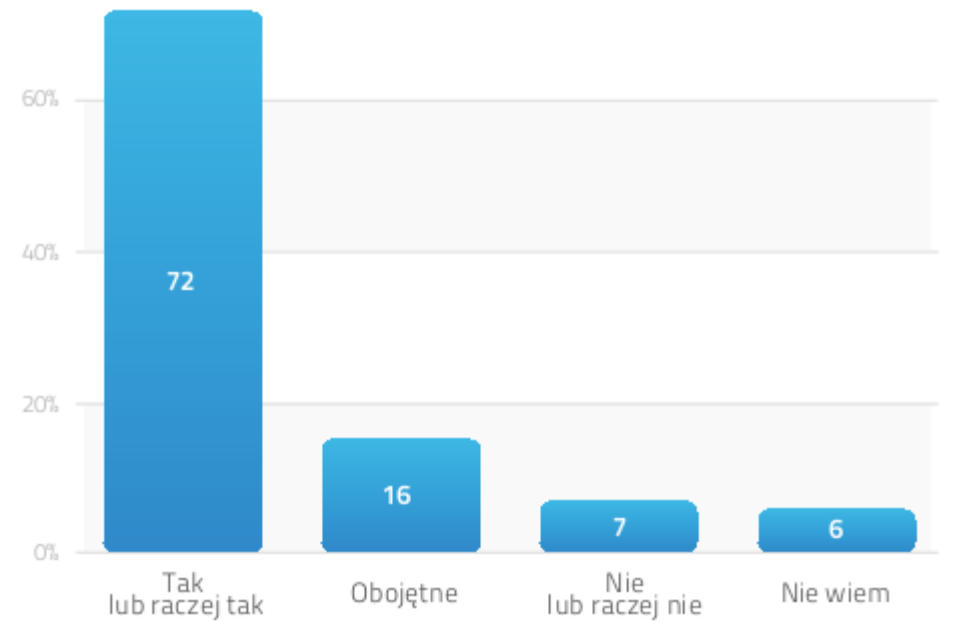


eTECHNOLOGIE

QR kody

QR – statystyki

Rys. 6. Czy zapamiętałbyś/labyś reklamę otrzymaną przez kod QR?



Źródło: MGH



Generator kodów QR

eTechnologie
wykorzystaj potencjał internetu

Sklep internetowy Oferta Realizacje O nas Kontakt 🔍

Generator kodów QR

Krok 1

Sposób kodowania:

UTF-8

Rozmiar kodu (piksele):

300

X

300

Poziom korekcji:

Niski

Najczęściej zadawane pytania

☐ Jak odczytywać QR kody na smartfonie lub tablecie?

Aby odczytywać QR kody konieczne jest zainstalowanie jednej z wielu bezpłatnych aplikacji. Aplikacje różnią się w zależności od tego czy korzystasz z systemu Android, Windows czy iOS (Apple). Skanowanie kodu przypomina wykonywanie zdjęcia telefonem, należy ustawić obiektyw w ten sposób aby na wyświetlaczu był widoczny kod QR i poczekać kilka sekund. Informacja zostanie automatycznie odczytana.

⊕ Co można zrobić z QR kodem?

