



Studio globale sui consumatori 2023

Migliorare le esperienze nel retail

Potenziare il personale per arricchire le interazioni con i clienti



Il personale svolge un ruolo fondamentale nel dare forma all'esperienza dei clienti, garantendo la loro soddisfazione e migliorando i risultati commerciali complessivi del negozio. I retailer stanno sfruttando la tecnologia per accelerare la formazione del personale, creare ambienti di lavoro più stimolanti e migliorare l'efficacia complessiva dei dipendenti.

Esaminare l'impatto degli addetti alle vendite dotati di strumenti tecnologici sull'esperienza di acquisto nel retail.

Obiettivo sul mercato

L'evoluzione delle aspettative dei consumatori crea nuove sfide per i retailer, evidenziando il ruolo essenziale del personale in un ambiente in costante evoluzione. Gli addetti alle vendite del retail sono fondamentali per collegare il mondo digitale e quello fisico, adottando gli accorgimenti necessari per offrire un servizio personalizzato e senza soluzione di continuità che sia in linea con le variegate preferenze dei clienti. La loro competenza garantisce il livello di praticità e di personalizzazione che i clienti si aspettano in un mondo omnicanale.

Il panorama dinamico dell'omnicanale: le principali problematiche

(secondo gli addetti alle vendite)

I clienti accedono alle informazioni più rapidamente del personale

77%

Ritengono che i clienti siano più abili **nel reperire informazioni online rispetto al personale di vendita**

+15% dal 2022 | +40% dal 2019



Negozi di alimentari

60%



Grande distribuzione

81%



Farmacie e parafarmacie

82%



Negozi di articoli generici

77%

Preoccupati per l'inadeguatezza degli strumenti di gestione dell'inventario

81%

Ritengono che **la propria azienda abbia bisogno di strumenti di gestione delle scorte più efficaci per migliorare la precisione e la disponibilità**

+7% dal 2022



Negozi di alimentari

79%



Grande distribuzione

78%



Farmacie e parafarmacie

82%



Negozi di articoli generici

85%

Alle prese con resi frequenti e difficoltà nella logistica del ricircolo

56%

Dicono che il loro **negozio offre la possibilità di effettuare resi online e indicano le problematiche legate a questo aspetto**



Clienti che effettuano spesso resi

74%



Logistica del ricircolo

63%



Mancanza di un'area dedicata per il ritiro/la restituzione degli ordini

40%

Impatto trasformativo: una nuova era nell'innovazione del retail



93%

Concordano sul fatto che l'ordinazione da dispositivo mobile contribuisca a soddisfare le aspettative dei clienti



85%

Ritengono che l'intelligenza artificiale li aiuterà a essere più produttivi



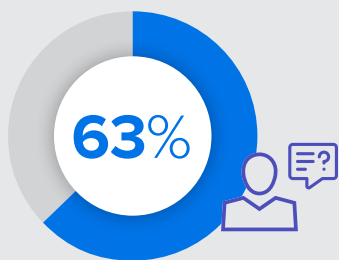
83%

Affermano che è importante lavorare per un datore di lavoro impegnato nel sociale e per l'ambiente

Più attenzione al contatto umano: Migliorare le esperienze nel retail

Se dotati di strumenti e formazione adeguati, gli addetti possono rispondere a domande, risolvere problemi e offrire consigli su misura per i singoli clienti. Un ottimo servizio clienti può essere il tocco magico che influenza l'esperienza di acquisto nel suo complesso, fidelizzando i clienti. Tuttavia, i consumatori di oggi sono preoccupati della necessità di ricevere più assistenza in negozio e gli addetti alle vendite sono spesso frustrati in quanto devono occuparsi di mansioni di livello inferiore che limitano la loro possibilità di fornire servizi a valore aggiunto ai clienti. Sebbene la presenza degli addetti alla vendita offra un tocco personalizzato che la tecnologia da sola non è ancora in grado di replicare, l'impiego di una tecnologia all'avanguardia può contribuire a fornire un servizio di livello più elevato in tutti i punti di contatto.

La carenza di personale nei negozi non passa inosservata



Clienti che si dichiarano preoccupati per la mancanza di assistenza in negozio

Per generazione

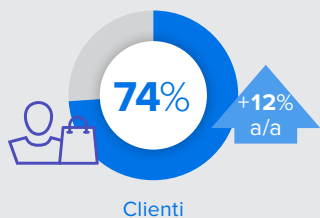
Generazione Z (più di 18 anni)	Millennial	Generazione X	Boomer
71%	66%	56%	63%

Gli addetti indicano i loro motivi di frustrazione

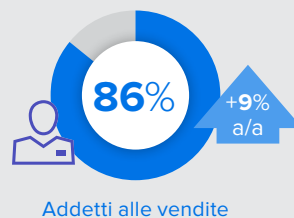
(tra i commessi che si occupano delle vendite o del servizio clienti in negozio)

