

全テナント70店舗が協力し ショッピングセンター全体の 集客力をUP！

一再来店客の増加と回遊性の向上を実現。効果的な地域住民の囲い込みが可能に一



実績① スロットとタッチポイントで「回遊性の向上」を実現

タッチャンには、会員のお楽しみ機能として、スロットとタッチポイントが用意されている。**スロット**は、会員登録時と来店タッチ時に確率に応じてプレゼント(電子クーポン)を出す機能。**タッチポイント**は、来店タッチ数に応じてプレゼント(電子クーポン)を出す機能。これらの、お楽しみ機能を**個店レベルと全体レベルで利用可能**。

お客様は、どこの店舗でタッチしても、全体スロットと全体タッチポイントに参加できるため店舗巡りが楽しくなる(各店舗1日1回タッチ可能)。これまでは1つ、2つのお気に入り店だけ見て、帰ってしまうお客様が多かったが、今では店舗を**回遊するお客様が増加**。「ついで買い」を誘発し、売上UPに大きな効果をあげている。



実績② 日本初「階層構造」。だからすごい効果のタッチャン。

各個店が知恵を絞ってタッチャンを活用すると同時に、宮交シティ全体でもスロット機能を利用して「タッチャン会員獲得キャンペーン」を展開。どこの店でタッチしても、1万円商品券が当たるスロットが回り、更に全体のタッチポイントが4つ貯まるごとに、5千円商品券が当たるボーナススロットが回る仕掛けで、**全個店を後方支援。初年度20万人のタッチャン会員獲得**を目指している。

さらに、施設内のイベント広場にもタッチャンを設置(イベントタッチャン)。これまで、イベントの集客能力は高いものの、なかなか購買活動に繋がらないという課題があった。今後は、イベントタッチャンに登録したお客様に対して、各店舗のセール情報やお得情報をメール配信することで、**顧客の各個店へ誘導を実現**。



実績③ 「店舗同士で協力」できるのもタッチャンだけ

タッチャンの機能を使えば、同じターゲットを持つ**店舗同士で協力**することが可能。例えば、書店でタッチをした30代女性には隣の喫茶店の「コーヒー無料クーポン」を自動で付与したり、スーツ店でタッチした20代男性に同じフロアの靴屋の「割引クーポン」をメールで送信したりすることが可能。個店同士、全体でもメリットの大きい**「買い回し」効果を実現**できる。