eTECHNOLOGIE

QR kody

<https://etechnologie.pl/generator-qr-kodow/>



eTECHNOLOGIE
QR kody

Generator kodów QR

eTechnologie
wykorzystaj potencjał internetu

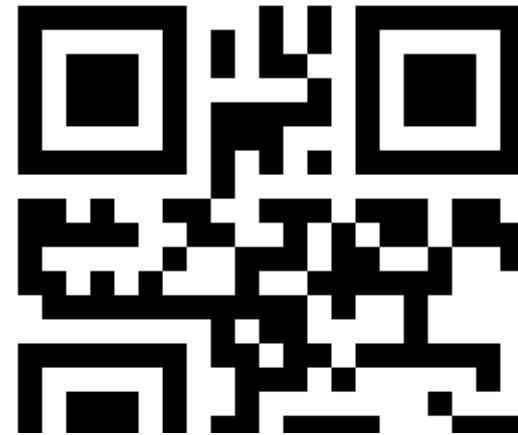
Wpisz dowolny tekst

Kody QR 2018

Number of characters: 12

Generuj kod QR

Podgląd kodu



<https://etechnologie.pl/generator-qr-kodow/>



Systemy rozpoznawania obrazu

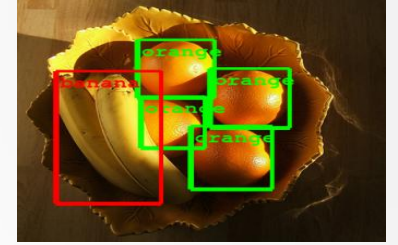
eTECHNOLOGIE

Computer Vision / Visual Recognition



Systemy rozpoznawania obrazu

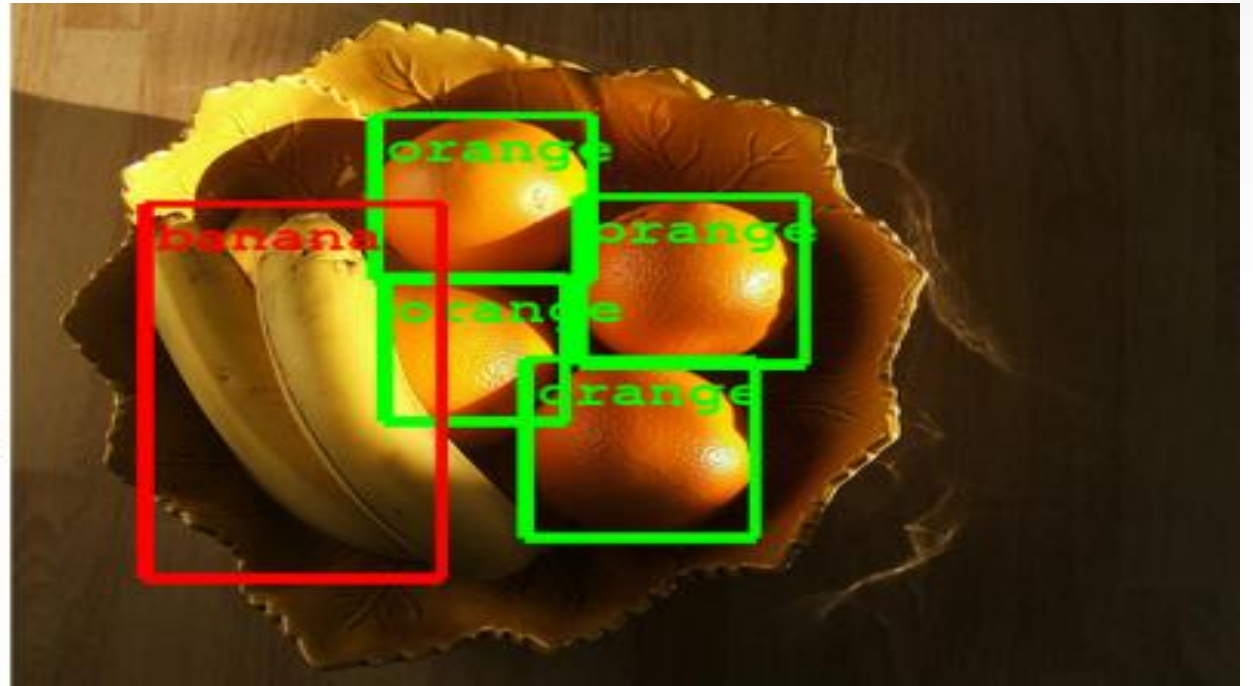
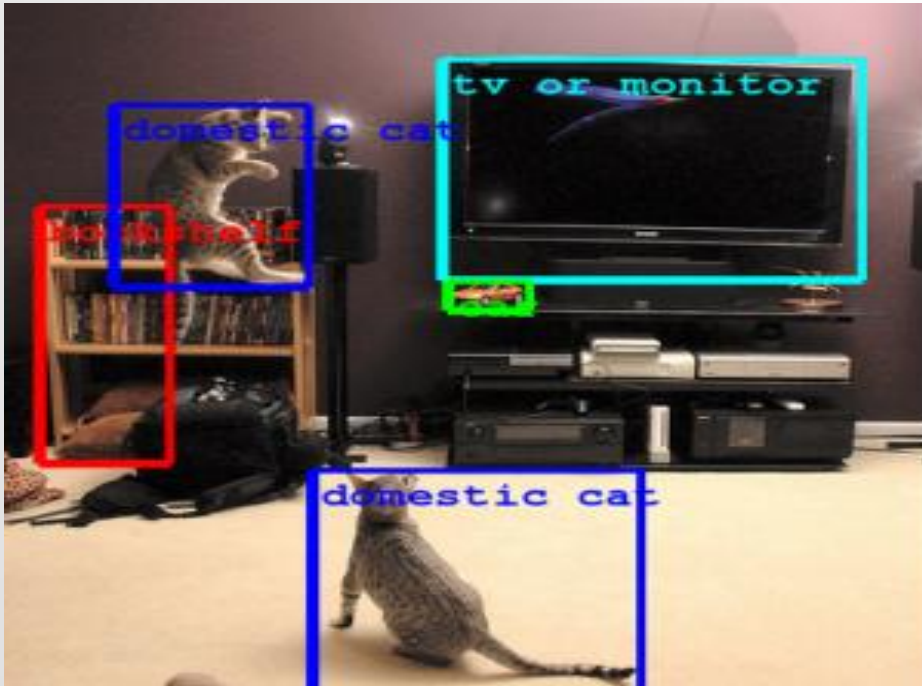
Definicje:



