

# Varejo omnichannel: uma nova experiência de consumo

Com o aumento da preferência por compras on-line, varejistas devem ficar de olho em estratégias omnichannel de marketing.

## E você, conhece essa estratégia?

Omnichannel é uma estratégia que consiste na utilização de múltiplos canais de comunicação ao mesmo tempo e de forma interligada, de modo a aproximar as relações on-line e off-line melhorando, assim, a relação e o atendimento ao cliente.

## Tendência do varejo que permite a convergência do virtual com o físico

Vamos entender melhor o termo omnichannel: omni, em latim, é uma palavra que significa “tudo” ou “inteiro”, enquanto channel é uma palavra em inglês cuja tradução é “canal”.

Então, **omnichannel** significa “**todos os canais**”.

Mas isso ainda não é o suficiente para entendermos a abrangência desse termo.

Quando nos limitamos ao significado da palavra, podemos acabar confundindo omnichannel com multichannel e crosschannel, outros termos e estratégias muito utilizados e que também se referem à experiência do usuário com os canais oferecidos pelas marcas. Mas, todos estes são conceitos e estratégias diferentes! Por isso, vamos entender melhor o omnichannel, para não confundirmos.



## Por que o omnichannel está tão em alta?

O omnichannel é um investimento que traz desafios para as empresas que desejam investir nessa estratégia, porém com possibilidades de ótimos resultados. Imagine oferecer para o cliente que visita a sua loja a possibilidade de procurar e verificar a disponibilidade de um produto, por meio de um aplicativo, antes de solicitá-lo ao vendedor ou efetuar a compra!

Além disso, seu cliente também pode optar por receber o produto em casa ou combinar a retirada na loja.

Assim, todas as opções de compra funcionam de forma simultânea e interligada, permitindo experiências melhores e estreitando as relações. Oferecer maior autonomia e opções para os consumidores que estão cada vez mais exigentes e buscando maior comodidade é sempre um bom investimento.



## Benefícios de uma estratégia omnichannel

Conforme vimos, o omnichannel oferece uma nova experiência de compra para os clientes, o que gera diversos benefícios. Afinal, nada melhor do que deixar nossos clientes satisfeitos, não é mesmo?

### Através do omnichannel, o seu negócio tem mais chances de melhorar:

- Aumentando a oferta de opções de serviços para a comodidade dos clientes.
- Aumentando as vendas e a integração dos canais de atendimento e de vendas.
- Conquistando clientes mais satisfeitos e dispostos a realizar novas compras, com a possibilidade de contar com o atendimento on-line e off-line.
- E não é só isso! Eles também podem transmitir a boa imagem que possuem da sua empresa, melhorando a visibilidade dela no mercado.



Além disso, o omnichannel otimiza os seus processos de venda e atendimento ao cliente ao qualificar todos os pontos de contato com o consumidor. Com isso, a sua empresa só tem a ganhar e crescer!

## Quais são os principais desafios do omnichannel?

Integrar todos os seus canais para oferecer uma ótima experiência aos consumidores não é uma tarefa fácil, mas é recompensadora!

O omnichannel depende de tecnologias específicas e também de um profundo conhecimento sobre o negócio, além de uma ótima gestão de todos os setores.

A relação expectativa X realidade dos clientes pode ser desafiadora para uma empresa, e a implantação do omnichannel não é garantia de atendimento a todas as suas necessidades e desejos. Por isso, é importante ficar atento e analisar a oferta de novas experiências, com cada vez menos obstáculos.



Ficou interessado em implantar a estratégia omnichannel em sua empresa?

**Acesse nossos canais e conheça outros conteúdos que podem te ajudar nessa jornada!**