



18° ANNUAL GLOBAL SHOPPER STUDY



Ridefinire le possibilità nel retail

Il retail sta entrando in una nuova era di intelligenza e agilità. I consumatori hanno aspettative più elevate. Gli addetti alle vendite devono fornire un servizio impeccabile. E i retailer stanno rispondendo con innovazioni che rendono ogni esperienza più connessa. Il 18° Annual Global Shopper Study registra i passaggi di questa trasformazione, all'interno del retail e non solo.

Personalizzare le esperienze dei consumatori

INDICAZIONI PIÙ UTILI. INTERAZIONI PIÙ RICCHE. IMPATTO PIÙ FORTE.

RESPONSABILI DECISIONALI SECONDO I QUALI NEI PROSSIMI TRE ANNI L'AI GENERATIVA AVRÀ UN IMPATTO SIGNIFICATIVO SU AREE CHIAVE DEI LORO PROCESSI

87%

Segmentazione dei clienti e marketing mirato

86%

Gestione dell'inventario e previsione della domanda

84%

Consigli personalizzati

Potenziare gli addetti alle vendite per la nuova era del retail

DECISIONI PIÙ EFFICACI. COLLABORAZIONE PERFETTA. PRESTAZIONI ECCEZIONALI.

89%

Addetti alle vendite concordi sul fatto che l'intelligenza artificiale li aiuterà a essere più produttivi



Modernizzare le strategie di prevenzione delle perdite

VISIBILITÀ PIÙ CHIARA. RISPOSTA PIÙ RAPIDA. PROCESSI PIÙ FUNZIONALI.



70%

Clienti a cui dà fastidio quando i prodotti desiderati sono bloccati da misure antitaccheggio o chiusi in vetrine espositive

I RESPONSABILI DECISIONALI ORDINANO PER IMPORTANZA I VANTAGGI OFFERTI DALLE APPLICAZIONI AI SU DISPOSITIVO

56%

Automazione delle attività amministrative per ridurre i costi operativi

54%

Ottimizzazione della gestione dell'inventario

51%

Coinvolgimento più profondo della clientela/ funzionalità di ricerca avanzate

50%

Miglioramento della formazione del personale/ assistenti virtuali per gli addetti alle vendite



78%

Addetti preoccupati per l'assenza in negozio delle tecnologie necessarie per individuare i rischi per la sicurezza o le attività criminali

PERCENTUALE DI RESPONSABILI DECISIONALI CHE INTENDONO IMPLEMENTARE TECNOLOGIE PER LA PREVENZIONE DELLE PERDITE NEI PROSSIMI CINQUE ANNI

57%

Visione digitale

54%

Tag e lettori RFID

51%

AI generativa



72%

Consumatori che desiderano vedere più annunci personalizzati nei punti vendita

Per scoprire altri approfondimenti del 18° Annual Global Shopper Study, visitate zebra.com/shopperstudy

Per vedere come Zebra consente ai retailer di tutto il mondo di offrire esperienze connesse, processi semplificati e prestazioni elevate, visitate zebra.com/retail