



EXPÉRIENCE CLIENT OMNISCANALE : LES CLÉS

Multiplier les Points de Contact : La Diversification

L'entreprise utilise divers canaux (physiques ou virtuels) pour interagir avec les consommateurs.

Exemples : Boutique physique, site web, application mobile, marketplace, téléphone, réseaux sociaux...

Le Client "Omni-Consommateur" : Ses Nouvelles Attentes

Les consommateurs utilisent différents canaux simultanément.

L'entreprise doit s'adapter à ces nouveaux comportements.

Exemple : Recherche en ligne, achat en magasin, suivi sur réseaux sociaux.

Modèle d'Échange	Description	Exemple
Canal Simple	L'entreprise dispose d'un seul canal de vente.	Seule boutique physique ou vente uniquement par un site Internet.
Multicanal	L'entreprise diversifie les canaux mais ils sont indépendants et ne communiquent pas entre eux.	Une entreprise avec une page Facebook ou développe une application mobile. Un pure player (Discount par ex.) ouvre un point de vente physique.
Cross-canal	Les canaux fonctionnent en parallèle pour un parcours client complémentaire.	Le client & click permet d'intégrer deux canaux : le Web pour la commande, et le magasin pour retirer le produit.
Omniscanal	Intégration et interconnexion optimale de tous les canaux pour une expérience unifiée.	Développer des IoT (Internet of Things au/delà Internet des objets), c'est-à-dire l'extension des canaux digitaux à des bornes physiques : magasin connecté (phygital), qui est à la fois un point de vente, un point click & collect...