



One QR - Endless Missions

MR.QR
GOES
Some



by JP CONCEPT LAB



One QR
Endless Missions

Why now? Hvorfor QR og Gamification i 2026



- SoMe er mettet → interaksjon må være *meningsfull*
- Brands søker «low-cost engagement»
- QR-skanning er nå standardvanen (Vipps, BankID, menyer...)
- «Tap → Scroll» er død → «Scan → Earn» er tidsriktig
- Gamification + lojalitet vokser globalt
- KodeJakten treffer midt i dette skiftet



One QR
Endless Missions

Mr. QR goes SoMe - scan-play-win



Presentasjon av Mr. QR som digital vert og “mission guide”

Formålet: gjøre Mr. QR, KodeJakten og merkevarer synlig og engasjerende på tvers av alle sosiale medier

Kort tagline: *“One QR. Endless Missions.”*



One QR
Endless Missions

Hva er Mr.QR på SoMe?



En karakter som gir små oppdrag (“missions”) direkte i feeden

Brukeren skanner → løser oppgave → får coins eller annen belønning

Fullt SoMe-drevet, lav kostnad, høy viralitet

Fungerer uten app (bare QR + web landingsside)



One QR
Endless Missions

Ultra kort «user journey»



1. **SCAN** – bruker skanner en QR i feeden
2. **PLAY** – 3–5 sek oppgave (quiz, valg, mini-mission)
3. **WIN** – coin, badge eller kupong



One QR
Endless Missions

Vi treffer alle aldersgrupper én QR - alle kanaler



SoMe-plattformer – Målgruppe Norge 2025

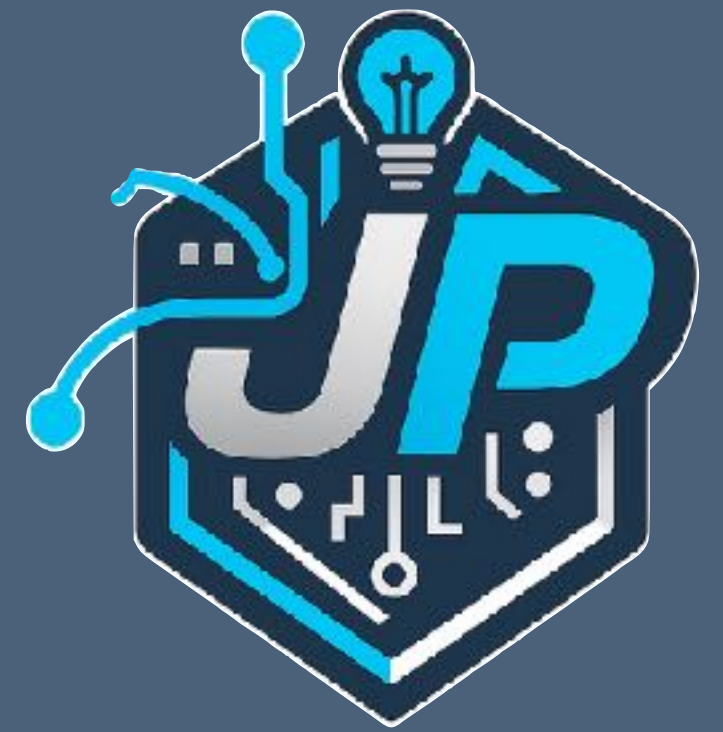
Plattform	Primær alder	Andel av befolkningen	Typisk innhold
Facebook	25–54 år	71 %	Familiesamlinger
Instagram	18–34 år	68 %	Lifestyle & shopping
TikTok	13–29 år (64 % <30)	54 %	Underholdning, FOMO
Snapchat	13–24 år (67 % <25)	69 %	Venner & stories
YouTube	18–44 år	89 %	Video & tutorials
X (Twitter)	18–39 år	~25 %	Nyheter & diskusjon

Kilde: [DataReportal Digital 2024 Norway](#) + [Statista Nordic Social Media Report 2025](#)

Mr.QR tilpasses format og målgruppe på hver plattform – maksimal relevans og konvertering.



