

ВСЕ OMNI-CHANNEL ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРЕДПОЛАГАЮТ НЕСКОЛЬКО КАНАЛОВ,
НО НЕ ВСЕ МНОГОКАНАЛЬНЫЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЯВЛЯЮТСЯ
ОМНИКАНАЛЬНЫМИ. ВЫ МОЖЕТЕ ВЫСТРОИТЬ УСПЕШНУЮ МАРКЕТИНГОВУЮ
СТРАТЕГИЮ НА МОБИЛЬНОЙ ПЛАТФОРМЕ, ЗАПУСТИТЬ ОТЛИЧНЫЕ КАМПАНИИ
В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА, И ПОТРЯСАЮЩИХ ВЕБ-САЙТ... НО, ЕСЛИ ОНИ НЕ
РАБОТАЮТ ВМЕСТЕ, ЭТО НЕ OMNI-CHANNEL.

МНОГОКАНАЛЬНЫЙ ОПЫТ — ЭТО ТО, ВО ЧТО БОЛЬШИНСТВО КОМПАНИЙ ИНВЕСТИРУЮТ СЕГОДНЯ. У НИХ ЕСТЬ ВЕБ-САЙТ, БЛОГ, FACEBOOK, TWITTER И Т.П. ОНИ ИСПОЛЬЗУЮТ КАЖДУЮ ИЗ ЭТИХ ПЛАТФОРМ, ЧТОБЫ ПРИВЛЕЧЬ КАК МОЖНО БОЛЬШЕ КЛИЕНТОВ. ТЕМ НЕ МЕНЕЕ, ЧАСТО КЛИЕНТУ НЕ ХВАТАЕТ УДОБСТВА В РАБОТЕ И ПРИ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОМ ОБМЕНЕ СООБЩЕНИЯМИ ЧЕРЕЗ КАЖДЫЙ ИЗ ЭТИХ КАНАЛОВ.



ОМНИКАНАЛЬНЫЙ ПОДХОД, НАПРОТИВ, ОБЪЕДИНЯЕТ ВСЕ ПЛАТФОРМЫ И УСТРОЙСТВА, КОТОРЫЕ КЛИЕНТ БУДЕТ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ДЛЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КОМПАНИЕЙ. ВСЕ ПОЛУЧЕННЫЕ ЗНАНИЯ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ДЛЯ СОЗДАНИЯ КОМПЛЕКСНОГО ВОСПРИЯТИЯ. КОМПАНИИ, ИСПОЛЬЗУЮЩИЕ ЭТУ КОНЦЕПЦИЮ ОБЪЕДИНЯЮТ ВОЗМОЖНОСТИ, ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И ДИЗАЙН КАЖДОГО КАНАЛА И УСТРОЙСТВА.



ДАЖЕ БЕГЛЫЙ ВЗГЛЯД НА ПРОГРАММУ ЛОЯЛЬНОСТИ В ПРИЛОЖЕНИИ STARBUCKS ДЕЛАЕТ ПОНЯТНЫМ, ПОЧЕМУ МНОГИЕ СЧИТАЮТ ЕГО ОДНИМ ИЗ ЛУЧШИХ ОМНИКАНАЛЬНЫХ ПЕРЕЖИВАНИЙ.

ВО-ПЕРВЫХ, ВЫ ПОЛУЧАЕТЕ БЕСПЛАТНЫЕ БОНУСЫ, КОТОРЫЕ МОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ВО ВРЕМЯ СОВЕРШЕНИЯ ПОКУПКИ. НО, В ОТЛИЧИИ ОТ ТРАДИЦИОННЫХ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ, STARBUCKS ДАЁТ ВОЗМОЖНОСТЬ ПРОВЕРИТЬ И ПЕРЕЗАГРУЗИТЬ КАРТУ ЛОЯЛЬНОСТИ С ПОМОЩЬЮ ТЕЛЕФОНА, ВЕБ-САЙТА, В ОФЛАЙН-МАГАЗИНЕ И В ПРИЛОЖЕНИИ. ЛЮБЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ СОСТОЯНИЯ КАРТЫ И ВАШЕГО ПРОФИЛЯ ОБНОВЛЯЮТСЯ ПО ВСЕМ КАНАЛАМ В РЕЖИМЕ РЕАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ.

