



Objetivo: O gigante retalhista Emart, pretendia aumentar as vendas durante o horário de almoço (12h-13h) para reforçar a sua posição de liderança no mercado coreano.

Estratégia: Proporcionar aos clientes uma experiência única de compras na hora de almoço, recorrendo à luz solar do meio dia através de um QR Code.

Foi disponibilizado um QR Code no horário das 12h as 13h, que redireccionava os clientes diretamente para a homepage “SunnySale”.

Os utilizadores recebiam diversas ofertas, incluindo um cupão de 12 dólares, e ao realizarem algum tipo de compra, recebiam-nas diretamente na sua residência.

Resultados: Foram emitidos cerca de 12.000 cupões, em que o número de membros do gigante retalhista aumentou em 58% no período de um mês.

O volume de vendas aumentou 25% no horário pretendido no mesmo período.