One QR
Endless Missions



Brukerbase: 30+ (sterk lojalitet & konkurranseinteresse)
Form: Stories → “Scan to Win Weekend Missions”

Innhold:

- Enkle konkurranser, kuponger, Brand Coins, annet
- Mr. QR som “trygg veileder”
Mål: Drive lojalitetskampanjer og retail-integrasjon



One QR
Endless Missions



Brukerbase: 18–40 (livsstil + merkevareinteresse)
Form: Reels (15 sek), karusell + QR

Innhold:

- Holografisk Mr. QR som sier “Your mission starts now”
- Skann → mini-quiz → coin-animasjon
Mål: Bygge brand, estetikk og delbarhet



One QR
Endless Missions



Brukerbase: 13–30 (hurtig, viralt, humor)

Form: 6–12 sek kortvideoer

Innhold:

- Mr. QR “pops up” i feeden
- Challenge-format: “Can you solve this?”
- AR-effekter → coins

Mål: Viral reach + repeterbare “missions”



One QR
Endless Missions



Brukerbase: bred (tutorials + annonser)

Form: 6 sek bumper ads

Innhold:

- Superkort: “Scan · Play · Win with Mr. QR”
Mål: Reach + introduksjon til universet



One QR
Endless Missions



Brukerbase: 15–25

- AR-filter med Mr. QR (blink, pek, snakk)
- Lokale butikk-missions
- AR-filter med lyd og tale
- “Scan the world around you” missions
Mål: Gamified scanning / lokale oppdrag



One QR
Endless Missions

X X (twitter)



Brukerbase: 20–50 (nyheter, raske konkurranser)

Form: Bildeposter med QR + kort tekstutfordring

Innhold:

- “Guess & Win”
- Rask quiz → scan → leaderboard

Mål: Drive debatt, engasjement og raske CTA'er



One QR
Endless Missions

Forretningsmodell - 4 solide inntektsstrømmer



- Brand-sponsored missions

Merkevarer betaler 50–250 kNOK per dedikert mission

- Premium limited edition characters

Sesongvarianter (17. mai, VM 2026, Black Week osv.) – 0,5–2 MNOK per edition

- Data & retail-integrasjon

Anonymiserte insights + fysisk butikktrafikk for dagligvarekjedene

- Lojalitetsprogram-integrasjon

Direkte kobling til Trumf, Æ og Coop Medlem – årlig partnerskapsavtale 1–3 MNOK per kjede



MR. QR GOES
SoMe



One QR
Endless Missions

QR PULSE - Det pulserende mission-hjertet



<https://kodejakten.no>





One QR Endless Missions

QR PULSE - Det pulserende mission-hjertet



En dynamisk og kontinuerlig oppdatert mission-wall drevet av Mr.QR.

Brukerne lander på et pulserende grid av QR-koder som låser opp brand missions, micro-games og i noen tilfeller instant rewards (høy verdi)

To koder får spotlight hvert 7. sekund, og hele settet byttes ut hver 3. dag — noe som skaper høy frekvens, nysgjerrighet og repeat traffic.

Hvorfor det fungerer:

- Instant activation uten app
- Høy return-rate (nye missions hver 72. time)
- Modulære brand slots for kampanjer og sponsorer
- Sterk visuell identitet via Mr.QR
- Perfekt SoMe-to-Landing mechanic



