**Wzór karty szkolenia**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tytuł** | Wdrożenie modelu omnikanał i zwiększenie wygody użytkowania | |
| **Kluczowe słowa (meta tag)** | Omnikanał, Multikanał | |
| **Język** | Angielski | |
| **Założenia/Cele/Wyniki kształcenia** | * Uchwyć istotę omnikanał, mocne i słabe strony * Dowiedz się, jak odróżnić go od działań wielokanałowych * Dowiedz się więcej o sprawdzonych strategiach omnikanał | |
| **Obszar szkolenia: (wybierz jeden)** | | |
| **Online / Digital Marketing / Cyberbezpieczeństwo** | | **x** |
| **E-Handel / Finansowanie** | |  |
| **Cyfrowy Dobrrobyt** | |  |
| **Praca inteligentna/ Cyfrowi Nomadowie** | |  |
| **Opis** | Omnikanał to model, którego celem jest zapewnienie klientom dopasowanych doświadczeń za pośrednictwem różnych kanałów komunikacji, aby zamienić wizyty w sprzedaż. Umożliwia on szerszy zakres możliwości kontaktu z potencjalnymi klientami | |
| **Zawartości uszeregowane w 3 poziomach** | 1. **Wdrożenie modelu omnikanał i zwiększenie wygody użytkowania**   **1.1 Podstawy istrategie omnikanałowe**  1.1.1 Co to jest omnikanał  1.1.2 Różnice miedzy omnikanalem a multikanałem  1.1.3 Przykłady strategii omnikanałowych  1.1.4 Korzyści i wyzwania | |
| **Samoocena (pytania i odpowiedzi wielokrotnego wyboru)** | **1. omnikanał obejmuje:**  **a.- Sklepy, e-commerce, social media, call center**  b.- Magazyny, m-commerce, sklepy z mediami, call center  c.- Media społecznościowe, e-commerce, szkolenia, cloud computing  **2. Czy obsługa klienta jest wyzwaniem dla modelu omnikanał?**  a.- Nie  **b. Tak**  c.- Tylko poprzez rozmowe telefoniczną  **3. Główna różnica między Omnikanałem a Multikanałem to:**  **a.- Płynna integracja między kanałami**  b.- Omnikanal ma więcej kanałów  c.- Łatwiejsze podejście  **4. Pozyskiwanie danych z każdej transakcji**  **a.- Umożliwia śledzenie i sortowanie klientów**  b.- Jest zawsze nielegalne  c.- Może zapełnić dyski twarde  **5. Jest to etap procesu Business Integration:**  a.- Internacjonalizacja  b.- Budowanie zespołu  **c.- Planowanie zasobów przedsiębiorstwa** | |
| **Źródła (video, rekomendowane linki)** |  | |
| **Powiązany materiał** |  | |
| **Powiązene PPT** | ESMERALD\_OMNICHANNEL\_IWSv2.pptx | |
| **Bibliografia** | Shopify --- [https://www.shopify.com/enterprise/omni-channel-vs-multi-channel](about:blank)  Salesforce --- [https://www.salesforce.com/eu/blog/2020/12/omnichannel-strategy-benefits.html#:~:text=An%20omnichannel%20strategy%20benefits%20businesses%20by%20providing%20them%20with%20a,and%20develop%20smarter%20replenishment%20practices.](about:blank)  Silverearth --- [https://www.silverearth.com/5-challenges-of-omnichannel-business](about:blank) | |
| **Dostarczone przez** | Internet Web Solutions | |