

Hoe omnichannel is de marketing?

23-01-2017 10:09



Consumenten switchen in een omnichannel wereld voortdurend tussen kanalen, devices en touchpoints. Vanuit het perspectief van een marketeer betekent dit dat er meer mogelijkheden zijn om met consumenten in contact te komen, maar dat de verwachtingen ook hoger liggen dan ooit. Ze willen persoonlijke, relevante ervaringen via elk touchpoint. Om dat te bereiken hebben organisaties een geïntegreerde aanpak nodig voor een holistische kijk op de klant. En dat is voor veel bedrijven, waaronder retailers, nog een uitdaging, zo blijkt uit [onderzoek](#) van Econsultancy en Adobe onder tweeduizend marketing en e-commerceprofessionals.