



17. coroczne globalne badanie
zachowań konsumentów

Zwiększanie rentowności:

Jak wyjść naprzeciw
największym wyzwaniom
handlu detalicznego?

Dowiedz się, w jaki sposób sprzedawcy detaliczni osiągają dziś długotrwały sukces w dynamicznej branży handlu detalicznego, wykorzystując wiedzę opartą na danych i zaawansowane narzędzia analityczne do identyfikowania zagrożeń, wykrywania trendów i wdrażania strategii, które ochronią ich marże, jednocześnie podnosząc jakość obsługi klienta.



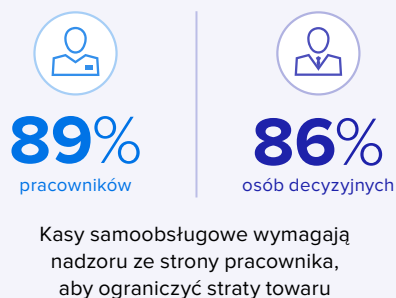
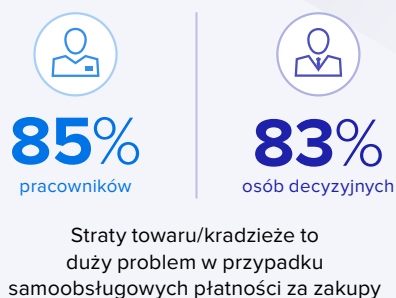
Zapobieganiem stratom towaru: ochrona zysków

Przeciwdziałanie stratom towaru pozostaje znaczącym wyzwaniem dla większości sprzedawców detalicznych. Wiele osób decyzyjnych staje w obliczu rosnącej presji, aby ograniczyć kradzieże i straty towaru oraz zminimalizować ilość produktów, których nie mogą ponownie sprzedać z powodu zwrotów towaru lub błędów inwentaryzacyjnych. Wysiłki mające na celu przeciwdziałanie stratom towaru muszą być wdrażane z myślą o doświadczeniach zakupowych klienta. Sprzedawcy detaliczni sięgają po technologię, aby usprawnić zarządzanie zapasami i zwiększyć bezpieczeństwo w sklepach, jednocześnie dbając o zadowolenie klientów i rentowność swoich przedsiębiorstw.

Gra o wysoką stawkę: detaliści walczą z oszustwami i kradzieżami

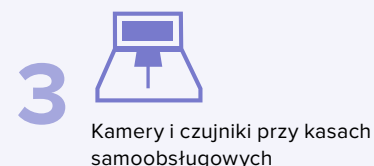
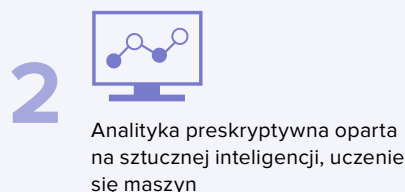


Nadzór przy kasach samoobsługowych niezbędny, aby zapobiec stratom towaru

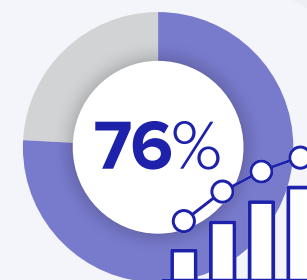


Detaliści postrzegają zaawansowaną technologię jako przyszłość zapobiegania stratom

Osoby decyzyjne są przekonane, że kluczowe technologie mogą pomóc w zapobieganiu stratom towaru

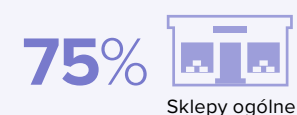
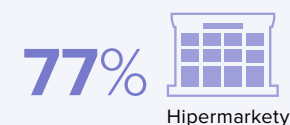


Detaliści zwiększają inwestycje w zapobieganie stratom i ochronę zasobów



osób decyzyjnych planuje zwiększyć inwestycje w zapobieganie stratom towaru/ochronę zasobów