- **Rozpoznawanie obrazu** (*Computer Vision / Visual Recognition*) – przetwarzanie obrazu przez komputer za pomocą urządzeń zewnętrznych (np. skaner / kamera) w opis cyfrowy tegoż obrazu w celu dalszego przetwarzania.
- **Rozpoznanie obrazu** - identyfikacja obiektów analizy oraz ich ilościowa charakterystyka ale również klasyfikacja obiektów i ich symboliczna interpretacja.
- **Geneza** – II Wojna Światowa – pierwsze prace dotyczące projektowania uzbrojenia umożliwiającego zwalczanie np. łodzi podwodnych.

Systemy rozpoznawania obrazu

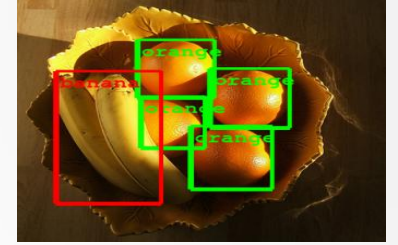
- Visual Recognition by Google:



Systemy rozpoznawania obrazu

Zastosowania w biznesie:

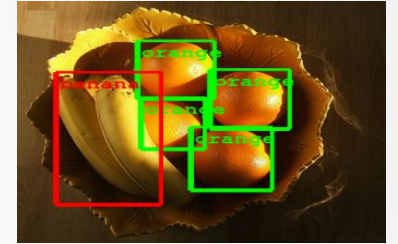
- Automatyczna segregacja towarów;
- Segregacja śmieci;
- Monitorowanie masowym ruchem pojazdów (osobowe / ciężarowe);
- Kompletacja części, podzespołów;
- Identyfikacja profili klientów – logistyka marketingowa;
- Weryfikacja stanów magazynowych;
- E-biznes?



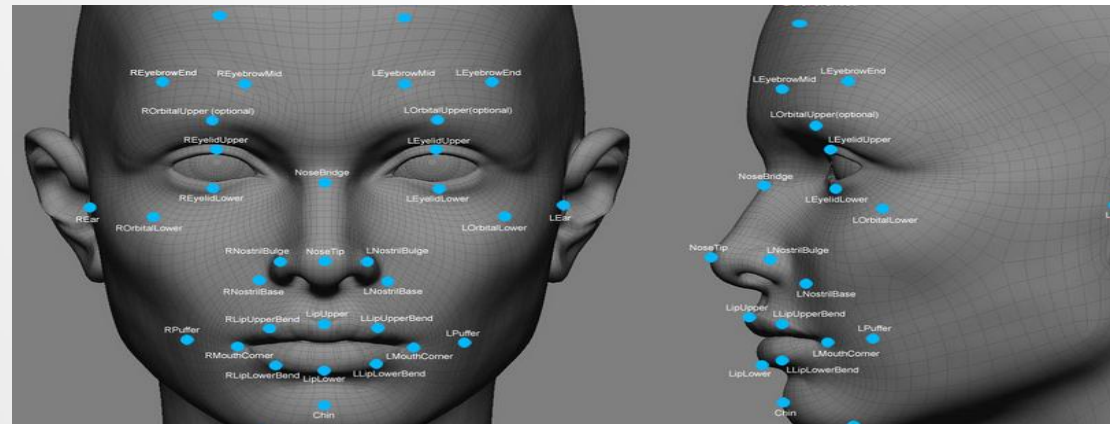
Systemy rozpoznawania obrazu

- **Zalety i wady:**

- Technika jest wciąż jeszcze młoda i daleko jej do dopracowania – stosunkowo duża liczba błędów.
- Twórcy już teraz chwalą się, że jest w stanie wykryć jednocześnie wiele obiektów w złożonej scenie, nawet jeśli są one częściowo zasłonięte.
- ?

