

Der Vertriebsansatz muss individuell auf Zielgruppe und Produkt abgestimmt sein. Omnichannel ist in diesem Umfeld die Strategie mit Zukunftsorientierung.

Das SMXO-Modell

S

Single-Channel.

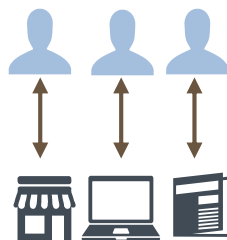
Ein Kanal.



M

Multi-Channel.

Keine Verbindung.
Mehrere Kanäle.



X

Cross-Channel.

Mit Verbindung.
Mehrere Kanäle.
Keine Einheitlichkeit.



O

Omni-Channel.

Kanäle unsichtbar.
Mehrere Kanäle.
Nahtloser Übergang.
Kunde im Mittelpunkt.

