



18ª PESQUISA GLOBAL ANUAL DE CONSUMIDORES



# Redefinindo o que é possível no varejo

O varejo está entrando em uma nova era de inteligência e agilidade. Os consumidores esperam mais. Os funcionários precisam oferecer mais. E os varejistas estão respondendo com inovações que conectam cada experiência. A 18ª Pesquisa Global Anual de Consumidores revela como essa transformação está acontecendo, dentro e fora do varejo.

## Personalizando as experiências dos consumidores

INFORMAÇÕES MAIS VALIOSAS. CONEXÕES MAIS FORTES. MAIS IMPACTO.

OS TOMADORES DE DECISÃO AFIRMAM QUE A IA **GENERATIVA** TERÁ UM IMPACTO SIGNIFICATIVO EM ÁREAS CENTRAIS DE SUAS OPERAÇÕES NOS PRÓXIMOS TRÊS ANOS

**87%**

Segmentação dos clientes e marketing direcionado

**86%**

Gerenciamento de inventário e previsão de demanda

**84%**

Recomendações personalizadas

## Dando mais autonomia aos funcionários para a nova era do varejo

DECISÕES MAIS INTELIGENTES. COLABORAÇÃO SIMPLIFICADA. MELHOR DESEMPENHO.

**89%**

dos funcionários concordam que a inteligência artificial ajudará a aumentar a produtividade



TOMADORES DE DECISÃO AVALIAM OS BENEFÍCIOS PERCEBIDOS DAS APLICAÇÕES DA IA NOS DISPOSITIVOS

**56%**

Automatização de tarefas administrativas para reduzir custos operacionais

**54%**

Otimização do gerenciamento de inventário

**51%**

Aumento do engajamento dos clientes / funcionalidades avançadas de busca

**50%**

Melhora no treinamento dos funcionários / assistentes virtuais para funcionários

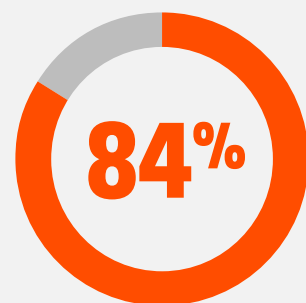
## Modernizando as estratégias de prevenção de perdas

MAIOR VISIBILIDADE. RESPOSTA MAIS RÁPIDA. OPERAÇÕES MAIS ROBUSTAS.



**70%**

dos consumidores se incomodam quando os produtos que procuram estão trancados ou mantidos dentro de uma vitrine



dos tomadores de decisão afirmam estar sob forte pressão para sincronizar o inventário em tempo real entre os canais, a fim de prever melhor a demanda e o reabastecimento



**72%**

dos consumidores afirmam que querem ver mais anúncios direcionados na loja



**78%**

dos funcionários afirmam que estão preocupados com a falta de tecnologia em suas lojas para identificar ameaças à segurança ou atividades criminosas

PORCENTAGEM DE TOMADORES DE DECISÃO QUE PLANEJAM IMPLEMENTAR TECNOLOGIAS DE PREVENÇÃO DE PERDAS NOS PRÓXIMOS CINCO ANOS

**57%**



Visão computacional

**54%**



Scanners e etiquetas RFID

**51%**



IA generativa

Para saber mais sobre a 18ª Pesquisa Global Anual de Consumidores, acesse [zebra.com/shopperstudy](https://zebra.com/shopperstudy)

Para ver como a Zebra ajuda varejistas no mundo todo a oferecer experiências conectadas, operações simplificadas e maior desempenho, acesse [zebra.com/retail](https://zebra.com/retail)