

## *Multicanal*

Avec l'évolution des technologies et la métamorphose des clients toujours plus connectés et mobiles, les entreprises ont, par la force des choses, multiplié les canaux pour occuper le terrain et affronter la concurrence. Pour toucher une clientèle toujours plus vaste : en magasin, via un site internet, les réseaux sociaux, des applications mobiles. Toutefois, chaque canal restait indépendant, souvent avec des budgets et des objectifs propres. Et le risque de conflits ou de cannibalisation d'un canal à l'autre était réel, tout comme la perte de cohérence de l'image de marque.