

يتضمن التسويق عبر القنوات - أو التسويق متعدد القنوات - استخدام مجموعة متنوعة من القنوات المختلفة. يتجاوز التسويق عبر القنوات التسويق التقليدي (ويشمله أيضاً). يتعين على المسوق استخدام قنوات متعددة لمواكبة ما يريده الجمهور. اعتماداً على قاعدة عملائك المستهدفة، قد تحتاج إلى استخدام مجموعة متنوعة من القنوات: وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني والويب والرسائل النصية والتلفزيون والراديو. كلما زادت البيانات التي لديك حول تفضيلات عملائك وعمالئك المحتملين ومواقفهم واهتماماتهم، كلما كان بإمكانك صياغة استراتيجية تسويقية أفضل مع تقديم المحتوى المناسب عبر القنوات المناسبة. يحب العملاء الانتقال من قناة إلى أخرى. يمكنهم الانتقال من وسائل التواصل الاجتماعي إلى موقع الويب إلى المساعد الرقمي إلى البريد الإلكتروني في وقت قصير جداً. عليك مواكبة هؤلاء العملاء وتوفير رحلة سلسلة للعملاء عبر جميع القنوات. ضع في اعتبارك أن جميع قنواتك يجب أن تتوافق مع صوتك ورسالتك. إن رحلة العميل غير المترابطة عبر قنوات مختلفة تجعل العملاء ينفرون منك. اجتهد في تحقيق الاتساق في التسويق الرقمي عبر القنوات. فكم سيكون الأمر مربكاً ومربكاً إذا كانت التفاصيل مختلفة؟ وإذا تغيرت نبرة الصوت؟ لن يتمكن جمهورك من مواكبة ما تحاول توصيله. وقد لا يفهمون الرسالة التي تحاول توصيلها - ولن يلتزموا بالاستماع إلى نهاية القصة. يجب أن تكون رحلة العميل ممتعة. يجب أن يكون المحتوى سهل القراءة والمشاهدة والاستيعاب، يجب أن تكون مواقع الويب سهلة التنقل، والرسومات ممتعة للعين. يتعلق التسويق الرقمي بإجراء محادثة رقمية مع عملائك. فأنت تريد ترك أفضل انطباع ممكن حتى يستمر عملاؤك في التحدث إليك.