Według sektora:



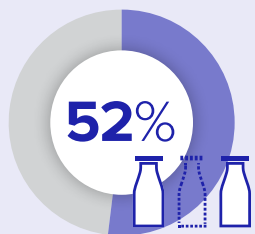
Zapobieganie stratom towaru

Zmniejszanie ryzyka, ochrona działalności operacyjnej

Straty towaru stały się dla sprzedawców detalicznych przykrą rzeczywistością, która utrudnia codzienne prowadzenie działalności operacyjnej i zmniejsza dostępne zasoby. Choć problem ten zawsze stanowił wyzwanie, rosnąca liczba kradzieży i oszustw powoduje wzrost presji ciężącej na osobach decyzyjnych. Aż 78% takich osób twierdzi obecnie, że odczuwa dużą presję, aby ograniczyć kradzieże i straty towaru, co tylko podkreśla jak pilny jest to problem — a odsetek ten wzrósł o 6 punktów procentowych w ciągu ostatniego roku.

Kwestie bezpieczeństwa stają się równie pilne jak straty finansowe. Wraz ze wzrostem liczby kradzieży i przestępstw ponad 8 na 10 pracowników zgłasza, że czuje się niebezpiecznie w pracy, a równie wielu martwi się brakiem technologii umożliwiającej wykrywanie zagrożeń bezpieczeństwa i reagowanie na nie. Obawy te przekładają się na działalność operacyjną sklepów, zmniejszając wydajność pracy, zaangażowanie personelu i stabilność kadrową. Gdy pracownicy czują się niepewnie lub nie mają wsparcia, sprzedawcom detalicznym coraz trudniej jest płynnie prowadzić działalność operacyjną i spełniać oczekiwania klientów — co dodatkowo pogłębia wyzwania operacyjne, przed jakimi stoją.

Sklepy detaliczne tracą coraz więcej towaru

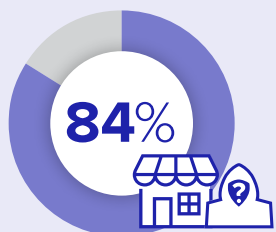


osób decyzyjnych zgłasza wzrost strat towaru w sklepach detalicznych w ciągu ostatnich 12 miesięcy

Odsetek respondentów wskazujących na wzrost wskaźnika strat towaru według regionu:

Azja i Pacyfik	Europa	Ameryka Łacińska	Ameryka Północna
54%	49%	44%	57%

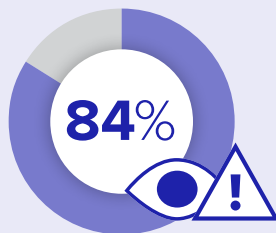
Rosną obawy o bezpieczeństwo



pracowników obawia się o swoje bezpieczeństwo z powodu rosnącej liczby kradzieży i przestępstw w sklepach

Według regionu:

Azja i Pacyfik	Europa	Ameryka Łacińska	Ameryka Północna
73%	85%	87%	89%



pracowników jest zaniepokojonych brakiem technologii umożliwiającej wykrywanie zagrożeń lub działalności przestępczej

Według regionu:

Azja i Pacyfik	Europa	Ameryka Łacińska	Ameryka Północna
72%	87%	92%	87%

Wzrasta presja, aby ograniczyć kradzieże i straty towaru

78% ↑ +6 p.p. r/r

osób decyzyjnych jest pod dużą presją, aby zminimalizować kradzieże i straty

Środki bezpieczeństwa

Równowaga między bezpieczeństwem a doświadczeniami zakupowymi klienta



Wzrost przestępczości w sklepach budzi obawy klientów

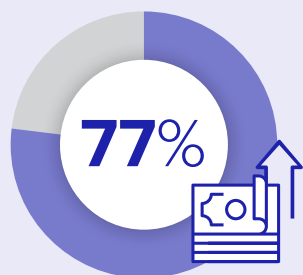
71%

klientów martwi się wysokim poziomem kradzieży i przestępstw w sklepach, w których robią zakupy