<https://kodejakten.no>





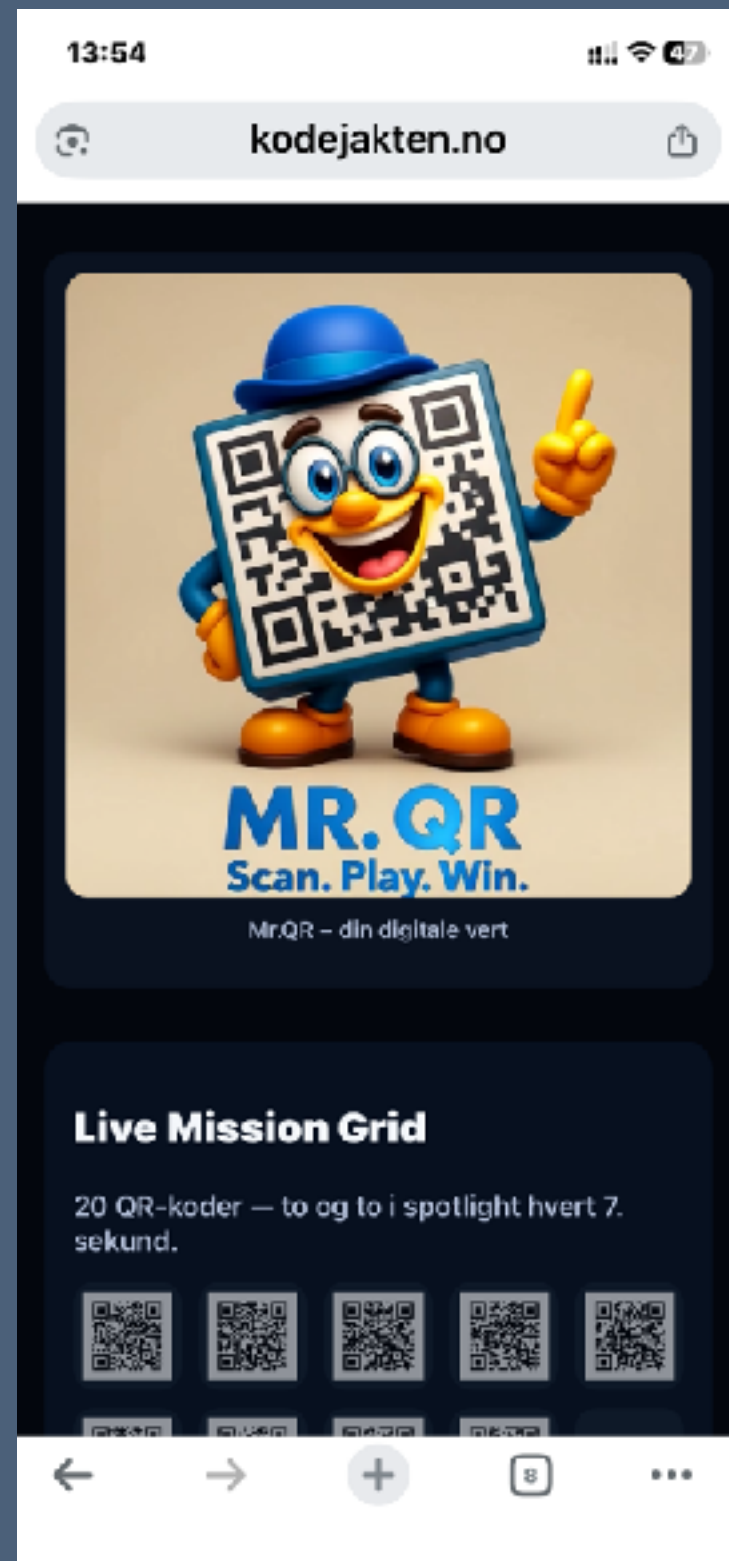
One QR Endless Missions

QR PULSE - fra spotlight til mission på 1 klikk



Hvordan det fungerer

- 20 QR-spots i gridet – 2 er alltid “aktive” (grønne) i spotlight. de andre 18 er inaktive (røde).
- Bruker har allerede scannet inn til **kodejakten.no / QR Pulse**
- De to aktive flisene **lyser opp** og er klikkbare (tap, ikke ny scan)
- Ett trykk på aktiv flis → **åpner en mission / quiz / brand-oppgave**
- Missionen er alltid **kort, mobiltilpasset og reward-basert**



