

Einzelhandelserlebnisse aufwerten

So schaffen Mitarbeiter wertvolle Interaktionen mit Kunden



Mitarbeiter sind äußerst wichtig dafür, Kundenerlebnisse zu schaffen, für Kundenzufriedenheit zu sorgen und die Filialperformance zu verbessern. Einzelhändler setzen auf Technologie, um die Einarbeitung zu beschleunigen, für mehr Unterstützung bei der Arbeit zu sorgen und insgesamt die Effektivität ihrer Mitarbeiter zu fördern.

Untersuchen Sie die Auswirkungen der Unterstützung von Mitarbeitern durch Technologie auf das Einkaufserlebnis.

Schlüsselpersonen im Omni-Channel-Erlebnis äußern Bedenken

(Mitarbeiter)

Kunden haben besseren Informationszugriff als Mitarbeiter.

77%

sagen, dass **Kunden besseren Zugriff auf Informationen haben als Verkaufsmitarbeiter.**

+15 % seit 2022 | +40 % seit 2019



Lebensmittel-
händler

60%



Kaufhäuser

81%



Apotheken/
Drogerien

82%



Gemischtwarenhändler

77%

Beunruhigt wegen unzureichender Bestandsverwaltungstools

81%

geben an, dass ihr Unternehmen bessere **Bestandsverwaltungstools zur Verbesserung von Genauigkeit und Verfügbarkeit benötigt.**

+7 % seit 2022



Lebensmittel-
händler

79%



Kaufhäuser

78%



Apotheken/
Drogerien

82%



Gemischtwarenhändler

85%

Konfrontiert mit wiederholten Retouren und Herausforderungen bei der Rückföhrlogistik

56%

sagen, dass **ihre Filiale Online-Retouren anbietet; nennen Hauptprobleme**



Wiederholte
Retouren

74%



Rückföhr-
logistik

63%



Kein dedizierter Bereich für
Abholung/Retouren

40%

Transformiert: ein neues Zeitalter der Innovation im Einzelhandel



93%

stimmen zu, dass mobile Bestellungen helfen, Kundenerwartungen zu erfüllen.



85%

glauben, dass künstliche Intelligenz ihnen hilft, produktiver zu arbeiten.



83%

finden es wichtig, für einen für Gesellschaft und Umwelt engagierten Einzelhändler zu arbeiten.

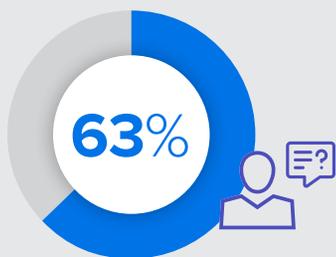
Marktbeobachtung

Steigende Kundenerwartungen stellen Einzelhändler vor neue Herausforderungen und heben die zentrale Rolle von Verkaufsmitarbeitern in dieser dynamischen Landschaft hervor. Mitarbeiter im Einzelhandel sind unverzichtbar für die Verknüpfung von digitalen und physischen Shops. Sie passen sich an unterschiedliche Kundenpräferenzen an, um einen personalisierten, nahtlosen Service zu bieten. Ihr Know-how sorgt für den Komfort und die individuelle Betreuung, die Kunden in einer Omni-Channel-Welt erwarten.

Persönliche Kundenbetreuung: Einzelhandelserlebnisse aufwerten

Richtig ausgerüstete und geschulte Mitarbeiter können Fragen beantworten, Probleme lösen und auf den Kunden zugeschnittene Empfehlungen abgeben. Ein großartiger Kundenservice kann das Einkaufserlebnis insgesamt aufwerten und die Kundenbindung festigen. Allerdings erwarten Kunden heutzutage mehr Unterstützung in Filialen, und Mitarbeiter klagen über Routineaufgaben, die sie daran hindern, Kunden Mehrwertdienstleistungen bereitzustellen. Zwar bieten Mitarbeiter im Einzelhandel eine persönliche Note, die sich allein mit Technologie nicht erreichen lässt, jedoch kann zukunftsweisende Technologie einen besseren Kundenservice über alle Kontaktpunkte hinweg ermöglichen.

Personalmangel in Filialen bleibt nicht unbemerkt



63% der Kunden beklagen mangelnde Hilfe durch Mitarbeiter in Filialen.

Nach Generation



Klagen von Mitarbeitern

(Mitarbeiter in Verkauf oder Kundenservice)

- 61%** Wenig Zeit für Kunden wegen zu vieler Routineaufgaben
- 48%** Für personalisierten Kundenservice ungeeignete Tools
- 47%** Kunden finden Preise und Produktinformationen auf ihren Smartphones schneller als Mitarbeiter.
- 41%** Beschwerden über Bestandsmangel

Mitarbeiter und Kunden betonen die Wichtigkeit von Technologie für das Kundenerlebnis



Kunden

stimmen zu, dass der Kundenservice besser ist, wenn Mitarbeiter mit der neuesten Technologie ausgestattet sind.