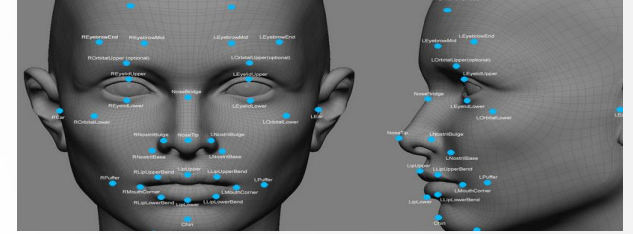


Systemy wykrywania i rozpoznawania twarzy



Systemy rozpoznawania twarzy

Cechy rozwiązania:

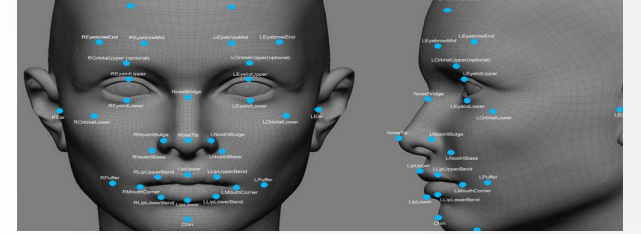


- Wykrywanie wielu twarzy w czasie rzeczywistym oraz ich rozpoznawanie ze strumienia wideo kamer;
- Alarm i sygnał rozpoznania jest przesyłany do administratorów w czasie rzeczywistym;
- Łatwe dodawanie bazy danych i przeszukiwanie jej przy użyciu różnych filtrów;
- Możliwość wyboru interfejsu bazy danych;
- Możliwość zapisywania pojedynczej twarzy w bazie danych, jak i grupowania już zapisanych twarzy;
- Rejestrowanie wszystkich obrazów twarzy z datą i indeksem czasowym;
- Proste i szybkie przeszukiwanie historii rejestrowania poprzez różne filtry;

Systemy rozpoznawania twarzy

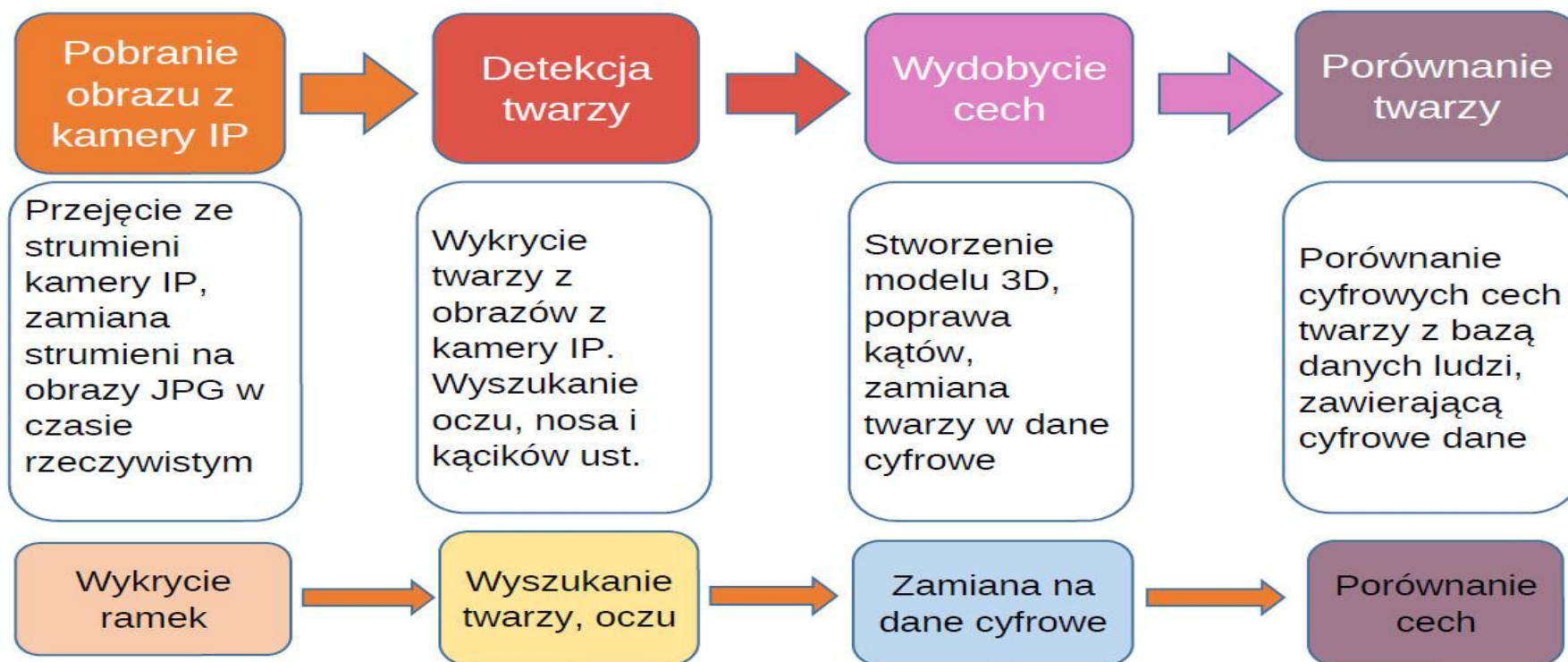
Cechy rozwiązania:

