

EDICIÓN **MARZO/ABRIL** 2025

# Cómo implementar y aprovechar las oportunidades de la omnicanalidad



**Juan Pablo Tricarico**  
Director Académico de CRIC Chile  
Consultor Internacional de CRM,  
CX, BPO & BI

## ¡Qué mejor comienzo para hablar de omnicanalidad que preguntarle a ChatGPT!

### ¿Qué es la Omnicanalidad?

La omnicanalidad se refiere a la capacidad de las empresas de ofrecer experiencias de compra y servicio consistentes y coherentes a través de múltiples canales, como tiendas físicas, sitios web, redes sociales, aplicaciones móviles, entre otros.

En Chile, la omnicanalidad ha revolucionado la forma en que las empresas interactúan con sus clientes y ha generado numerosos beneficios, como:

**1. Mejora de la experiencia del cliente:** La omnicanalidad permite a las empresas ofrecer experiencias de compra y servicio personalizadas y consistentes, lo que aumenta la satisfacción y la lealtad del cliente.

**2. Incremento de la eficiencia:** La integración de múltiples canales permite a las empresas automatizar procesos, reducir costos y mejorar la eficiencia en la gestión de inventarios, pedidos y servicios.

**3. Aumento de la competitividad:** La omnicanalidad permite a las empresas diferenciarse de la competencia y ofrecer servicios y experiencias únicas que atraen y retienen a los clientes.

**4. Mejora de la toma de decisiones:** Mejora de la toma de decisiones: La recopilación y análisis de datos de múltiples canales permite a las empresas tomar decisiones

informadas y basadas en datos, lo que mejora la estrategia y el desempeño empresarial.

Algunos ejemplos de empresas en Chile que han implementado la omnicanalidad de manera exitosa son:

**- Retail A:** Integrando sus tiendas físicas con su sitio web y aplicación móvil, permitiendo a los clientes comprar y recoger productos en cualquier sitio.

**- Retail B:** Implementado una estrategia de comercio electrónico que integra su sitio web con sus tiendas físicas, permitiendo a los clientes comprar en línea y recoger en tienda.

**- Banco A:** Desarrollando una aplicación móvil que permite a los clientes realizar operaciones bancarias, pagar facturas y transferir dinero de manera segura y conveniente.

Podemos entonces concluir que la omnicanalidad ha sido y será aún más un factor clave en el éxito de muchas empresas en Chile, permitiéndoles ofrecer experiencias de compra y servicio excepcionales, mejorando la eficiencia y aumentando su competitividad.

## ¿Cuáles son los aspectos económicos a tener en cuenta?

La implementación de la omnicanalidad requiere una inversión significativa en tecnología, incluyendo plataformas de gestión remota de las interacciones con clientes, comercio electrónico, sistemas de gestión de

OPINIÓN