Mitarbeiter

Faktoren für erstklassigen Kundenservice



der Mitarbeiter sagen, dass sie mit Handheld-Barcode-Scannern, mobilen POS-Geräten und SB-Kassen ein besseres Kundenerlebnis schaffen können.



Triumph der Technologie: Personalhürden überwinden, Gewinne steigern

Für Einzelhändler ist es zunehmend schwierig, Personal zu finden und Margen stabil zu halten. Ganze 84 % der Entscheidungsträger sehen Einstellung, Schulung und langfristige Bindung von Filialmitarbeitern als Problem, das verschärft wird durch die Bemühungen, ein gutes Gleichgewicht zwischen höherer Entlohnung und Gewinnoptimierung zu finden. Bei all diesen Herausforderungen stellt Technologie eine entscheidende Lösung dar.

Selbstbedienungskassen werden sowohl von Mitarbeitern als auch von Entscheidungsträgern begrüßt, da sich Personal auf höherwertige Aufgaben und die Verbesserung des Kundenerlebnisses konzentrieren kann. Ein großer Anteil der Mitarbeiter im Einzelhandel hebt die positive Anlagenrendite durch die Integration von Technologie hervor. Darüber hinaus erlangen Tools wie Echtzeit-Bestandstransparenz unter Mitarbeitern immer mehr den Ruf, Effizienz zu steigern und den Kundenservice zu verbessern, was den Umstieg auf eine technisch besser integrierte und rentablere Einzelhandelslandschaft einläutet.



Technologie-Investitionen ebnen den Weg für langfristige Rentabilität



Mitarbeiter

86%

Dank SB-Kassen können Mitarbeiter höherwertige Aufgaben erledigen und Kunden besser betreuen.



Entscheidungsträger

88%

85%

SB-Kassen verbessern das Kundenerlebnis.

88%

84%

Investitionen in SB-Kassen machen sich bezahlt.

87%

Mitarbeiter heben Tools zur Verbesserung von Effizienz und Kundenservice hervor



85%



+5%
YoY

Echtzeit-Bestandstransparenz



82%



+12%
YoY

RFID



82%



+12%
YoY

Elektronische Regaletiketten



78%



+16%
YoY

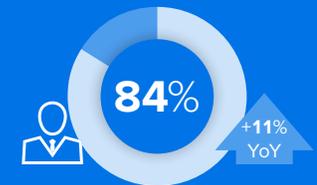
Künstliche Intelligenz / Maschinelles Lernen



75%

Generative künstliche Intelligenz

Personalprobleme verstärken Margen-Bedenken bei Einzelhändlern



Einstellung und Bindung von qualifizierten Mitarbeitern sind große Herausforderungen.



Stabilisierung von Margen bei gleichzeitiger Erfüllung der Erwartungen von Mitarbeitern in Bezug auf Löhne und Zusatzleistungen ist ein Problem für das Unternehmen.

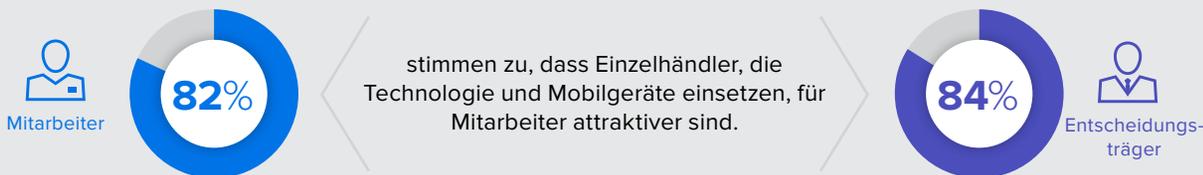
Die Entschlüsselung des Personalrätsels

Für das digitale Zeitalter müssen technisch versierte Fachkräfte gewonnen und langfristig gebunden werden. In diesem höchst dynamischen Markt stellt dies für Einzelhändler eine erhebliche Herausforderung dar. Verschärft wird die Situation in der Branche durch den Bedarf an vielseitigen Kompetenzen, wie etwa Kundenservice, Produktwissen, Vertrautheit mit digitaler Technik und Flexibilität. Angesichts des Wachstums im E-Commerce steigt auch die Nachfrage nach technisch versierten Mitarbeitern, die mit Online-Plattformen vertraut sind und mühelos zukunftsweisende Technologien nutzen können, um Aufgaben wie Inventuren und Abwicklung von Bestellungen effizient auszuführen.