Wyzwania związane z bezpieczeństwem mają coraz większy wpływ na doświadczenia zakupowe w sklepach stacjonarnych, a podejmowane środki, takie jak zamknięte na klucz witryny i wyższe ceny, oddziałują na kupujących. Coraz bardziej niepokoi rosnąca liczba kradzieży i przestępstw w handlu detalicznym. Aż 71% kupujących martwi się wysokim poziomem kradzieży w sklepach, w których robią zakupy. Ponieważ kradzieże zwiększają koszty, 77% kupujących obawia się, że sprzedawcy detaliczni mogą w rezultacie podnosić ceny, co jeszcze bardziej obciąży ich budżet i może ich zmusić do ograniczenia wydatków. Choć utrzymanie rentowności jest niezbędne, to takie podwyżki cen mogą spowodować, że klienci skierują się do sklepów konkurencyjnych, zarówno stacjonarnych, jak i internetowych, które oferują lepsze ceny lub szerszy wybór.

Aby temu zapobiec, sprzedawcy detaliczni zwiększają środki bezpieczeństwa i ulepszają narzędzia do zarządzania zapasami. Wysiłki te mogą jednak niekiedy utrudniać klientom zakupy. Braki w zapasach spowodowane kradzieżami lub problemami operacyjnymi mogą z kolei sprawić, że na półkach sklepowych będzie brakować towarów, co zwiększy frustrację kupujących. Osoby decyzyjne w handlu detalicznym koncentrują się na rozwiązaniach, które chronią zapasy, jednocześnie zwiększając wygodę klientów w sposób pozwalający wciąż zapewniać im płynne doświadczenia zakupowe.

Wzrost liczby kradzieży budzi obawy o podwyżki cen

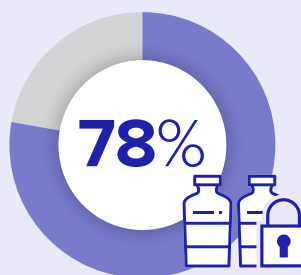


klientów obawia się, że rosnąca liczba kradzieży i przestępstw może zmusić sprzedawców do podnoszenia cen

Według pokolenia:

Pokolenie Z (18+)	Pokolenie Y	Pokolenie X	Pokolenie BB
72%	77%	74%	82%

Zamknięte na klucz produkty utrudniają zakupy



kupujących odczuwa frustrację, gdy produkty, których szukają, są zamknięte na klucz lub zabezpieczone w specjalnych opakowaniach

Według pokolenia:

Pokolenie Z (18+)	Pokolenie Y	Pokolenie X	Pokolenie BB
75%	78%	77%	79%

Przybywa wyzwań związanych z zapobieganiem stratom towaru

Największe wyzwania związane z zapobieganiem stratom towaru, z jakimi zmagają się osoby decyzyjne

- 1 Równoważenie działań zwiększających bezpieczeństwo z dbaniem o doświadczenia zakupowe klientów
- 2 Integracja podejmowanych działań z istniejącymi systemami w celu skutecznej identyfikacji trendów i wzorców
- 3 Gromadzenie i analizowanie danych na temat strat towaru
- 3 Identyfikacja optymalnych rozwiązań technologicznych do wdrożenia w sklepie

Zmiana technologiczna w handlu detalicznym

Lepsza widoczność i automatyzacja w celu osiągnięcia doskonałości operacyjnej

W obliczu rosnącej presji związanej ze zmieniającymi się oczekiwaniami konsumentów i wyzwaniem operacyjnymi, sprzedawcy detaliczni zwracają się ku technologii, aby poprawić widoczność zapasów i usprawnić swoje łańcuchy dostaw. Inwestycje w narzędzia, takie jak RFID i śledzenie zapasów w czasie rzeczywistym, stały się niezbędne do posiadania dokładnych informacji o stanie zapasów, zapobiegania rozbieżnościom i szybkiego reagowania na potencjalne straty towaru. Dostosowanie poziomu zapasów do zapotrzebowania pozwala sprzedawcom detalicznym zwiększyć rentowność swoich sklepów i zapewnić klientom płynniejsze doświadczenia zakupowe.

