

Termos de Marketing Omnichannel

Palavras que todo profissional de omnichannel deve conhecer:

BOPUS

Acrônimo de "buy online, pick up in store" (comprar online, retirar na loja). Também conhecido como "click-and-collect" (clique e pegar).

Brick-and-mortar

A presença física de uma empresa – loja ou outra estrutura.

Estratégia centrada no canal

Estratégia para atender determinados KPIs e metas para cada canal específico.

Click-and-ship

O consumidor compra itens na loja física via smartphone e o produto é enviado para a casa dele.

Cross-channel

Atividade que abrange mais de um canal: web, mobile, loja física, email e email marketing.

Cross-device

Atividade que abrange mais de um dispositivo: desktop, laptop, smartphone e tablet.

Estratégia centrada no cliente

Estratégia que tem por objetivo criar uma experiência excepcional para o cliente.

Marketing multi-channel

Estratégia de marketing que opera em diferentes canais, como redes sociais, mobile, email marketing e loja física. Cada canal é separado e independente um do outro, com estratégias e metas próprias.

Marketing omnichannel

Estratégia de marketing concebida para oferecer uma experiência consistente e personalizada aos clientes, em diferentes canais e dispositivos: desktop, mobile, online, offline e em todos os outros touchpoints intermediários.

Omnishopper

Consumidores que usam vários dispositivos, canais e plataformas para pesquisar e comprar produtos.

Marketing one-to-one (1:1)

Estratégia de CRM (gestão de relacionamento com o cliente) que enfatiza interações altamente personalizadas.

Showrooming

Os consumidores olham o produto na loja física, mas compram online.

Webrooming

Os consumidores pesquisam os produtos online antes de comprar na loja física.

Quer saber mais?

Confira nosso e-book: [Guia do Profissional de Marketing para Omnichannel](#)