

الفرق بين الشخصية والتخصيص

التخصيص personalization

هي عملية توجيه المحتوى التسويقي لشخص معين بمواصفات معينة بحيث تكون الرسالة مخصصة له بناءً على سماته الديموغرافية والنفسية.

مثال: توجيه رسالة إلكترونية تحتوي على إعلان ترويجي لملابس رياضية موجه إلى شخص رياضي يحب الذهاب للجيم.

الشخصنة Customization

هو أن يختار الزبون بنفسه منتج معين بمواصفات معينة من اختياره
مثال: عندما أدخل لمقهى معين وأختار حجم ونوع القهوة والاضافات عليها بمحض إرادتي.

الشخصنة	التخصيص
يتم التحكم فيها من المستخدم	يتم التحكم فيه من الشركة
تعتمد على خيارات المستخدم	يعتمد على البيانات
تتطلب مدخلات دقيقة	لا يتطلب مدخلات دقيقة
تتطلب بذل الجهد من المستخدم	لا يتطلب بذل الجهد من المستخدم