<https://kodejakten.no>





One QR Endless Missions

QR PULSE - fra spotlight til mission på 1 klikk

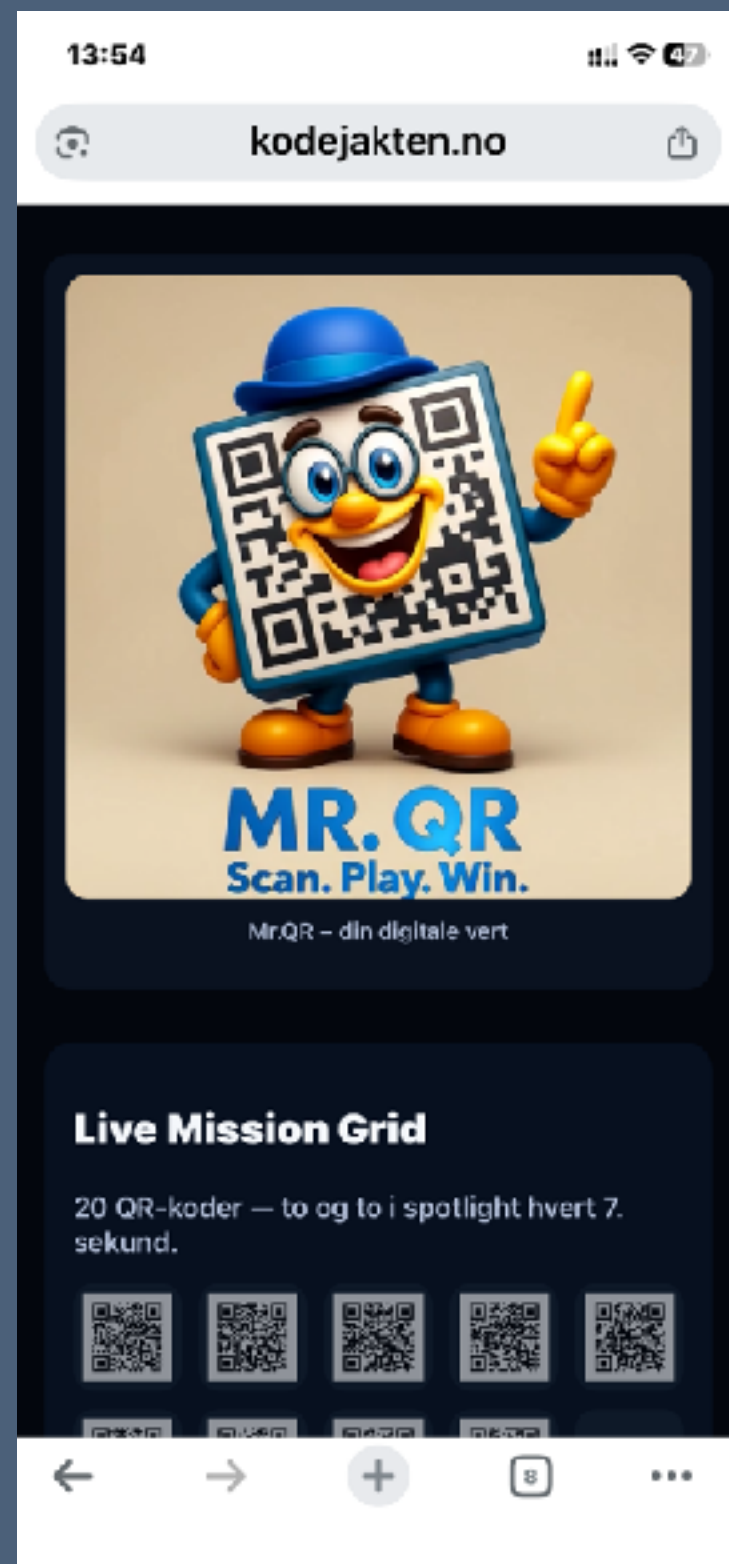


Hvorfor dette er sterkt

- Ingen ekstra scanning, ingen app, **minimal friksjon**
- Hver aktiv flis kan selges som egen **Brand Mission-slot**
- Gir målbar **CTR, completion rate** og **reward-aktivering**
- Gjør QR Pulse til en **ny annonseflate**: Scan → Play → Win

Investor takeaway:

QR Pulse-gridet er ikke bare dekor – det er en **interaktiv mission-hub** der hver aktiv flis kan være en betalt, målbar kampanje.

