



Redéfinir les limites du possible au sein du commerce et de la distribution

Le secteur du commerce et de la distribution entre dans une nouvelle ère de technologies et d'agilité. Les attentes des clients ne cessent de croître. Les collaborateurs doivent être plus performants. Les enseignes réagissent en adoptant des innovations qui connectent toutes les expériences entre elles. La 18e étude annuelle sur le comportement des consommateurs met en valeur la manière dont cette transformation réinvente le secteur du commerce et de la distribution dans sa totalité.

Personnaliser l'expérience client

DE MEILLEURES INFORMATIONS. DES LIENS RENFORCÉS. DES RÉSULTATS AMÉLIORÉS.

DES DÉCIDEURS ESTIMENT QUE L'IA GÉNÉRATIVE INFLUENCERA DE MANIÈRE SIGNIFICATIVE LES ASPECTS ESSENTIELS DE LEURS OPÉRATIONS AU COURS DES TROIS PROCHAINES ANNÉES

87 %

Segmentation des clients et marketing ciblé

86 %

Gestion des stocks et prévision de la demande

84 %

Recommandations personnalisées

Préparer les collaborateurs à l'avenir du commerce et de la distribution

DES DÉCISIONS MIEUX INFORMÉES. UNE COLLABORATION FLUIDE. DE MEILLEURES PERFORMANCES.

89 %

des collaborateurs estiment que l'intelligence artificielle les aidera à gagner en productivité



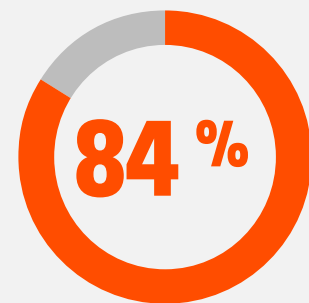
Moderniser les stratégies de prévention des pertes

UNE VISIBILITÉ PLUS PRÉCISE. UNE RÉPONSE PLUS RAPIDE. DES OPÉRATIONS RENFORCÉES.



70 %

des clients déclarent être irrités par le verrouillage ou la sécurisation des articles sous coque



des décideurs affirment être sous pression pour assurer une synchronisation en temps réel des stocks à travers l'ensemble des canaux de distribution pour améliorer la prévision de la demande et le réapprovisionnement



72 %

des clients réclament davantage d'offres promotionnelles personnalisées en magasin

LES DÉCIDEURS ONT CLASSÉ LES AVANTAGES OBSERVÉS DES APPLICATIONS D'IA

56 %

Automatisation des missions administratives pour réduire les coûts opérationnels

54 %

Optimisation de la gestion des stocks

51 %

Amélioration de la fidélisation client/des fonctions de recherche avancée

50 %

Amélioration de la formation des collaborateurs et des assistants virtuels



78 %

des collaborateurs regrettent l'absence de technologies au sein des magasins visant à identifier les menaces ou les activités criminelles

PART DES DÉCIDEURS QUI ENVISAGENT D'ADOPTER DES TECHNOLOGIES DE PRÉVENTION DES PERTES AU COURS DES CINQ PROCHAINES ANNÉES

57 %

Vision par ordinateur

54 %

Étiquettes et lecteurs RFID

51 %

IA générative

Pour accéder à la totalité des documents consacrés à la 18e étude annuelle sur le comportement des consommateurs, rendez-vous sur zebra.com/shopperstudy

Pour découvrir comment Zebra permet à toutes les enseignes à travers le monde d'offrir des expériences connectées, de rationaliser les opérations et d'améliorer les performances, rendez-vous sur zebra.com/retail