Mitarbeiter sind sich zunehmend bewusst, welche Vorteile Geräte und Analysefunktionen für die Priorisierung von Aufgaben und die Zusammenarbeit in Teams bieten. Die Bereitstellung von Software für Aufgabenverwaltung und Personalmanagement soll weiterhin für Wachstum sorgen.



Mitarbeiter und Manager betonen die Wichtigkeit von Technologie für die Personalbesetzung



Mit fortschrittlicher Technologie ausgestattete Mitarbeiter fühlen sich wertgeschätzt



Digitale Harmonie: Verbesserung der Work-Life-Balance

(Mitarbeiterpräferenzen; % Zustimmung)



* Frage 2021 nicht gestellt.

Flexible Personalmanagement-Lösungen sind im Aufwind

(Anteil an Entscheidungsträgern, die in den nächsten 5 Jahren die Bereitstellung planen)



Ein Einblick in die Zukunft des Personals im Einzelhandel

Der dynamische Arbeitsmarkt im Einzelhandel deckt die gesamte Auswahl an Omni-Channel-Mitarbeitern ab, was die ständige Weiterentwicklung der Branche widerspiegelt. Angesichts der fortlaufenden Diversifizierung des Einkaufsverhaltens sind vielseitige und kundenorientierte Mitarbeiter höchst gefragt. Während Mitarbeiter sowohl in Filialen als auch an den digitalen Schnittstellen eine entscheidende Rolle für das Kundenerlebnis spielen, werden viele von ihnen durch Routineaufgaben daran gehindert, eine erstklassige Kundenbetreuung zu leisten. Der persönliche Kundenkontakt bleibt unersetzlich, doch kann hochmoderne Technologie Betriebsabläufe deutlich verbessern. Dadurch wird die Kluft zwischen stationärem und Online-Handel überbrückt und die Effizienz wird unternehmensweit gesteigert. Wer im Einzelhandel erfolgreich sein will, muss sich auf diesen verschachtelten Arbeitsmarkt und auf das Technologiezeitalter einstellen.

Über die Studie

Zebra Technologies gab eine globale Marktforschungsumfrage unter erwachsenen Kunden (18 Jahre und älter), Entscheidungsträgern und Mitarbeitern in Auftrag, um die Trends und Technologien zur Transformation des Einzelhandels zu ermitteln. Bei der diesjährigen Studie, die Azure Knowledge Corporation online durchführte, wurden mehr als 4.200 Personen zu Themen wie Einkaufserlebnis, Nutzung von Geräten und Technologie sowie Lieferung und Abwicklung in Filialen und online befragt. Die globale Kundenstudie 2023 von Zebra deckt Einstellungen, Meinungen und Erwartungen auf, die die Zukunft der Branche prägen. Die Umfragereihe konzentriert sich auf drei Hauptthemen:



Über den Warenkorb hinaus
Was Kunden wirklich vom Einkaufserlebnis erwarten



Einzelhandelserlebnisse aufwerten
So schaffen Mitarbeiter wertvolle Interaktionen mit Kunden



Dem zeitgemäßen Mandat des Einzelhandels nachkommen
Neue Grundlagen für die Prioritäten von morgen

Hier finden Sie alles zur globalen Kundenstudie 2023: zebra.com/shopperstudy

Über Zebra Technologies

Zebra (NASDAQ: ZBRA) ermöglicht es Unternehmen im Einzelhandel und ihren Partnern, in der bedarfsorientierten Wirtschaft erfolgreich zu sein. Die Lösungen von Zebra sorgen dafür, dass alle Mitarbeiter und Assets im Edge-Bereich sichtbar, vernetzt und vollständig optimiert sind. Dank einem Netzwerk von mehr als 10.000 Partnern in über 100 Ländern kann Zebra Kunden jeder Größe – darunter 94 % der Fortune-100-Unternehmen – mit einem vielfach ausgezeichneten Portfolio an Hardware, Software, Services und Lösungen zur Digitalisierung und Automatisierung von Arbeitsabläufen unterstützen.

Finden Sie heraus, wie Zebra Einzelhändlern zu mehr Rentabilität verhelfen kann und zugleich Kunden- und Mitarbeitererlebnis aufwertet. Besuchen Sie zebra.com/retail.



Zentrale Nordamerika und Unternehmenszentrale
+1 800 423 0442
inquiry4@zebra.com

Zentrale Asien-Pazifik
+65 6858 0722
contact.apac@zebra.com

Zentrale EMEA
zebra.com/locations
contact.emea@zebra.com

Zentrale Lateinamerika
zebra.com/locations
la.contactme@zebra.com