- 61%** Poco tempo da dedicare ai clienti perché occupati a svolgere altre attività di minor valore
- 48%** Strumenti inadeguati per fornire un servizio clienti personalizzato
- 47%** I clienti trovano informazioni sui prezzi e sui prodotti con i propri smartphone più velocemente del personale
- 41%** Lamentele dei clienti per articoli esauriti

Personale di vendita e clienti apprezzano il ruolo della tecnologia nel migliorare l'esperienza d'acquisto



Concordano sul fatto che i clienti hanno una migliore esperienza di acquisto quando il personale usa tecnologie di ultima generazione per assisterli



Un salto di qualità straordinario nel servizio ai clienti



Addetti che dichiarano di poter offrire una migliore esperienza ai clienti utilizzando scanner per codici a barre palmari, POS portatili e casse self-service

Il trionfo della tecnologia: Superare i problemi di organico e spingere i profitti del retail

I retailer si trovano ad affrontare sfide sempre più impegnative relativamente ai livelli di organico e al mantenimento dei margini di profitto. Un significativo 84% dei responsabili decisionali trova difficoltà nell'assumere, formare e trattenere personale qualificato nei punti vendita, con il problema aggiuntivo di conciliare gli aumenti salariali dei dipendenti con la tutela dei profitti. Di fronte a queste problematiche, la tecnologia viene in aiuto come soluzione vincente.

L'avvento delle casse automatiche è apprezzato sia dai dipendenti che dai responsabili decisionali, che hanno la possibilità di riassegnare il personale a compiti più importanti e di migliorare l'esperienza del cliente. Una percentuale considerevole della forza lavoro del settore retail riconosce il positivo ritorno sull'investimento realizzabile grazie a questa integrazione tecnologica. Inoltre, funzionalità come la visibilità in tempo reale dell'inventario si stanno affermando tra i dipendenti come strumenti per migliorare l'efficienza e il servizio clienti, segno di un cambiamento in atto verso un sistema retail più tecnologicamente integrato e redditizio.

Gli investimenti tecnologici aprono la strada alla redditività a lungo termine dei punti vendita



86%

Le casse self-service consentono agli addetti di dedicarsi ad attività più importanti e di servire meglio i clienti



Decisori

88%

85%

Le casse self-service migliorano l'esperienza del cliente

88%

84%

Gli investimenti in casse self-service iniziano a rendere/a produrre un ROI positivo

87%

Gli addetti indicano gli strumenti che migliorano l'efficienza e il servizio alla clientela



85%



Visibilità in tempo reale dell'inventario



82%



RFID



82%



Etichette elettroniche per scaffali



78%



Intelligenza artificiale / machine learning

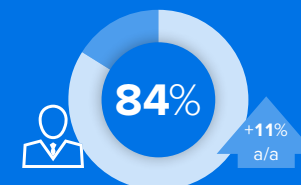


75%

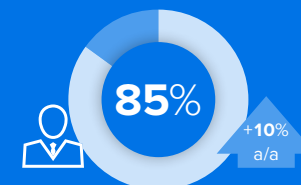
Intelligenza artificiale generativa



Le difficoltà di organico pesano sulle preoccupazioni dei retailer relative ai margini di profitto



Assumere e trattenere personale di vendita qualificato è un compito impegnativo



Mantenere i margini di profitto soddisfacendo allo stesso tempo le aspettative salariali del personale è stato difficile per l'azienda

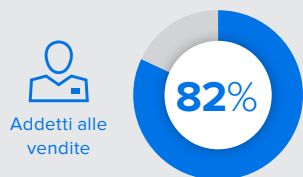
Risolvere il dilemma del personale

Attirare e trattenere talenti esperti di tecnologia per l'era digitale. In un panorama del mercato del lavoro in continua evoluzione, attirare e trattenere talenti qualificati è una vera e propria sfida per i retailer. La richiesta da parte del settore di una serie di competenze diversificate, che comprendano l'assistenza ai clienti, la conoscenza dei prodotti, l'alfabetizzazione digitale e l'adattabilità, pesa ulteriormente su questa problematica costante. Con la crescita dell'e-commerce, è aumentata anche la richiesta di lavoratori esperti di tecnologia in grado di navigare sulle piattaforme online e di sfruttare con successo le tecnologie più avanzate per svolgere in modo efficiente attività come i conteggi di inventario e l'evasione degli ordini.

I dipendenti riconoscono sempre di più l'impatto positivo dei dispositivi e dei dati analitici per definire le priorità dei propri incarichi e collaborare con i colleghi. A questo proposito, si prevede che le implementazioni di software per la gestione degli incarichi e del personale continueranno a crescere.



