

Термины Омниканального Маркетинга

Несколько терминов, которые необходимо знать, чтобы разбираться в омниканальности

ВОРУС

Англоязычная аббревиатура "buy online, pick up in store" – обозначает принцип интернет-заказа и самовывоза.

Офлайн-магазин, «из кирпича и бетона»

Фактическая точка продаж в каком-либо здании.

Ориентированная на канал стратегия

Стратегия, предусматривающая определенные KPI и цели для каждого канала взаимодействия с покупателем.

Купить в один клик

Покупка товара со смартфона с его последующей отправкой.

Кросс-канальность

Активность, включающая более одного канала, например веб, мобильный, офлайн, email и бумажная почта.

Кросс-девайс

Активность, включающая более одного устройства, например ПК, ноутбук, смартфон и планшет.

Ориентированная на покупателя стратегия

Стратегия, направленная на оптимизацию пользовательского опыта.

Мультиканальный маркетинг

Маркетинговая стратегия, действующая на нескольких разных каналах, таких как соцсети, мобайл, почтовая рассылка и фактическое местонахождение, где каждый канал управляется независимо от другого, со своей стратегией и целями.

Омниканальный маркетинг

Маркетинговая стратегия, сосредоточенная на создании последовательного, персонализированного пользовательского опыта на всех каналах и устройствах, как на персональном компьютере, так и на смартфоне, как онлайн, так и офлайн, и на всех этапах взаимодействия.

Омнипокупатель

Покупатель, использующий множество устройств, каналов и платформ для просмотра и покупки товаров.

Маркетинг 1:1

Стратегия взаимодействия с покупателем (CRM) с фокусом на максимальной персонализации.

Шоу-румеры

Покупатели, просматривающие товары в магазине, но совершающие покупки онлайн.

Веб-румеры

Покупатели, просматривающие товары онлайн, прежде чем совершить покупку в магазине.