

## De canal de venta único a omnichannel

### Canal de venta único (single-channel)

- ✓ Más fácil de administrar.
- ✓ Menor inversión de tiempo y dinero.
- ✗ Experiencia limitada para el consumidor.



### Múltiples canales de venta (multi-channel)

- ✓ Mayor administración (por ejemplo: tienda física, ecommerce, marketplaces).
- ✓ Estrategias separadas.
- ✓ Mayor presencia de marca.
- ✗ Gestión de stock más cuidadosa.



### Canales de venta cruzados (cross-channel)

- ✓ Mayor administración (por ejemplo: tienda física, ecommerce, marketplaces).
- ✓ Estrategias conjuntas.
- ✓ Mayor público debido a un marketing más optimizado.
- ✗ Demanda campañas más minuciosas.



### Omnichannel

- ✓ Uso integrado de los canales.
- ✓ Experiencia singular; prioriza las preferencias de cada cliente.
- ✓ Alto nivel de conversión.
- ✗ Requiere características optimizadas de gestión y marketing.

