

# Termini del marketing omnichannel

Ecco i termini di cui hai bisogno per poter essere un vero professionista dell'omnichannel:

## BOPUS

Acronimo di "buy online, pick up in store".  
Meglio conosciuto come "click-and-collect".

## Brick-and-mortar

La presenza fisica di un'attività in un edificio o in un'altra struttura.

## Strategia "channel-centric"

Una strategia focalizzata nel raggiungimento di determinati KPI e obiettivi per ciascuno specifico canale.

## Click-and-ship

I consumatori acquistano con i loro smartphone articoli in negozio che vengono poi spediti.

## Cross-channel

Attività che si estende su più di un canale, quali il Web, mobile, in-store, via e-mail e direct mail.

## Cross-device

Attività che si estende su più di un dispositivo, quali desktop, laptop, smartphone e tablet.

## Strategia "customer-centric"

Una strategia che si focalizza unicamente sulla creazione di un'esperienza ottimale per il cliente.

## Multichannel marketing

Strategia marketing che opera su diversi canali, come il social, mobile, direct mail e negozio fisico, in cui ciascun canale è separato e indipendente dagli altri, con strategia e obiettivi propri.

## Marketing omnichannel

Strategia marketing che si concentra sull'offerta di una esperienza personalizzata e omogenea per i clienti su tutti i canali e i dispositivi, dal desktop al mobile, dall'online all'offline, con tutti gli altri touchpoint.

## Omnishopper

I consumatori che utilizzano diversi dispositivi, canali e piattaforme per cercare e per acquistare prodotti.

## Marketing one-to-one (1:1)

Strategia CRM (Customer Relationship Management) che enfatizza interazioni altamente personalizzate.

## Showrooming

Consumatori che guardano il prodotto in negozio ma effettuano l'acquisto online.

## Webrooming

Consumatori che cercano prodotti online ma effettuano l'acquisto in negozio.