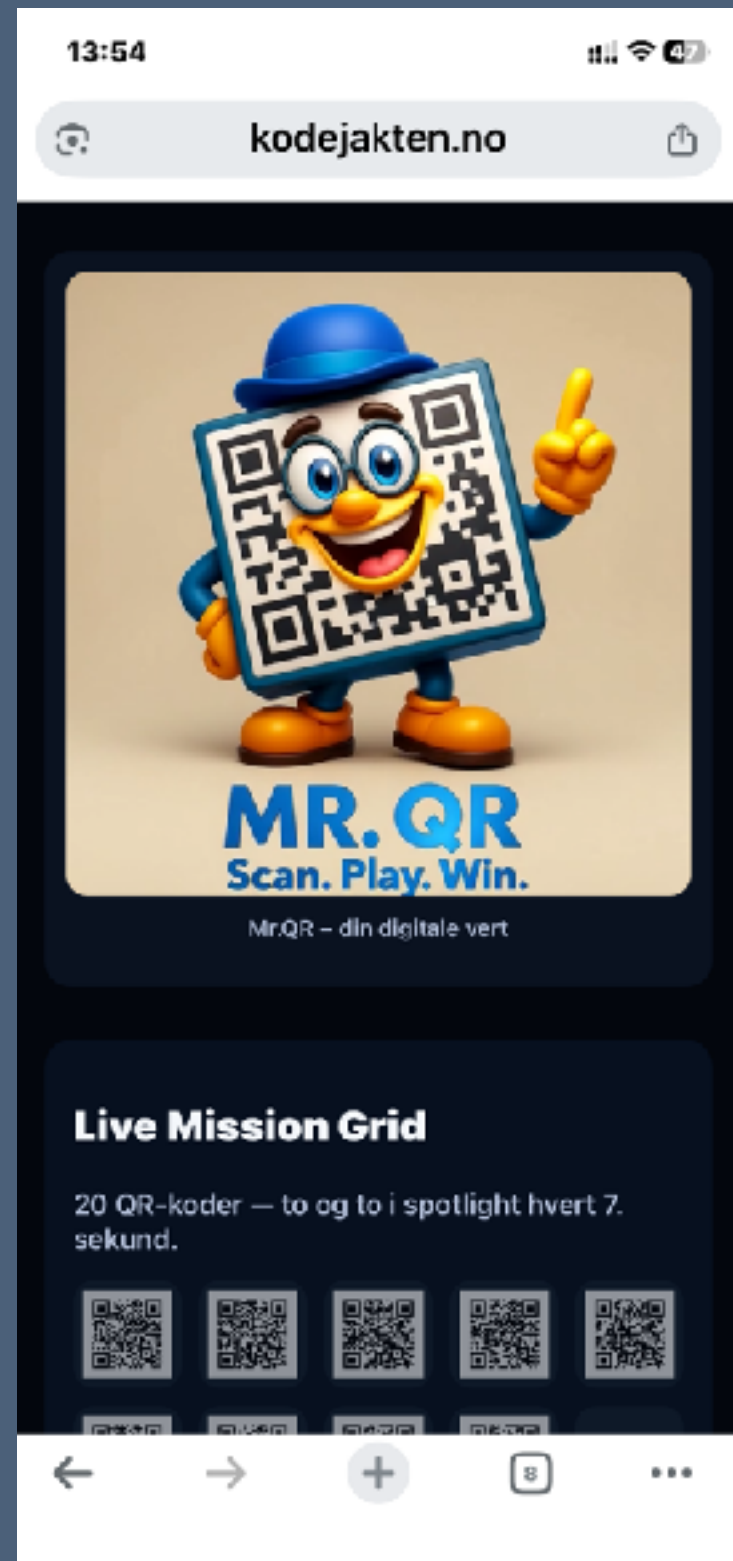


<https://kodejakten.no>

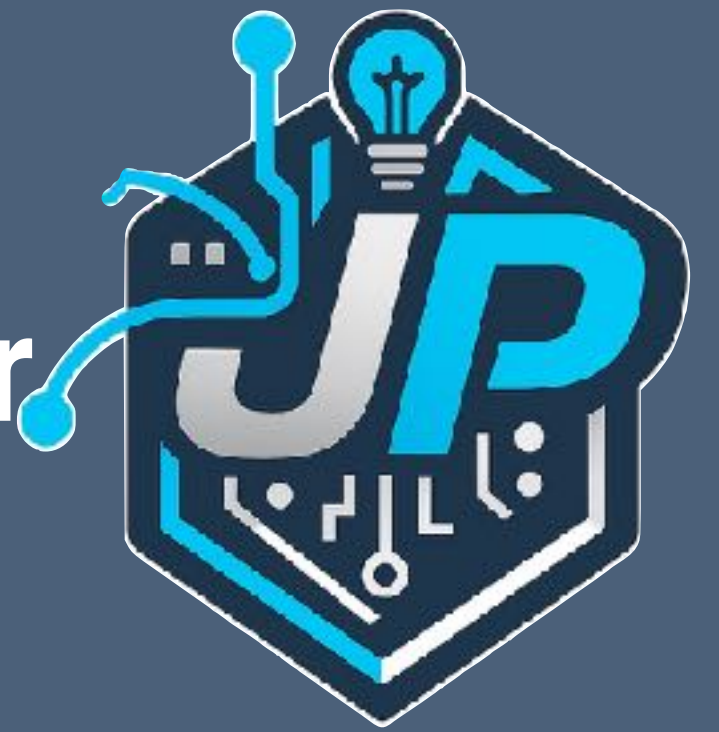




One QR Endless Missions



Player Identification 100% Friksjonsfri, 100% GDPR-sikker



- **Anonym spiller-ID genereres automatisk** ved første besøk (*localStorage* → *ingen konto* → *ingen persondata*)
 - **Én mobil = én identitet**
 - alt lagres lokalt (coins, missions, progresjon)
 - **Return behavior:**
Spiller gjenkjennes umiddelbart ved neste besøk → sømløs opplevelse
 - **Zero friction:**
Ingen registrering, ingen passord, ingen e-post nødvendig
 - **GDPR-by-design:**
Ingen personidentifikasjon før brukeren selv velger opt-in ved premier
 - **Oppgraderingsklar:**
Magic-Link identitet kan aktiveres senere for retail-/brand-integrasjoner (frivillig)
- 👉 *“Anonym ID gir null friksjon og gjør Kodejakten tilgjengelig for alle – uten innlogging.”*

<https://kodejakten.no>



NeXT ...

Limited edition characters coming in 2026/2027



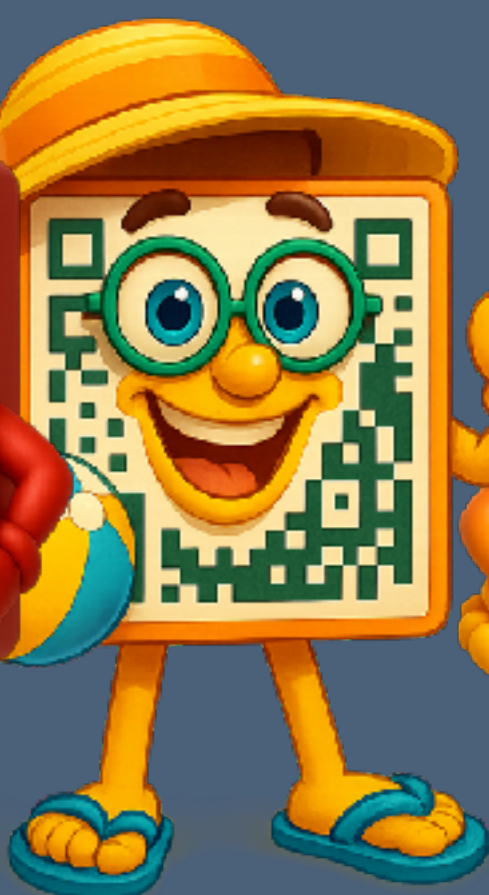
Mr. QR



Ms. QR



Valentine.



Summer.



Easter.



Halloween.



Black Week.



Christmas



Fotball-VM 2026



JP CONCEPT LAB

