



Multichannel belangrijk, maar complex

Marketing via verschillende kanalen speelt een steeds grotere rol bij organisaties die zich richten op B2C of B2B. Dit blijkt uit een onderzoek gehouden onder bezoekers van de Multichannel-Summit 2008 in Nederland en Zwitserland. De summit werd onlangs georganiseerd door hybris.

Het onderzoek wijst uit dat gerichte marketing via verschillende kanalen - zoals webwinkels, gedrukte catalogi en fysieke winkels - kan helpen om nieuwe doelgroepen te bereiken en naamsbekendheid te vergroten. Dit laatste is voor het merendeel van de respondenten de voornaamste reden om te starten met multichannel-marketing. Daarnaast helpt marketing via verschillende kanalen de klantgerichtheid van organisaties te vergroten en concurrentievoordeel te behalen. De meerderheid van de respondenten (72 procent) ziet multichannel-marketing als een must voor hun organisatie.

Uit de resultaten van het onderzoek blijkt dat organisaties een multichannel-aanpak steeds belangrijker vinden. Tegelijkertijd wordt de complexiteit van multichannel-marketing door deze organisaties nog erg onderschat. Het is noodzakelijk om verschillende kanalen goed op elkaar af te stemmen om een passende mix te maken van de online winkel, printuitingen en marketing in de fysieke winkel.

“Zeker nu het slechter gaat met de economie is het belangrijk om te investeren in klantbinding en klanttevredenheid”, zegt Henk-Jan van der Weide, regional manager bij hybris Benelux. “Multichannel-marketing is de uitgewezen strategie om dit te doen, mits de strategie goed is uitgedacht en op de juiste manier wordt geïmplementeerd.”

[meer nieuws >](#)

Geplaatst op 25-11-2008 23:52:01