



# Soddisfare le aspettative del consumatore moderno

I consumatori stanno ridefinendo alle proprie condizioni il modo di fare acquisti in negozio: si aspettano che ogni esperienza sia più veloce, personale e connessa, senza complicazioni. Il 18° Annual Global Shopper Study esamina i modi in cui i retailer si stanno adattando a queste aspettative e come utilizzano la tecnologia per creare esperienze fluide e gratificanti in ogni punto di contatto.

## I consumatori stanno riscrivendo le regole del rapporto tra retailer e clientela

ASPETTATIVE PIÙ ELEVATE. CONNESSIONI PIÙ FORTI.

### 70%

Clienci che si aspettano che i retailer che conoscono le loro informazioni e preferenze personali offrano esperienze più personalizzate

### 72%

Clienci che preferiscono i retailer che offrono la possibilità di ritirare gli acquisti in negozio, a lato strada o da un altro luogo



### 73%

Consumatori che desiderano interagire di persona con gli addetti durante gli acquisti in negozio

LA COMODITÀ CONTA, SOPRATTUTTO ALLE CASSE

### 71%

Clienci che preferiscono poter pagare in qualunque punto del negozio (corsia, reparto ecc.)

### 73%

Clienci secondo i quali il pagamento self-service migliora l'esperienza di acquisto

## Ogni visita in negozio innalza le aspettative dei consumatori

SHOPPING CONNESSO. ESPERIENZE OMOGENEE.

### 3 su 4



Clienci che dichiarano di voler entrare e uscire dai negozi in modo rapido e quindi desiderano un'esperienza più veloce e lineare

I DISPOSITIVI MOBILI AIUTANO GLI ADDETTI A RENDERE MEGLIO NEL LORO LAVORO  
GLI ADDETTI ALLE VENDITE CLASSIFICANO I PRINCIPALI VANTAGGI OFFERTI DAI DISPOSITIVI MOBILI:

### 1

Tempo risparmiato per i clienti

### 4

Aiuto nella gestione di resi e sostituzioni

### 2

Migliore esperienza di acquisto

### 5

Denaro risparmiato per i clienti

### 3

Prodotti trovati facilmente

### 6

Verifica del prezzo corretto

### 82%

Dipendenti secondo i quali i clienti hanno un'esperienza migliore quando il personale del negozio utilizza le tecnologie più recenti per assisterli

## Il futuro appartiene alle esperienze d'acquisto semplificate al massimo

ADDETTI ALLE VENDITE POTENZIATI. SPESA SENZA COMPLICAZIONI.

CLIENTI CHE HANNO SPERIMENTATO QUESTE INNOVAZIONI NEGLI ACQUISTI IN NEGOZIO NEGLI ULTIMI SEI MESI E CHE SONO INTENZIONATI A USARLE DI NUOVO

### 95%

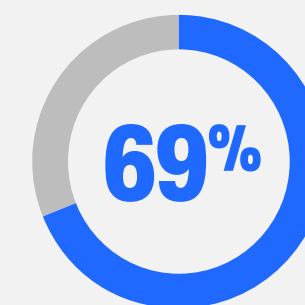
Dispositivo di personal shopping fornito dal negozio per la scansione self-service

### 93%

Postazione per resi self-service (senza personale)

### 92%

Schermi interattivi nel punto vendita



Consumatori concordi sul fatto che l'intelligenza artificiale migliorerà l'esperienza di acquisto complessiva

Per scoprire altri approfondimenti del 18° Annual Global Shopper Study, visitate [zebra.com/shopperstudy](https://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](https://zebra.com/retail)