**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 omnikanał1.1.2 Różnice miedzy omnikanalem a multikanałem 1.1.3 Przykłady strategii omnikanałowych1.1.4 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 kanałówc.- Łatwiejsze podejście**4. Pozyskiwanie danych z każdej transakcji****a.- Umożliwia śledzenie i sortowanie klientów**b.- Jest zawsze nielegalnec.- Może zapełnić dyski twarde**5. Jest to etap procesu Business Integration:** a.- Internacjonalizacjab.- 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-channelSalesforce --- 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.Silverearth --- https://www.silverearth.com/5-challenges-of-omnichannel-business |
| **Dostarczone przez** | Internet Web Solutions |