

времени, а также, использоваться работниками в области рекламы и маркетинга.

Таким образом, следует отметить, что убедительная, часто повторяющаяся, запоминающаяся, эмоциональная реклама, оказывает на потребителей эффект внушения, подражания и заражения.

NFC: ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

Павлова К.Д.

Научный руководитель – Гончарова В.В.

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 Near Field Communication, NFC («коммуникация ближнего поля») – технология высокочастотной беспроводной связи малого диапазона действия, которая позволяет выполнять бесконтактный обмен данными между мобильными телефонами, системами контроля доступа, платёжными 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 по-прежнему не знают о её 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, получив Интернет-ссылку, перейдя по которой можно попасть на сайт рекламируемого товара. NFC-метки, в свою очередь, не требуют подключения к Интернету и наличия камеры, и представляют собой тонкие и гибкие микрочипы.

Эта технология перспективна, так как спектр её применения очень широк. Её использование на складах 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 маркетинговый инструмент, ещё 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 всё 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 своём 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 возможно 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, оснащённый такой технологией, может считывать сроки годности продуктов, лежащих на полке, и предупреждать, если они испортились. Или аптечка с учтённым сроком годности, в которой все медикаменты проверены, а если поднести лекарство к смартфону, то можно узнать его назначение и имеющееся 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, то есть после приближения смартфона к датчику, придет вешалка с нужным пальто.

На сегодняшний день мобильные кошельки являются распространённым 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 торговли до образования и медицины.

Литература:

1. Микитюк, А. Статья «Деньги 2.0: о будущем технологии NFC», журнал «Мобі» № 10 (10) за 2011 год, стр. 56-57

2. Златоустовский, С. Премияльный путеводитель по Технологии NFC [Электронный ресурс] / NFC EXPERT – Электрон. дан. – М.: NFC EXPERT, 2013. – Режим доступа: <http://www.nfcexpert.ru/ru/>, свободный. Загл. с экрана. – Яз. Рус.

3. Хопкинс, К. Реклама. Научный подход / К. Хопкинс. – М.: Альфа-Пресс, 2000. – 96 с.: ил.

4. Крабтри, Т. NFC Mobile Payments Market [Электронный ресурс] / Juniper Research – Электрон. Дан. – UK: Juniper Research, 2012. – Режим доступа: <http://www.juniperresearch.com/index.php>, свободный. Загл. с экрана. – Яз. Англ.