



Atendendo o consumidor moderno

Os consumidores estão redefinindo o varejo de acordo com seus próprios termos, e esperam que cada experiência seja mais rápida, mais pessoal e mais conectada, sem esforço. A 18ª Pesquisa Global Anual de Consumidores explora como os varejistas estão se adaptando a essas expectativas e utilizando a tecnologia para criar experiências simplificadas e satisfatórias em todos os pontos de contato.

Os consumidores estão reescrevendo as regras do engajamento

EXPECTATIVAS MAIS ALTAS. CONEXÕES MAIS PROFUNDAS.

70%

dos consumidores esperam que os varejistas que conhecem suas informações/preferências pessoais ofereçam experiências mais personalizadas



A CONVENIÊNCIA É IMPORTANTE, ESPECIALMENTE NO MOMENTO DO PAGAMENTO

71%

dos consumidores preferem ter a opção de fazer o pagamento em qualquer lugar da loja (corredores, departamentos, etc.)

73%

afirmam que o pagamento por autoatendimento melhora a experiência de compra

72%

dos consumidores preferem varejistas que oferecem a opção de retirada de artigos na loja, na porta da loja ou em outro local

73%

dos consumidores querem interagir pessoalmente com funcionários enquanto fazem compras nas lojas físicas

Cada experiência eleva as expectativas dos consumidores

JORNADAS CONECTADAS. EXPERIÊNCIAS UNIFORMES.

3 em cada 4

consumidores afirmam que querem poder entrar e sair com rapidez da loja, buscando uma experiência de compra mais rápida e fluida

OS DISPOSITIVOS MÓVEIS AJUDAM OS FUNCIONÁRIOS A OFERECER MAIS OS FUNCIONÁRIOS DESTACAM OS PRINCIPAIS BENEFÍCIOS QUE OS DISPOSITIVOS MÓVEIS OFERECEM:

1

Poupam tempo para os consumidores

2

Melhoram a experiência de compra

3

Localizam produtos

4

Ajudam nas devoluções/trocas

5

Poupam dinheiro para os consumidores

6

Permitem verificar o preço certo

82%

dos funcionários afirmam que os consumidores têm uma experiência melhor quando a equipe da loja usa as tecnologias mais recentes para ajudá-los

O futuro pertence às experiências simplificadas

FUNCIONÁRIOS COM MAIS AUTONOMIA. JORNADAS SIMPLIFICADAS.

OS CONSUMIDORES QUE EXPERIMENTARAM ESSAS INovações DE COMPRA NAS LOJAS NOS ÚLTIMOS SEIS MESES PROVavelmente VOLTARÃO A USá-LAS

95%

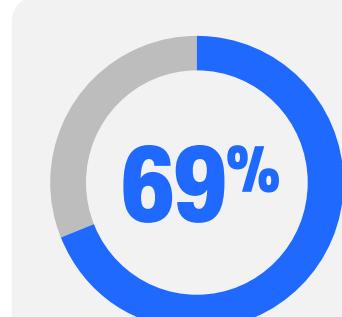
dispositivo pessoal para compras fornecido pela loja para escaneamento durante a compra

93%

estaçao de devolução autônoma (devoluções sem funcionários)

92%

telas interativas em toda a loja



dos consumidores concordam que a inteligência artificial melhorará sua experiência geral de compra

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