Oprócz zwiększania wydajności operacyjnej, analityka oparta na sztucznej inteligencji i nowe rozwiązania, takie jak komputerowe systemy wizyjne, zapewniają zaawansowane sposoby prognozowania trendów, monitorowania aktywności w sklepie i poprawy bezpieczeństwa. Technologie te umożliwiają sprzedawcom detalicznym odejście od strategii opartych jedynie na reagowaniu na zaistniałe sytuacje na rzecz proaktywnych działań, takich jak identyfikowanie zagrożeń przed ich wystąpieniem, optymalizacja zasobów i zapewnienie klientom bezproblemowej podróży zakupowej. Dzięki wdrożeniu zaawansowanej automatyzacji sprzedawcy detaliczni mogą ograniczyć nieefektywne czynności, jednocześnie równoważąc bezpieczeństwo z wygodą klienta w taki sposób, aby wysiłki na rzecz zapobiegania stratom towaru usprawniały, a nie zakłócały działalność operacyjną.

Harmonogram zmian: plany wdrożeniowe osób decyzyjnych na najbliższych 5 lat



Automatyzacja i gromadzenie danych

RFID na poziomie poszczególnych produktów

59%

Powiadomienia o brakach magazynowych

57%

Zautomatyzowana weryfikacja stanu zapasów

56%

Lokalizatory produktów

56%

Śledzenie zamówień/dowody odbioru

52%

Planowanie/prognozowanie zapotrzebowania i składanie zamówień

51%



Narzędzia analityczne i sztuczna inteligencja

Generatywna sztuczna inteligencja

59%

Sztuczna inteligencja/uczenie się maszyn

58%

Komputerowe systemy wizyjne/wykorzystywanie danych wizualnych

57%

Planowanie i prognozowanie zapotrzebowania

56%

Widoczność zapasów w czasie rzeczywistym

55%

Analityka prognostyczna

55%

Analityka preskryptywna

53%



Widoczność zapasów w centrum uwagi

76%

osób decyzyjnych planuje zwiększyć inwestycje w widoczność zapasów

Według sektora:



71%

Sklepy spożywcze



80%

Hipermarkety



67%

Drogerie



71%

Sklepy ogólne

Dalsze działania

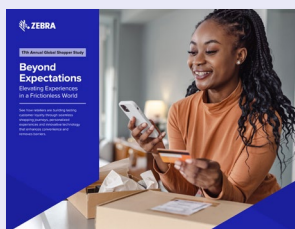
Technologia jest kluczowa dla ochrony zysków

Przyszłość handlu detalicznego zależy od zdolności do równoważenia innowacji z precyzją w działalności operacyjnej. Ponieważ kwestie strat towaru wynikających z kradzieży, oszustw i niemożliwych do dalszej sprzedaży zwrotów towaru stają się coraz bardziej złożone, sprzedawcy detaliczni muszą wykraczać poza tradycyjne metody zapobiegania stratom. Sukces jest obecnie uzależniony od wdrożenia zaawansowanych narzędzi, takich jak sztuczna inteligencja, analityka predykcyjna, komputerowe systemy wizyjne i planowanie zapotrzebowania, które zapewniają wgląd w dane, zwiększają widoczność zasobów i umożliwiają podejmowanie bardziej świadomych decyzji.

