



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 AFIRAM QUE A IA GENERATIVA TERÁ UM IMPACTO SIGNIFICATIVO EM ÁREAS CENTRAIS DE SUAS OPERAÇÕES NOS PRÓXIMOS TRÊS ANOS

87%

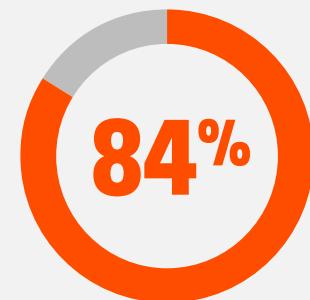
Segmentação dos clientes e marketing direcionado

86%

Gerenciamento de inventário e previsão de demanda

84%

Recomendações personalizadas



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

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



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

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