

# 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.