

Redefinir lo posible en el comercio minorista

El comercio minorista está entrando en una nueva era de inteligencia y agilidad. Los clientes esperan más. Los empleados necesitan ofrecer más. Y los comerciantes minoristas están respondiendo con innovación que conecta cada experiencia. El 18.º Estudio Global Anual del Consumidor refleja cómo se está desarrollando esta transformación dentro y fuera del comercio minorista.

Personalizar las experiencias de los compradores

INFORMACIÓN MÁS VALIOSA. CONEXIONES MÁS SÓLIDAS. MAYOR IMPACTO.

LOS TOMADORES DE DECISIONES DICEN QUE LA IA GENERATIVA AFECTARÁ SIGNIFICATIVAMENTE ÁREAS CLAVE DE SUS OPERACIONES EN LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS

87 %

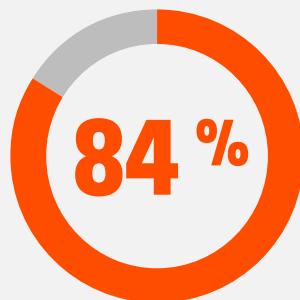
Segmentación de clientes y marketing dirigido

86 %

Administración de inventario y previsión de la demanda

84 %

Recomendaciones personalizadas



de los tomadores de decisiones sienten la presión de sincronizar el inventario en tiempo real, en todos los canales para pronosticar mejor la demanda y el reabastecimiento



72 %

de los compradores dicen que desean ver más anuncios personalizados en la tienda

Brindar más autonomía a los empleados para la nueva era del comercio minorista

DECISIONES MÁS INTELIGENTES. COLABORACIÓN FLUIDA. MEJOR DESEMPEÑO.

89 %

de los empleados coinciden en que la inteligencia artificial los ayudará a ser más productivos



LOS TOMADORES DE DECISIONES CLASIFICAN LOS BENEFICIOS PERCIBIDOS DE LAS APLICACIONES DE IA EN DISPOSITIVOS

56 %

Automatización de tareas administrativas para reducir los costos operativos

54 %

Optimización de la administración de inventario

51 %

Profundización del compromiso del cliente/ capacidades de búsqueda avanzada

50 %

Mejora de la capacitación de los empleados/ asistentes virtuales para los empleados

Modernizar las estrategias de prevención de pérdidas

MAYOR VISIBILIDAD. RESPUESTA MÁS RÁPIDA. OPERACIONES MÁS SÓLIDAS.



70 %

de los compradores dicen que sienten molestia cuando los productos están bajo llave o protegidos en estuches



78 %

de los empleados dicen estar preocupados por la falta de tecnología en su tienda para detectar amenazas a la seguridad o actividades delictivas

Para obtener más información sobre el 18.º Estudio Global Anual del Consumidor, visite zebra.com/shopperstudy.

Para ver cómo Zebra ayuda a los comercios minoristas de todo el mundo a brindar experiencias conectadas, simplificar las operaciones y mejorar el desempeño, visite zebra.com/retail.