Fire uavhengige AI-vurderinger (ChatGPT-Grok-Perplexity-Claude) viser et usedvanlig konsistent bilde:

KodeJakten beskrives som et av de mest gjennomarbeidede og kommersielt modne interaktive formatene på markedet i 2025.

- **Konseptet** (“Skann – Spill – Vinn”) fremheves som ekstremt tydelig, universelt og perfekt til dagens mobil-atferd.
- **Teknologien** (PWA, AR, AI, Cloud) vurderes som moderne, realistisk og riktig dimensjonert for et skalerbart underholdningsformat.
- **Mr.QR som digital vert** trekkes fram som en sterk og samlende identitetsbærer som gir universet særpreg og kommersiell tyngde.
- **Modulstrukturen** (SoMe, Live, Cruise, TV) omtales som sjelden fleksibel, og en av formatets største styrker.
- **Kommersiell modell & Brand Coins** vurderes som mer avansert og datadrevet enn tradisjonelle “second-screen”-løsninger.

Svakhetene som pekes på er hovedsakelig operative og strategiske:

behov for pilotdata, risikoanalyse, GDPR/teknisk fallback og tydeligere konkurrentkart.

Samlet sett konkluderer alle fire AI-ene at prosjektet er svært modent, helhetlig og klart for pilot – med potensial til å bli et ledende hybridformat i Norden.