

# Grundbegriffe aus dem Omnichannel Marketing

Diese Wörter und Begriffe solltet ihr kennen.

## BOPUS

Abkürzung für „buy online, pick up in store“ – „Online kaufen, im Geschäft abholen“, auch „click-and-collect“ genannt.

## Stationärer Handel

Die physische Präsenz eines Unternehmens in einem Gebäude oder einer anderen Struktur.

## Kanal-zentrierte Strategie

Eine Strategie, die auf spezifische Kennzahlen und Zielvorgaben für einzelne Kanäle ausgerichtet ist.

## Click-and-Ship

Käufer erwerben über ihr Smartphone einen Artikel im Geschäft und lassen ihn anschließend zu sich nach Hause liefern.

## Cross-Channel

Aktivitäten, die mehr als nur einen Kanal nutzen. Kanäle sind zum Beispiel Web, Mobile, stationärer Handel, E-Mail und Direktwerbung.

## Cross-Device

Aktivitäten, die mehr als nur ein Endgerät umfassen. Endgeräte sind zum Beispiel Desktops, Notebooks, Smartphones oder Tablets.

## Kunden-zentrierte Strategie

Eine Strategie, die sich einzig darauf konzentriert, dem Kunden ein optimales Shopperlebnis zu bieten.

## Multichannel Marketing

Eine Marketingstrategie, die unterschiedliche Kanäle einbezieht – etwa Social Media, Mobile, E-Mail-Werbung und stationären Handel –, diese einzelnen Kanäle jedoch in Strategie und Zielsetzung unabhängig voneinander betrachtet.

## Omnichannel Marketing

Eine Marketingstrategie, die Käufern über alle Kanäle und Endgeräte hinweg ein konsistentes, personalisiertes Shopperlebnis bietet: auf PCs oder Mobilgeräten, online oder offline – und an allen Touchpoints dazwischen.

## Omnishopper

Käufer, die alle verfügbaren Endgeräte, Kanäle und Plattformen nutzen, um nach Produkten zu suchen und diese zu kaufen.

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

CRM-Strategie, die auf im höchsten Maße personalisierte Kunden-Interaktion setzt.

## Showrooming

Käufer sehen sich Produkte im Geschäft an, kaufen sie aber online.

## Webrooming

Käufer suchen online nach Produkten, bevor sie diese im Geschäft kaufen.