

¿Qué es una estrategia omnicanal y cuál es su importancia?

Para crear una experiencia de usuario perfecta se necesita de una estrategia omnicanal que incluya varios canales de atención y que estén conectados entre sí para garantizar una accesibilidad completa.

Aproximadamente más del 70 % de los clientes utilizan múltiples canales, por lo que ofrecer una buena experiencia de usuario es fundamental y para conseguirlo, la estrategia omnicanal será un gran aliado para nuestro negocio.

En este artículo te presentaremos de qué se trata y cómo puedes implementarla con éxito en tu negocio.

¿Qué es una estrategia omnicanal?

Una estrategia omnicanal es aquella que nos ayuda a brindar una comunicación integral a nuestros clientes a través de múltiples canales.

En pocas palabras, permite que hagamos converger todas las áreas de nuestra empresa (experiencia del cliente, ventas, marketing, etc.), para ofrecer una atención total a través de diversos medios, y por ende, nos ayuda a ser una empresa que brinda un acceso fácil a la información, comunicación y sobre todo, a la interacción con todos nuestros medios.

A su vez, es la integración de las distintas vías que emplean las empresas para interactuar con sus clientes. Su objetivo es generar una brand experience

coherente y diferenciadora, que incluya canales físicos y digitales de nuestro negocio.

Una estrategia omnicanal produce una experiencia de usuario cómoda y fluida que ofrece muchas oportunidades de interacción satisfactorias, lo que ayuda a fidelizar y aumentar el valor agregado de nuestra marca y productos.

El desarrollo de una estrategia omnicanal es muy exigente debido a la alta incertidumbre que da lugar a desafíos y descubrimientos inesperados. La gestión de la motivación de nuestros clientes es un componente importante en nuestra capacidad de creación de la estrategia omnicanal.

Hablamos de un modelo de gestión basado en la motivación de nuestros clientes y en el desarrollo de la estrategia para el logro de los resultados planteados y esperados.

¿Cómo desarrollar una estrategia omnicanal?

Los 5 pasos más importantes para planear una estrategia omnicanal exitosa son:

1. Definir objetivos con un nivel de complejidad moderado

En un escenario de alta incertidumbre inherente al desarrollo e implementación de una estrategia omnicanal, los resultados no se pueden predecir por completo y puede que surjan imprevistos no calculados con anticipación.

El planteamiento de objetivos demasiado específicos pueden dificultar el desarrollo de la estrategia y el resultado final, por lo que es recomendable crear objetivos SMART de complejidad moderada.

2. Establecer un nivel de especificación adecuado

Establecer un nivel de especificación adecuado en el proceso de definición e implementación de nuestra estrategia omnicanal garantizará los resultados organizacionales de cara a lo que queremos entregar a nuestros clientes.

3. Evitar el planteamiento de objetivos ambiguos

Esto evitará confusiones al momento de realizar la definición de la estrategia omnicanal, permitirá cumplir con los plazos del proyecto y optimizar los recursos.

4. Designar a un responsable del proyecto

Contar con responsable o líder del proyecto para la implementación de nuestra estrategia omnicanal permitirá tener un portavoz que llevará las novedades del proyecto de estrategia omnicanal a las gerencias y recopilará información importante para el desarrollo de la misma.

5. Plantear sub-objetivos

El planteamiento de sub-objetivos o pequeños entregables basados en un marco de desarrollo de metodología Agile nos permitirá ir viendo el avance del

proyecto en menor tiempo y de esta manera realizar las correcciones necesarias en tiempo y forma.

Ejemplos de estrategias omnicanal

Algunos ejemplos de empresas que han implementado estrategias omnicanal son:

Amazon

Un claro ejemplo de cómo esta plataforma no solo usa la omnicanalidad para hacer llegar a diferentes puntos estratégicos de la organización, sino en cómo brinda una conexión fácil y sobre todo casi inmediata entre sus diferentes plataformas (música, video, compras, servicios en la nube, entre otros).

Esto aunado a que en todo momento tenemos el apoyo de marketing, soporte e información de cada servicio en el que interactuamos.

Netflix

Es una de las plataformas más laureadas por su estrategia omnicanal. La aplicación móvil, el sitio web, las redes sociales y la publicidad contienen siempre un mismo objetivo: llevar siempre la misma frescura, comunicación, información, pero sobre todo esa solución para poder interactuar con todas las áreas de la organización (ventas, soporte, finanzas, etc.).

Rappi

Rappi es una plataforma que en sus inicios solo se centraba en la entrega de comida por medio de aplicación.

Hoy por hoy, se ha convertido en una plataforma multiservicio, la cual nos brinda una conexión integral entre todas sus aplicaciones y servicios, siempre manteniendo esa línea de marketing, branding y comunicación.

Organizaciones bancarias (HSBC, BANORTE, BBVA, etc.)

Un ejemplo clave de estrategia omnicanal son las organizaciones bancarias que poco a poco van integrando múltiples soluciones dentro de una misma plataforma.

En este tipo de plataformas podemos visualizar operaciones de nuestra banca, soporte técnico en línea, redirección a más información relevante, entre muchas opciones.

Conclusión

La implementación de una estrategia omnicanal es crucial y de alta relevancia hoy día. Esta te permite ser encontrado más fácilmente por tus clientes y ofrecerles una experiencia única y diferenciadora, generando una experiencia de vida que nunca olvidarán.

Si deseas saber más información sobre cómo implementar una estrategia omnicanal en tu negocio, te invitamos a conocer el caso de estudio de Nubank, una firma brasileña que en la actualidad se ha convertido en uno de los

gigantes de los bancos digitales gracias a sus estrategias orientadas a mejorar la experiencia del cliente a través de múltiples canales de atención.

Fuente: <https://www.questionpro.com/blog/es/estrategia-omnicanal/>