



Obsługa na miarę współczesnego klienta

Klienci na nowo definiują handel detaliczny na własnych warunkach — oczekują, że każde doświadczenie zakupowe będzie szybsze, bardziej osobiste i zintegrowane. W 18. corocznym badaniu zachowań konsumentów pokazujemy, w jaki sposób sprzedawcy detaliczni dostosowują się do tych oczekiwań i wykorzystują technologię, aby tworzyć płynne, satysfakcjonujące doświadczenia zakupowe na każdym etapie kontaktu z klientem.

Klienci dyktują zasady interakcji

WIĘKSZE OCZEKIWANIA. SILNIEJSZE RELACJE.

70%

klientów oczekuje, że sprzedawcy, którzy znają ich dane osobowe/preferencje, zapewnią im bardziej spersonalizowane doświadczenia zakupowe

72%

klientów preferuje sprzedawców, którzy pozwalają im odbierać produkty w sklepie, w punkcie odbioru na zewnątrz sklepu lub w innej lokalizacji



73%

klientów chce osobiście wchodzić w interakcje z pracownikami podczas zakupów w sklepie

WYGODA MA ZNACZENIE – SZCZEGÓLNIIE PRZY PŁACENIU ZA ZAKUPY

71%

klientów preferuje możliwość zapłacenia za zakupy w dowolnym miejscu w sklepie (w alejce sklepowej, w danym dziale itp.)

73%

potwierdza, że samoobsługowe stanowiska kasowe poprawiają środowisko zakupów

Każda podróż zakupowa podnosi oczekiwania klientów

ZINTEGROWANE ŚCIEŻKI ZAKUPOWE. SPÓJNE DOŚWIADCZENIA.

3 na 4



klientów mówi, że chcą sprawnie zrobić zakupy i szybko opuścić sklep — cenią więc szybsze i płynniejsze doświadczenia zakupowe w sklepach

URZĄDZENIA MOBILNE POMAGAJĄ PRACOWNIKOM ŚWIADCZYĆ LEPSZĄ OBSŁUGĘ PRACOWNICY PODKREŚLAJĄ ZALETY URZĄDZEŃ MOBILNYCH:

1

Oszczędzanie klientowi czasu

4

Pomoc ze zwrotem/ wymianą towaru

2

Lepsze doświadczenie zakupowe

5

Oszczędzanie klientowi pieniędzy

3

Znajdowanie produktów

6

Znajdowanie właściwych cen

82%

pracowników twierdzi, że klienci mają lepsze wrażenia z obsługi, gdy personel sklepu jest wyposażony w najnowszą technologię

Przyszłość należy do płynnych doświadczeń zakupowych

WYPOSAŻENI W TECHNOLOGIĘ PRACOWNICY. PŁYNNA PODRÓŻ ZAKUPOWA.

KLIENCI, KTÓRZY W CIĄGU OSTATNICH SZESZCIU MIESIĘCY KORZYSTALI Z TYCH INNOWACJI W SKLEPACH, DEKLARUJĄ, ŻE CHĘTNIE UŻYJĄ ICH PONOWNIE

95%

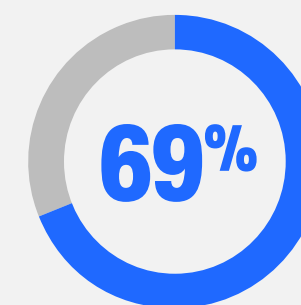
asystent zakupów (urządzenie udostępniane przez sklep do skanowania produktów w czasie robienia zakupów)

93%

stanowiska do samodzielnego zwrotu towaru (bez pomocy personelu)

92%

interaktywne ekrany w całym sklepie



klientów zgadza się, że sztuczna inteligencja poprawi ich ogólne doświadczenie zakupowe

Pełną treść 18. corocznego globalnego badania zachowań konsumentów można znaleźć na stronie zebra.com/shopperstudy

Aby zobaczyć, w jaki sposób Zebra pomaga sprzedawcom detalicznym na całym świecie zapewniać klientom udane doświadczenia zakupowe, usprawniać działalność operacyjną i zwiększać wydajność, odwiedź stronę zebra.com/retail