



18.º ESTUDIO GLOBAL ANUAL DEL CONSUMIDOR



Cumplir con el comprador moderno

Los compradores están redefiniendo el comercio minorista según sus términos y esperan que cada experiencia sea más rápida, más personal y más conectada sin esfuerzo. El 18.º Estudio Global Anual del Consumidor explora cómo los comerciantes minoristas se están adaptando a estas expectativas y están utilizando la tecnología para crear experiencias fluidas y gratificantes en cada punto de contacto.

Los compradores están reescribiendo las reglas de la interacción

EXPECTATIVAS MÁS ALTAS. CONEXIONES MÁS PROFUNDAS.

70 %

de los compradores esperan que los comerciantes minoristas que conocen sus preferencias/información personal brinden experiencias más personalizadas

72 %

de los compradores prefieren los comercios minoristas donde pueden recoger sus artículos en la tienda, fuera de la tienda o en otro lugar



73 %

de los compradores desean interactuar personalmente con los empleados mientras recorren la tienda

LA CONVENIENCIA CUENTA, ESPECIALMENTE EN LAS CAJAS

71 %

de los compradores prefieren poder pagar en cualquier lugar de la tienda (pasillos, departamentos, etc.)

73 %

dice que el pago por autoservicio mejora la experiencia de compra en general

Cada recorrido eleva las expectativas de los compradores

RECORRIDOS CONECTADOS. EXPERIENCIAS UNIFORMES.

3 de cada 4    

compradores dicen que quieren entrar y salir de la tienda rápidamente; buscan una experiencia más rápida y fluida

LOS DISPOSITIVOS MÓVILES AYUDAN A LOS EMPLEADOS A OFRECER MÁS
LOS EMPLEADOS CLASIFICAN LOS BENEFICIOS PRINCIPALES DE LOS
DISPOSITIVOS MÓVILES:

1

Le ahorra tiempo a los compradores

4

Ayuda con devoluciones/cambios

2

Mejora la experiencia de compra

5

Le ahorra dinero a los compradores

3

Permite encontrar fácilmente un producto

6

Permite verificar el precio correcto

82 %

de los empleados dicen que los compradores tienen una mejor experiencia cuando el personal de la tienda está equipado con la tecnología más moderna para ayudarlos mejor

El futuro depende de experiencias fluidas

EMPLEADOS CON MÁS AUTONOMÍA. RECORRIDOS FLUIDOS.

LOS COMPRADORES QUE HAN EXPERIMENTADO ESTAS INNOVACIONES DE COMPRA EN LA TIENDA, EN LOS ÚLTIMOS SEIS MESES PROBABLEMENTE VUELVAN A USARLAS

95 %

Dispositivos de compra individuales provistos por la tienda para escanear mientras se compra

93 %

Estación de autodevolución (devoluciones sin personal)

92 %

Pantallas interactivas en toda la tienda



69 %



de los compradores coinciden en que la inteligencia artificial mejorará su experiencia de compra en general

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.