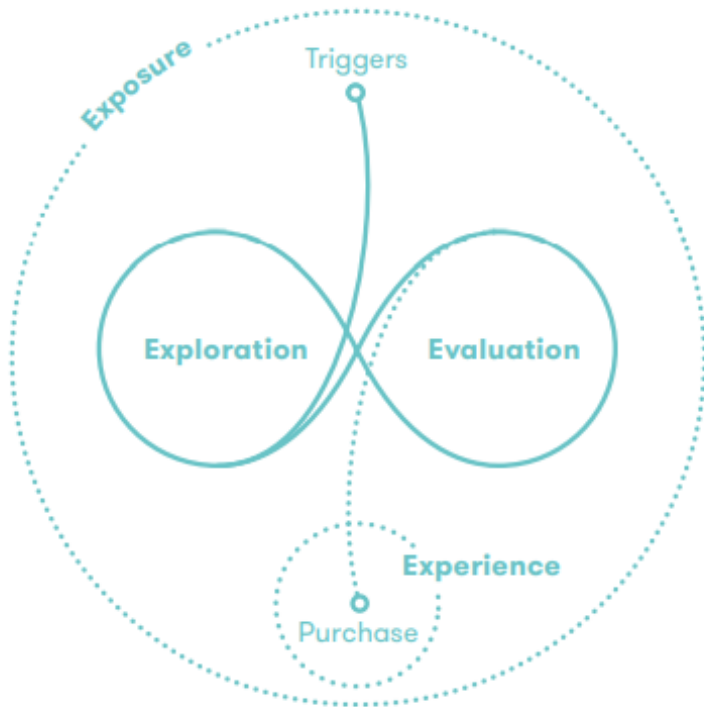


# Shopping tomorrow

22-04-2022 07:50



**De wereld verandert heel snel. Groot zal klein niet langer verslaan. Het snelle niet het langzame. Bedrijven met zowel fysieke als digitale vestigingen zullen blijvend klaar moeten zijn voor verandering.**



De expertgroep Omnichannel Strategie en Transformatie van ShoppingTomorrow heeft hier een mooi whitepaper over geschreven.

Het duiden van klantreizen is een belangrijk onderdeel van marketing. Echter zijn klantreizen niet lineair. Google geeft dit als volgt weer: "In het 'rommelige midden' (Messy Middle) komen klanten tot de meeste aankoopbeslissingen".



Download het whitepaper

<https://www.shoppingtomorrow.nl/nl/bluepapers/omnichannel-strategy-and-transformation-2021>