



電子チケット流通サービス Kimaticke® (キマチケ) ユースケースご紹介

日本ユニシス株式会社

店舗での商品受取を起点としたついで買いの誘発

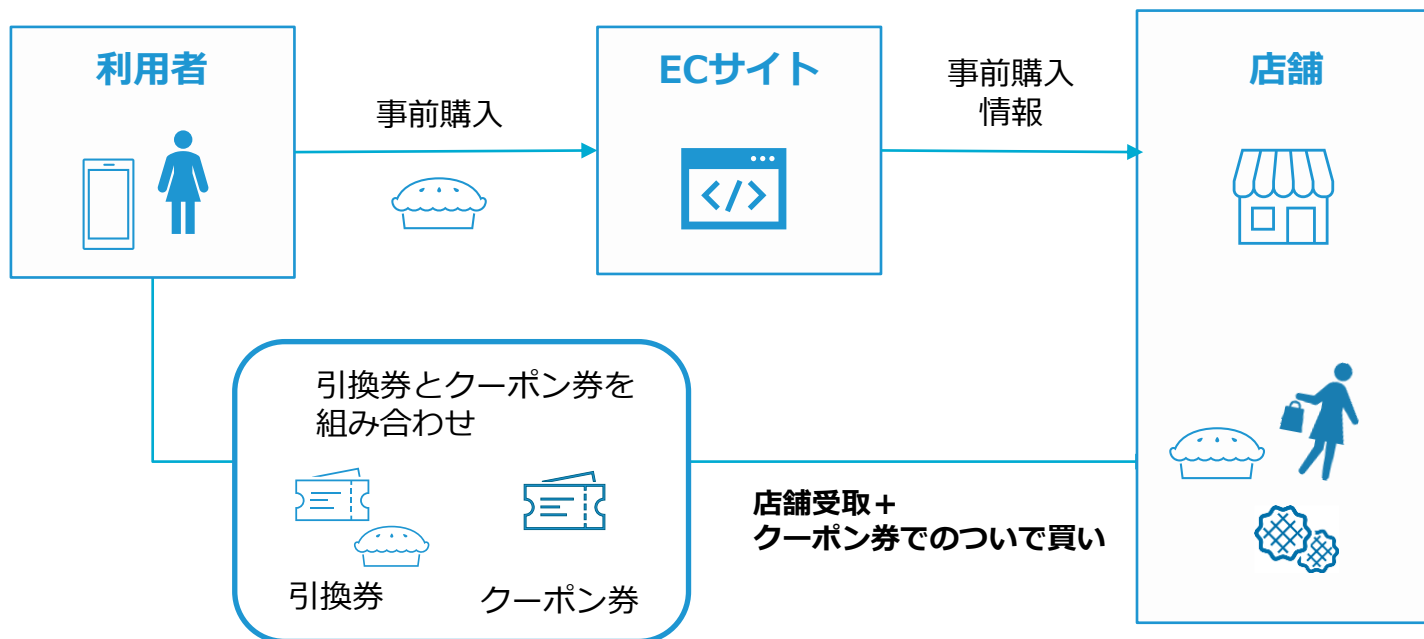
課題

BOPIS (Buy Online Pick-up In Store) により、新しい顧客の取り込みを行っているが、目的の商品の受取り後帰ってしまい、来店時の購買促進に繋がらない。

目的の商品受取の引換券+店舗で使えるクーポンを組み合わせ

期待効果

目的の商品だけでなく、クーポンを利用したついで買いの誘発により顧客単価の増加が見込まれます。



お客様がお客様を呼ぶ新たな販促チャネルを構築 顧客の繋がりを可視化し効果的なマーケティング活動へ

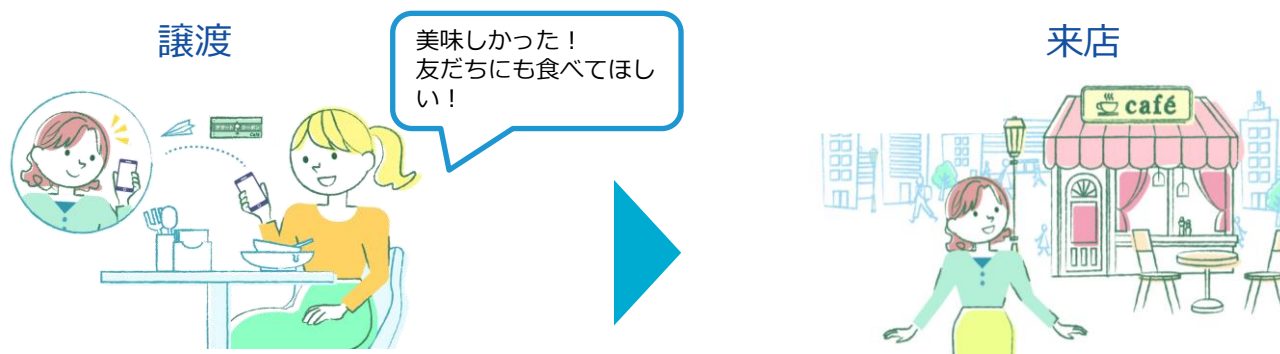
課題

雑誌やWeb掲載だけでは、一般的なマスマーケティングしかできない。

顧客同士の繋がりを活用した新たな販促チャネルを構築

期待効果

顧客同士の繋がりのなかでチケットが流通することで、今まで直接アプローチできなかった新規顧客の開拓を実現します。



友人へ
チケットをプレゼント



後日、友人が来店しチ
ケットを使用

また、他の友人へ
紹介



チケットを介して顧客の繋がりを可視化



詳細説明やお問い合わせは
社外Webのお問い合わせフォームへ
お問い合わせください
(QRコードからアクセスいただけます)

[https://www.unisys.co.jp/solution/
biz/blockchain/kimaticke/](https://www.unisys.co.jp/solution/biz/blockchain/kimaticke/)

* Kimatickeは、日本ユニシス株式会社の登録商標です。

* その他記載の会社名および商品名は、各社の商標または登録商標です

Foresight in sight

UNISYS