



18차 연례 글로벌 구매자 연구 보고서



오늘날 구매자가 원하는 쇼핑 경험

오늘날 구매자는 더 빠르고 원활하게 연결된 개인맞춤형 쇼핑을 기대하며 리테일의 기준을 새롭게 정의하고 있습니다. 18차 연례 글로벌 구매자 연구 보고서는 유통업체들이 어떻게 이러한 기대에 적응하고, 기술을 활용하여 모든 접점에서 원활한 쇼핑 환경을 제공하는지 소개합니다.

오늘날 구매자는 쇼핑의 기준을 다시 쓰고 있습니다
더 높은 기대치. 더 강력한 연결.

모든 과정이 구매자의 기대와 직결됩니다
연결된 쇼핑 과정. 일관된 경험.

리테일의 미래는 원활한 경험에 달려있습니다
직원 역량 강화. 원활한 쇼핑.

70%

구매자의 70%는 자신의 개인정보/취향을 파악한 유통업체가 보다 개인화된 경험을 제공할 것을 기대합니다

72%

구매자의 72%는 매장, 도로변, 또는 다른 위치에서 상품 픽업 옵션을 제공하는 유통업체를 선호합니다

4명 중 3명 

구매자 4명 중 3명은 매장을 빠르게 이용하고 싶다고 답했습니다 — 고객들은 더 빠르고 원활한 매장 경험을 추구합니다

모바일 디바이스는 직원이 더 많은 서비스를 제공하도록 지원합니다
직원들이 생각하는 모바일 디바이스의 주요 이점 순위:

1

고객의 시간 절약

4

반품/교환 업무 지원

2

쇼핑 경험 개선

5

고객의 비용 절감

3

상품 위치 파악

6

정확한 가격 확인

82%

직원의 82%는 매장 직원이 최신 기술을 활용하여 고객을 지원할 때 더 나은 고객 경험을 제공한다고 답했습니다

지난 6개월간 다음과 같은 매장 쇼핑 혁신 기술을 사용한 적이 있는 구매자는 이를 다시 사용할 가능성이 높습니다

95%

스캔-앤-고 결제를 위해 매장에서 제공한 개인용 쇼핑 디바이스

93%

셀프 반품 구역 (무인 반품)

92%

매장 곳곳에 위치한 인터랙티브 스크린



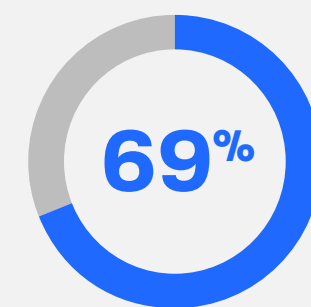
계산대에서는 편의성이 더욱 중요합니다

71%

구매자의 71%는 매장 내 모든 구역에서 계산할 수 있기를 선호합니다(매장 통로, 상품 코너 등)

73%

구매자의 73%는 셀프 계산대가 전반적인 쇼핑 경험을 개선한다고 말합니다



구매자의 69%는 인공지능이 전반적인 쇼핑 경험을 개선할 것이라는 데 동의합니다

18차 연례 글로벌 구매자 연구 보고서에 대한 더 자세한 내용은 zebra.com/shopperstudy에서 확인하세요

어떻게 Zebra가 전 세계 유통업체들이 연결된 경험을 제공하고, 운영을 효율화하며, 실적을 개선하도록 지원하는지에 대한 자세한 내용은 zebra.com/retail에서 확인하세요