

옴니채널 마케팅 용어

이러한 용어들을 알고 계십니까? 옴니채널 프로로 가는 첫걸음을 떼셨습니다.

BOPUS

“온라인 구매, 매장 픽업(buy online, pick up in store)”의 줄임말. “클릭 앤 콜렉트(click-and-collect)”라고도 함

브릭 앤 모타르

(Brick-and-mortar)

건물 또는 기타 구조물 형태를 띠는 물리적 판매 매장

채널 중심 전략

(Channel-centric strategy)

각 특정 채널의 구체적인 KPI와 목표를 충족하는 데 주력하는 전략

클릭 후 배송 (Click-and-ship)

소비자가 스마트폰에서 매장의 상품을 구매하면 해당 상품이 배송되는 것

크로스 채널 (Cross-channel)

웹, 모바일, 매장, 이메일, 우편 등 두 가지 이상의 채널에서 수행되는 활동

크로스 디바이스 (Cross-device)

데스크톱, 노트북, 스마트폰, 태블릿 등과 같은 두 가지 이상의 디바이스에서 수행되는 활동

고객 중심 전략 (Customer-centric strategy)

최적의 고객 경험을 구축하는 데 집중하는 전략

멀티채널 마케팅

(Multichannel marketing)

소셜, 모바일, 우편 및 물리적 장소 등과 같은 여러 채널에서 실행하는 마케팅 전략. 각 채널은 고유의 전략과 목표가 설정되어 상호 독립적으로 구분되어 있음

옴니채널 마케팅

(Omnichannel Marketing)

데스크톱에서 모바일, 온라인, 오프라인 및 기타 모든 터치 포인트까지 전체 채널과 디바이스에 걸쳐 일관성 있는 맞춤형 고객 환경을 제공하는 데 중점을 두는 마케팅 전략

옴니쇼퍼 (Omnishopper)

상품을 검색하고 구매하기 위해 다양한 디바이스, 채널 및 플랫폼을 사용하는 소비자

원투 원 마케팅

(One-to-one marketing)

고도로 맞춤화된 상호작용을 강조하는 고객 관계 관리(CRM) 전략

쇼루밍 (Showrooming)

소비자가 매장에서 상품을 살펴보고 구매는 온라인에서 하는 행동

웹루밍 (Webrooming)

소비자가 온라인에서 상품을 검토한 후에 구매는 실물 매장에서 구매하는 행동