- Rozpoznaje twarze nawet wtedy, gdy dana osoba założy okulary, kapelusz czy będzie miała makijaż
- Rozpoznaje twarz ustawioną pod kątem – do 30°
- Określa wiek i płeć osoby na podstawie obrazu twarzy
- Porównuje stopień pokrywania się (podobieństwa) w % dwóch twarzy pochodzących z różnych zdjęć/obrazów
- Współpracuje z kamerami różnych producentów
- Może korzystać z już zainstalowanych kamer IP
- Pracuje za pośrednictwem bezpiecznej sieci lub bezprzewodowych łącz
- Na bieżąco porównuje twarze z listami osób poszukiwanych.



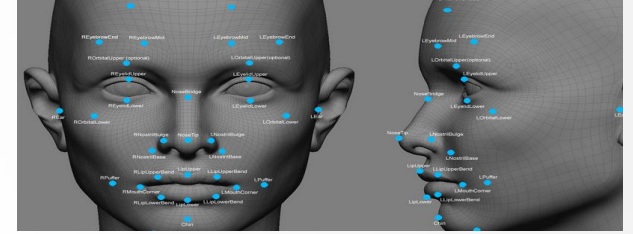
Systemy rozpoznawania twarzy

Ogólny schemat działania programu:



Systemy rozpoznawania twarzy

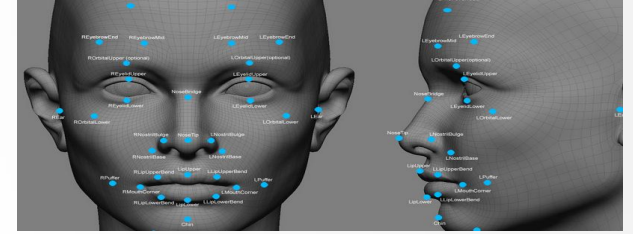
Zastosowanie: W zakładach pracy, korporacjach



- Monitorowanie i weryfikowanie osób wchodzących do biura;
- Skanowanie odwiedzających wchodzących do firmy i wyłapywanie osób nieautoryzowanych / nieuprawnionych do wejścia;
- Automatyczne wysyłanie ostrzeżenia gdy poszukiwana jednostka została zidentyfikowana;
- Pomiar czasu pracy pracownika – kontrola kiedy pracownicy przychodzą i opuszczają firmę;
- Budowa bazy danych osób regularnie odwiedzających firmę, jak np. kurierów;
- Możliwość powiadomienia, gdy kurier pojawia się w firmie.

Systemy rozpoznawania twarzy

- **Zastosowanie:** Na lotniskach, stadionach



Na lotniskach:

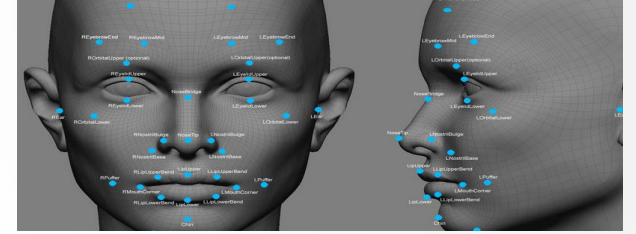
- **Wykrywanie osób poszukiwanych przez Interpol**

Na stadionach sportowych:

- Wykrywanie osób poszukiwanych i przesyłanie ostrzeżenia, gdy taka osoba dostanie się na obiekt sportowy
- Rozpoznawanie VIP'ów

Metody automatycznej identyfikacji

Systemy rozpoznawania obrazu / twarzy



ZALETY / szanse	WADY / zagrożenia