

## LA STRATÉGIE OMNISCANALE RESTE UN ENJEU POUR LES MARQUES ET LES ENSEIGNES

Les marques et les enseignes mettent en place des stratégies omniscanales pour :

33%



proposer toute l'offre magasin en ligne

26%



personnaliser les parcours clients en omniscanal

De plus ... 61%



trouvent qu'adopter une stratégie omniscanale est un défi à relever

Il est donc évident que l'omniscanal n'est pas une stratégie multicanale ou cross-canal qui aurait changé de nom. **Le client est véritablement au cœur des préoccupations de l'entreprise.** Et il ne s'agit pas tant de faciliter les transactions ou les communications que de **créer une expérience unique, intégrée, cohérente.**

*Dans l'omniscanal, les canaux ne sont pas simplement reliés entre eux, ils sont unifiés, deviennent des outils d'une seule et même expérience, sans couture, parfaitement homogène.*