Sprzedawcy detaliczni, którzy przyjmą w swoich firmach te innowacje, nie tylko poradzą sobie na rynku, ale będą prosperować. Inwestycje w nowoczesne technologie umożliwią sprawne prowadzenie działalności operacyjnej, zapewnią rentowność firmy i dostarczą płynnych doświadczeń zakupowych, jakich klienci oczekują. W warunkach nasilonej konkurencji na rynku sprzedawcy, którzy dziś działają zdecydowanie, będą kształtować środowisko handlu detalicznego jutra — zapewniając sobie długoterminowy sukces dzięki doskonale prowadzonej działalności operacyjnej i ciągłej adaptacji.

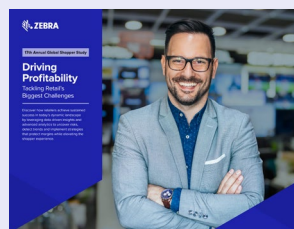
Informacje na temat badania

Firma Zebra Technologies zleciła przeprowadzenie globalnego badania wśród dorosłych konsumentów (wiek 18+), osób decyzyjnych i pracowników w sektorze handlu detalicznego, aby przeanalizować trendy i technologie kształtujące transformację tego sektora. W tegorocznym badaniu, przeprowadzonym online przez firmę Azure Knowledge Corporation, udział wzięło ponad 4200 respondentów. Poruszane tematy to m.in. doświadczenia zakupowe klientów, wykorzystanie urządzeń i technologii, opcje dostawy i realizacji zamówień w sklepach stacjonarnych i online. Przeprowadzone przez firmę Zebra 17. coroczne globalne badanie zachowań konsumentów przedstawia postawy, opinie i oczekiwania kształtujące przyszłość sektora handlu detalicznego. Seria ta koncentruje się na trzech kluczowych tematach:



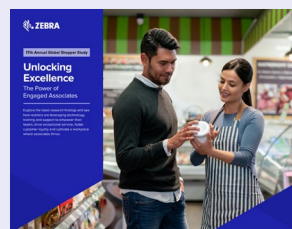
Przekraczanie oczekiwań

Poprawa doświadczeń zakupowych w świecie dogodnego handlu



Zwiększanie rentowności

Jak wyjść naprzeciw największym wyzwaniom handlu detalicznego?



Droga ku doskonałości

Potęga zaangażowanych pracowników

Pełną treść 17. corocznego globalnego badania zachowań konsumentów można znaleźć na stronie zebra.com/shopperstudy

Dowiedz się, w jaki sposób Zebra może pomóc sprzedawcom detalicznym poprawić obsługę klienta, usprawnić sprzedaż wielokanałową i ochronić zyski — wejdź na stronę zebra.com/retail

Informacje o firmie Zebra Technologies

Zebra (NASDAQ: ZBRA) umożliwia firmom z sektora handlu detalicznego i ich pracownikom prosperowanie w gospodarce „na żądanie”, zapewniając pełną widoczność, łączność i optymalizację pracy każdego pracownika pierwszej linii i zasobów na obrzeżach firmy. Zebra dysponuje siecią ponad 10 tys. partnerów w ponad 100 krajach i obsługuje firmy każdej wielkości, w tym 94% firm z listy Fortune 100. Zebra oferuje swoim klientom wielokrotnie nagradzane urządzenia, oprogramowanie, usługi i rozwiązania, które umożliwiają cyfryzację i automatyzację procesów roboczych.



Centrala regionu Ameryki Płn.
i Centrala Główna
+1 800 423 0442
inquiry4@zebra.com

Centrala regionu Azji
i Pacyfiku
+65 6858 0722
contact.apac@zebra.com

Centrala regionu EMEA
zebra.com/locations
contact.emea@zebra.com

Centrala regionu Ameryki
Łacińskiej
zebra.com/locations
la.contactme@zebra.com

ZEBRA i stylizowany obraz głowy zebry są znakami handlowymi firmy Zebra Technologies Corp. zarejestrowanymi w wielu jurysdykcjach na całym świecie. Wszystkie pozostałe znaki handlowe należą do odpowiednich właścicieli. ©2024 Zebra Technologies Corp. i/lub podmioty stowarzyszone.