

Erlebnisse für moderne Kunden

Kunden definieren den Einzelhandel für sich neu – jedes Erlebnis muss schneller, persönlicher und mühelos vernetzt sein. Die 18. jährliche globale Kundenstudie untersucht, wie Einzelhändler sich auf diese Erwartungen einstellen und Technologie nutzen, um über sämtliche Touchpoints hinweg nahtlose, lohnenswerte Erlebnisse zu schaffen.



Kunden schreiben das Regelbuch neu

HÖHERE ERWARTUNGEN. BESSERE VERNETZUNG.

70%

der Kunden erwarten, dass Einzelhändler, die ihre persönlichen Informationen/Präferenzen kennen, für mehr Personalisierung sorgen.

72%

der Kunden bevorzugen Einzelhändler, bei denen eine Abholung von Waren in der Filiale, an der Warenausgabe oder an einem anderen Ort möglich ist.



73%

der Kunden möchten im Ladengeschäft mit Mitarbeitern interagieren.

KOMFORT IST WICHTIG – VOR ALLEM AN DER KASSE

71%

der Kunden bevorzugen die Möglichkeit, überall im Laden zu bezahlen.

73%

sind der Meinung, dass SB-Kassen das Einkaufserlebnis insgesamt verbessern.

Kundenerwartungen wachsen ständig

VERNETZTE UND EINHEITLICHE ERLEBNISSE.

3 von 4



Kunden sagen, sie möchten Einkäufe im Geschäft schnell erledigen – sie wünschen ein schnelleres, nahtloses Einkaufserlebnis in Filialen.

MIT MOBILGERÄTEN LEISTEN MITARBEITER MEHR.

MITARBEITER BEWERTEN DIE WICHTIGSTEN VORTEILE VON MOBILGERÄTEN:

1

Zeitersparnis für Kunden

4

Hilfe bei Retouren/ Umtausch

2

Verbessertes Einkaufserlebnis

5

Geldersparnis für Kunden

3

Produktsuche

6

Preisabfrage

82%

der Mitarbeiter sagen, Kunden hätten ein besseres Kundenerlebnis, wenn Verkaufsmitarbeiter über die neueste Technologie verfügten.

Nahtlose Einkaufserlebnisse sind die Zukunft

UNTERSTÜTZTE MITARBEITER. REIBUNGSLOSE ERLEBNISSE.

KUNDEN, DIE DIESE INNOVATIONEN IN DEN LETZTEN SECHS MONATEN IN GESCHÄFTEN AUSPROBIERT HABEN, WOLLEN SIE WIEDER NUTZEN.

95%

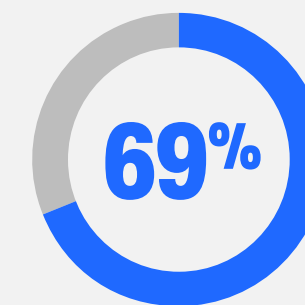
Persönliches Einkaufsgerät, das vom Geschäft als Kundenscanner bereitgestellt wird

93%

SB-Rückgabestation (Retouren ohne Mitarbeiter)

92%

Interaktive Displays in der ganzen Filiale



der Kunden stimmen zu, dass künstliche Intelligenz das Einkaufserlebnis insgesamt verbessern wird.

Mehr Erkenntnisse aus der 18. jährlichen globalen Kundenstudie auf zebra.com/shopperstudy

Informationen dazu, wie Zebra Einzelhändler weltweit dabei unterstützt, für vernetzte Erlebnisse, optimierte Abläufe und mehr Leistung zu sorgen: zebra.com/retail