



18ª PESQUISA GLOBAL ANUAL DE CONSUMIDORES



# 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

**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

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

## 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**

Pouparam tempo para os consumidores

**4**

Ajudam nas devoluções/trocas

**2**

Melhoram a experiência de compra

**5**

Pouparam dinheiro para os consumidores

**3**

Localizam produtos

**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%**

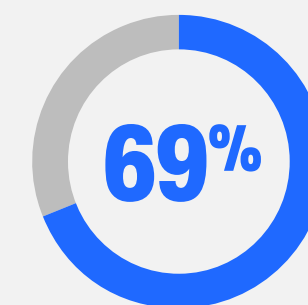
dispositivo pessoal para compras fornecido pela loja para escaneamento durante a compra

**93%**

estação 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](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)