



La omnicanalidad

en el sector retail en Colombia

¿QUÉ ES?

El marketing **omnicanal** es un enfoque estratégico que busca **integrar** y **sincronizar** todos los canales de comunicación y venta utilizados por una empresa para proporcionar una experiencia de usuario coherente y fluida en cada punto de contacto.

Componentes clave del marketing omnicanal

Trabajan juntos para ofrecer una experiencia de cliente integrada y personalizada.

Conocimiento del cliente

Integración de canales

Análisis y optimización

Personalización

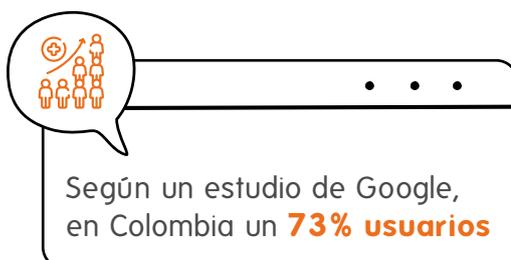
Consistencia en el mensaje y la marca

Beneficios de una estrategia omnicanal en retail marketing

Incrementar las ocasiones de contacto con los clientes

Ofrecer inmediatez y una mejor experiencia de compra a los clientes, quienes pueden contactar en cualquier momento y desde cualquier dispositivo con la marca.

Fomentar el tráfico hacia las tiendas físicas al comunicar promociones y nuevos lanzamientos a través de estrategias de comunicación online.



Según un estudio de Google, en Colombia un **73% usuarios**

realiza más compras en línea hoy que antes de la pandemia.