



Au service des clients modernes

Les clients redéfinissent le secteur du commerce et de la distribution comme ils le veulent. Ils attendent des expériences plus rapides, plus personnelles et facilement connectées. La 18e étude annuelle de Zebra sur le comportement des consommateurs explore la manière dont les enseignes s'adaptent à ces attentes et utilisent la technologie pour créer des expériences fluides et valorisantes à chaque point de contact.

Les clients réinventent les règles de la fidélisation

DES ATTENTES PLUS ÉLEVÉES. DES LIENS RENFORCÉS.

70%

des clients attendent des enseignes qu'elles utilisent leurs informations personnelles et leurs préférences pour proposer des expériences plus personnalisées.

72%

des clients préfèrent les enseignes qui leur permettent de retirer leurs achats en magasin, en drive ou ailleurs



73%

des clients veulent un contact personnel avec les vendeurs lors de leurs achats en magasin

LE CONFORT EST IMPORTANT, SURTOUT LORS DU PASSAGE EN CAISSE

71% des consommateurs préfèrent pouvoir passer en caisse n'importe où dans le magasin (dans les rayons, les différentes zones ; etc.)

73% des clients affirment que les caisses en libre-service améliorent leur expérience d'achat

Chaque parcours d'achat augmente les attentes des clients

DES PARCOURS CONNECTÉS. DES EXPÉRIENCES COHÉRENTES.

3 clients sur 4

des clients affirment vouloir effectuer rapidement leurs achats, recherchant des expériences plus rapides et fluides en magasin

LES TERMINAUX MOBILES AIDENT LES COLLABORATEURS À AMÉLIORER LEURS PERFORMANCES LES COLLABORATEURS ONT CLASSÉ LES PRINCIPAUX AVANTAGES DES TERMINAUX MOBILES :

1 Gain de temps pour les clients

2 Amélioration de l'expérience d'achat

3 Localisation d'un produit

4 Aide pour les retours/échanges

5 Économies pour les clients

6 Vérification du prix

82% des clients déclarent avoir une meilleure expérience lorsque les collaborateurs utilisent les dernières technologies pour les aider

Les expériences fluides dessinent l'avenir

DES COLLABORATEURS ÉQUIPÉS. DES PARCOURS D'ACHAT FLUIDES.

AYANT EXPÉRIMENTÉ CES INNOVATIONS EN MAGASIN AU COURS DE CES SIX DERNIERS MOIS SONT ENCLINS À LES RÉUTILISER

95%

terminaux d'achat en libre-service fournis par l'enseigne pour scanner les articles le long du parcours d'achat

93%

bornes de retour en libre-service (ne nécessitant aucune intervention humaine)

92%

écrans interactifs dans le magasin



69%



des clients estiment que l'intelligence artificielle enrichit leur expérience d'achat

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