

Términos de marketing omnicanal

Estas son las palabras que necesitas saber para hablar como un experto en omnicanalidad:

BOPUS

Iniciales de "buy online, pick up in store".
También se conoce como "click-and-collect".

Brick-and-mortar

Presencia física de un negocio en un edificio u otra estructura.

Estrategia centrada en el canal

Una estrategia que se enfoca en cumplir unos KPIs y unos objetivos definidos para cada canal específico.

Click-and-ship

Consumidores que compran artículos de la tienda desde sus smartphones, para que así les envíen la mercancía.

Cross-channel

Actividad que abarca más de un canal, tales como web, móvil, en tienda, email y direct email.

Cross-device

Actividad que abarca más de un dispositivo, tales como desktop, portátil, smartphone y tablet.

Estrategia centrada en cliente

Una estrategia que se centra únicamente en crear una experiencia óptima para el cliente.

Marketing multicanal

Una estrategia de marketing que opera en varios canales, como social, móvil, direct email y ubicación física, donde cada canal está separado y es independiente de los demás, con su propia estrategia y objetivos.

Marketing omnicanal

Una estrategia de marketing que se centra en ofrecer una experiencia consistente y personalizada para los clientes en todos los canales y dispositivos, desde desktop hasta móvil, online y offline y en todos los puntos de contacto entre ellos.

Comprador omnicanal

Consumidores que utilizan una variedad de dispositivos, canales y plataformas para navegar y comprar productos.

Marketing one-to-one (1:1)

Estrategia de CRM (Customer Relationship Management) que enfatiza las interacciones súper personalizadas.

Showrooming

Consumidores que miran productos en la tienda, pero hacen la compra online.

Webrooming

Consumidores que buscan los productos online antes de ir a comprarlos a la tienda.