

Diferencia entre multicanal y omnicanal

Inicio CX

Hoy conoceremos cuál es la diferencia entre multicanal y omnicanal. Y es que las expectativas de los clientes han evolucionado en los últimos años, al igual que otros aspectos de la empresa. Los clientes quieren interactuar con las marcas a través de diversas plataformas y canales de comunicación.

Las organizaciones empresariales interactúan ahora con los clientes a través de diversos métodos. Sin embargo, la calidad del servicio ofrecido a través de múltiples canales puede variar enormemente, y los datos aún pueden almacenarse en silos.

Por ello, a menudo es necesario que haya una mayor alineación entre los deseos del cliente y las capacidades de la empresa, que es la base para separar y contrastar los dos métodos.

Al final de este artículo, conocerá la diferencia entre multicanal y omnicanal y cómo funciona cada uno de ellos en el vertiginoso mundo digital actual.

¿Qué es la omnicanalidad?

Omnichannel es la abreviatura de «todos los canales».

Omnicanalidad es una estrategia de marketing multicanal que se esfuerza por ofrecer una experiencia de cliente unificada y coherente a través de varios canales, medios y dispositivos.

Las ventas y el marketing se integran a través de una estrategia omnicanal, lo que permite a los clientes cambiar de un canal a otro y mantener su relación con una empresa sin interrupciones.

A lo largo del día, los clientes cambian de canales y dispositivos. En vista de ello, una estrategia omnicanal garantiza que los usuarios tengan una mejor experiencia general mientras cambia entre canales, evitando que los clientes se pierdan o abandonen el proceso.

También puedes consultar esta guía para aprender a construir tu propio Customer Journey Map.

Implica una experiencia fluida para un cliente tanto si accede a tu sitio web a través de un ordenador portátil o un dispositivo móvil como si acude a tu ubicación física después del trabajo.

También puede utilizar las redes sociales para ponerse en contacto con tu departamento de atención al cliente y ver cómo su mensaje pasa a una conversación telefónica sin perder el contexto.

¿Qué es la multicanalidad?

Multicanal es la práctica de marketing que consiste en comunicarse con los clientes actuales y potenciales a través de varios canales. Los canales pueden incluir televisión, prensa, redes sociales, correo electrónico, vallas publicitarias y más.

Sin embargo, estas vías sólo están interconectadas a veces.

Por ejemplo, el contenido y el estilo de tu anuncio de Facebook pueden ser totalmente distintos de los de sus campañas de Pinterest y de email marketing.

Cada canal transmite el mensaje, situando el producto o servicio en el centro de la campaña de marketing. Dado que cada canal funciona de forma independiente, los clientes deben visitar el canal adecuado para obtener la información deseada.

Cada canal de una estrategia multicanal funciona de forma independiente y representa una oportunidad de venta distinta.

Aquí más información sobre la comunicación multicanal.

¿Cuál es la diferencia entre multicanal y omnicanal?

El punto central de tu plan de marketing es la diferencia básica entre omnicanal y multicanal.

El marketing omnicanal utiliza todos los canales de medios accesibles y está orientado al cliente. En cambio, el marketing multicanal utiliza más de un canal y se centra en el producto o servicio. Veámoslo en detalle:

Omnicanal	Multicanal
El cliente es prioritario en una estrategia omnicanal.	El mensaje corporativo es el primer elemento personalizado.
El marketing omnicanal se centra en crear experiencias que cambien con el tiempo.	El marketing multicanal consiste en difundir mensajes que permanecen inalterables.
El marketing omnicanal proporciona mensajes personalizados basados en información sobre el cliente.	El marketing multicanal tiene un único mensaje para todos los públicos.
El marketing omnicanal crea relaciones que duran toda la vida.	Con el marketing multicanal, una marca puede llegar a más personas.
Con el marketing omnicanal, la gente puede interactuar con una marca de varias formas diferentes, fáciles y sin complicaciones.	El marketing multicanal dificulta que los clientes encuentren todo lo que necesitan.

Cómo QuestionPro CX puede ayudar en tu estrategia multicanal y omnicanal
QuestionPro CX es un software para gestionar la experiencia del cliente que ayuda a las empresas a recopilar, analizar y actuar en función de los comentarios de los clientes.

Tiene muchas características y herramientas que permiten a los usuarios hacer y enviar encuestas, averiguar el grado de satisfacción de los clientes y aprender más sobre sus hábitos y preferencias.

Algunas de las características clave de QuestionPro CX son:

- Plantillas de encuestas y preguntas personalizables
- Herramientas para mostrar e informar datos más avanzados
- Opciones de distribución de encuestas multicanal
- Notificaciones y alertas enviadas en tiempo real
- El seguimiento y la gestión de comentarios se realizan automáticamente
- Integración con otras herramientas de gestión empresarial y atención al cliente

Con QuestionPro CX, las empresas pueden aprender más acerca de las necesidades y expectativas de sus clientes y tomar decisiones basadas en datos para hacer a los clientes más felices y mantenerlos como clientes.

QuestionPro CX es una plataforma de experiencia del cliente que las empresas pueden utilizar para medir y mejorar la experiencia del cliente a través de canales como el teléfono, el correo electrónico y las redes sociales. Por lo tanto, es compatible con iniciativas de servicio al cliente omnicanal y multicanal.

QuestionPro CX se puede utilizar en una estrategia de servicio al cliente omnicanal para capturar los comentarios y opiniones de los clientes en todos los canales, lo que permite a la organización comprender la experiencia del cliente y encontrar áreas de mejora.

También puede realizar un seguimiento de la satisfacción del cliente a lo largo del tiempo para garantizar que la empresa cumple las expectativas en todos los canales.

En una estrategia de atención al cliente multicanal, QuestionPro CX puede capturar los comentarios y opiniones de los clientes en cada canal de forma independiente, lo que permite a la organización comprender la experiencia del cliente en cada canal e identificar áreas de mejora.

También puede rastrear la felicidad del cliente en cada canal por separado, permitiendo a la empresa detectar problemas específicos del canal que afectan la experiencia del cliente.

QuestionPro CX puede ayudar a las empresas a medir y mejorar su experiencia del cliente, tanto si utilizan la atención al cliente omnicanal como multicanal.

Conclusión

Existe una diferencia entre multicanal y omnicanal, podrían parecer similares inicialmente, pero no son lo mismo. La multicanalidad funciona para las empresas que quieren llegar a más clientes, pero la omnicanalidad les permite ser más específicas.

La omnicanalidad es una forma más integrada y fluida de interactuar con los clientes, en la que la experiencia del cliente es la misma en todos los canales y puntos de contacto. Por otro lado, multicanal significa utilizar diferentes

formas de llegar a los clientes e interactuar con ellos, como el correo electrónico, las redes sociales y las promociones en tienda.

Con la ayuda de QuestionPro CX, las organizaciones pueden medir y mejorar las experiencias de sus clientes a través de iniciativas omnicanal y multicanal.

Para ayudar a las organizaciones a comprender los datos de sus clientes y detectar patrones y tendencias para que puedan tomar decisiones basadas en datos, QuestionPro CX ofrece sólidas soluciones de análisis e informes. La plataforma puede ser útil para las empresas que aspiran a mejorar la felicidad y la experiencia del cliente.

Si quieres conocer a fondo en qué consiste nuestra plataforma especializada en CX, solicita una demostración ¡ahora! o crea una cuenta gratis de nuestro software para encuestas y comienza a descubrir cómo puedes recopilar información para tus diversos proyectos.

Fuente:

<https://www.questionpro.com/blog/es/diferencia-entre-multicanal-y-omnicanal/>