Personale di vendita e dirigenti apprezzano il ruolo della tecnologia nella gestione delle esigenze di organico



Ritengono che i negozi che utilizzano tecnologie per il retail e dispositivi mobili attirino e trattengano in azienda un maggior numero di addetti alle vendite



Gli addetti si sentono più apprezzati se equipaggiati con strumenti tecnologici avanzati sul lavoro



Si sentono più valorizzati dal datore di lavoro quando gli vengono affidati gli strumenti tecnologici per lavorare meglio



Considerano più positivamente i datori di lavoro che mettono a disposizione dispositivi mobili e tecnologia

Armonia digitale: migliorare l'equilibrio tra lavoro e vita privata

(preferenze dei dipendenti, % che concorda)

83%

Preferiscono programmare le proprie attività lavorative tramite un dispositivo mobile o un'app

+14% dal 2021

79%

Preferiscono ricevere incarichi assegnati automaticamente invece di doversi organizzare autonomamente

+10% dal 2021

79%

Preferiscono collaborare con il proprio team tramite un dispositivo mobile/app del negozio

+11% dal 2022*

*Domanda non posta nel 2021

Le soluzioni flessibili per la gestione del personale si stanno diffondendo

(percentuale di decisori che prevedono di implementare tecnologie nei prossimi 5 anni)

57%

Software per la gestione degli incarichi

60%

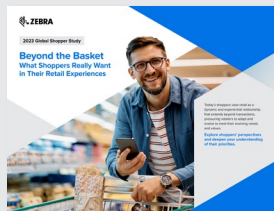
Software per la gestione della forza lavoro (pianificazione, rilevazione presenze, funzionalità self-service per i dipendenti)

Uno sguardo al futuro della forza lavoro nel retail

Il mercato del lavoro dinamico del retail comprende un ampio spettro di lavoratori dell'omnicanale, che riflette la natura in continua evoluzione del settore. La costante necessità di una forza lavoro versatile e focalizzata sul cliente è di fondamentale importanza alla luce di un panorama dello shopping che continua a diversificarsi. Sebbene gli addetti, sia in negozio che dietro l'interfaccia digitale, svolgano un ruolo essenziale nell'esperienza del cliente, molti sono impegnati in compiti di livello inferiore, che ostacolano la loro capacità di offrire un percorso d'acquisto impeccabile. Il tocco personale degli addetti alla vendita rimane insostituibile, ma l'utilizzo di tecnologie all'avanguardia può migliorare sensibilmente l'attività aziendale, colmando il divario tra mondo fisico e online e creando efficienze in tutta l'azienda. Adottare i cambiamenti necessari per adattarsi a questo intricato mercato del lavoro e all'era della tecnologia è essenziale per il successo nel retail.

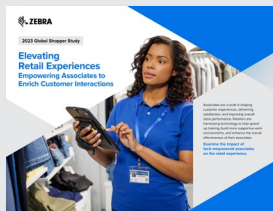
Informazioni sullo studio

Zebra Technologies ha commissionato una ricerca su scala mondiale, basata sul feedback raccolto da consumatori adulti (di età superiore ai 18 anni), responsabili decisionali e dipendenti, per analizzare le ultime tendenze e tecnologie che stanno trasformando il settore retail. Lo studio di quest'anno, condotto online da Azure Knowledge Corporation, ha coinvolto oltre 4.200 intervistati su temi quali l'esperienza del cliente, l'utilizzo di dispositivi e tecnologie, la consegna e l'evasione degli ordini in negozio e online. Lo Studio globale sui consumatori 2023 di Zebra analizza gli stati d'animo, le opinioni e le aspettative che caratterizzano il futuro del settore. La serie si concentra su tre temi chiave:



Oltre il carrello della spesa

Cosa vogliono davvero gli acquirenti nelle loro esperienze di acquisto nel retail



Migliorare le esperienze nel retail

Potenziare il personale per arricchire le interazioni con i clienti



Vincere la sfida del retail moderno

Nuovi fondamentali per le priorità di domani

Per visualizzare l'intera serie Studio globale sui consumatori 2023, visitate zebra.com/shopperstudy

Informazioni su Zebra Technologies

Zebra (NASDAQ: ZBRA) aiuta le aziende del retail e i loro dipendenti a eccellere nell'economia on-demand assicurando la visibilità, la connessione e la piena ottimizzazione di ogni lavoratore di prima linea e ogni risorsa, nell'intero perimetro dell'attività. Con un ecosistema di oltre 10.000 partner in più di 100 paesi, Zebra collabora con clienti di tutte le dimensioni, compreso il 94% delle aziende Fortune 100, grazie a una gamma pluripremiata di prodotti hardware e software, servizi e soluzioni che digitalizzano e automatizzano i flussi di lavoro.

Scoprite come Zebra può aiutare i retailer a migliorare la redditività e, al contempo, ottimizzare le esperienze degli acquirenti e del personale. Visitate zebra.com/retail



Sede centrale e Nord America
+1 800 423 0442
inquiry4@zebra.com

Sede Asia-Pacifico
+65 6858 0722
contact.apac@zebra.com

Sede EMEA
zebra.com/locations
contact.emea@zebra.com

Sede America Latina
zebra.com/locations
la.contactme@zebra.com

ZEBRA e il disegno della testa di Zebra sono marchi commerciali di Zebra Technologies Corp., registrati in molte giurisdizioni del mondo. Tutti gli altri marchi commerciali sono di proprietà dei rispettivi titolari. ©2023 Zebra Technologies Corp. e/o affiliate.