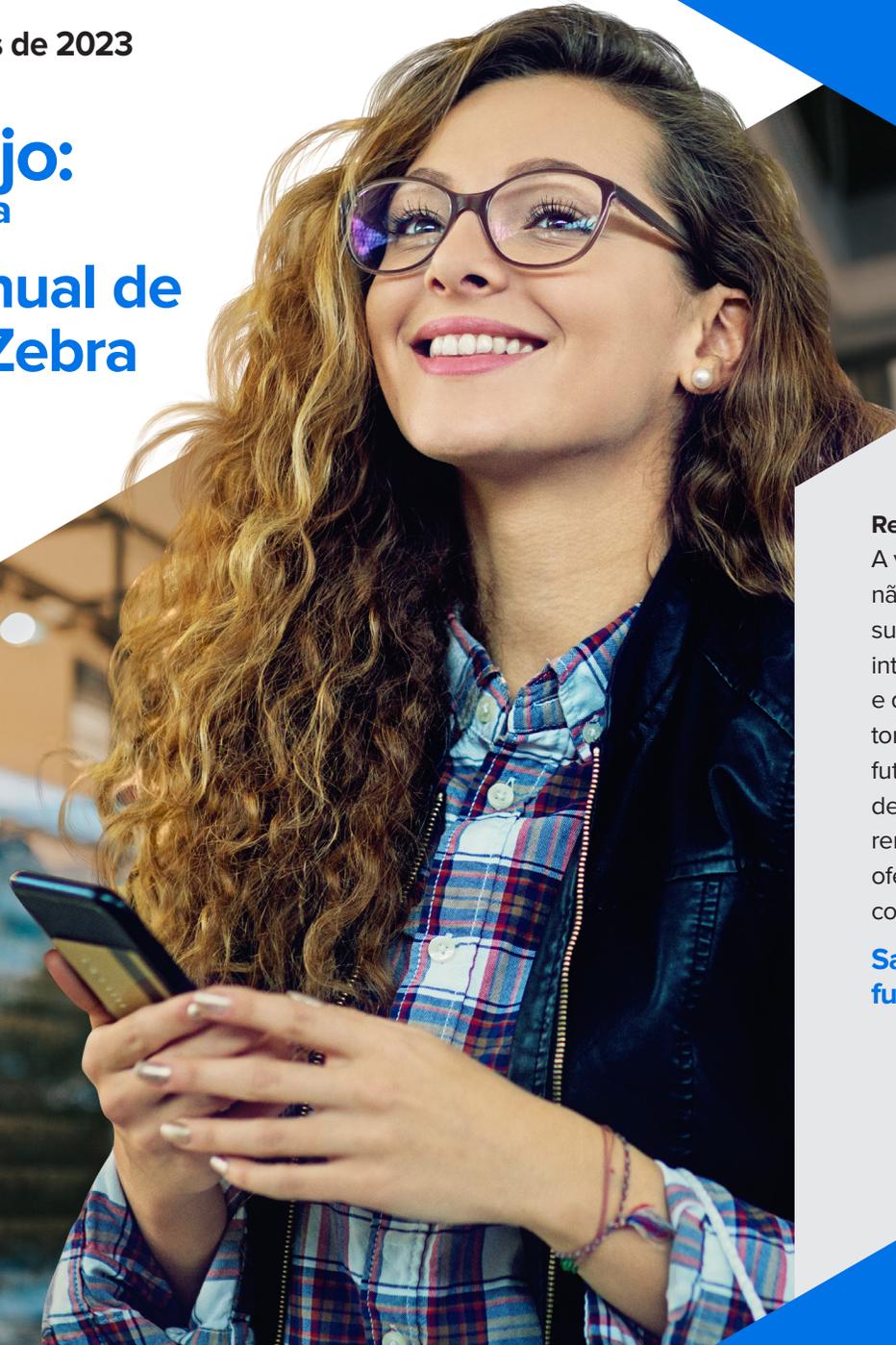




Pesquisa Global de Consumidores de 2023

O pulso do varejo: Descobertas da 16ª Pesquisa Global Anual de Consumidores da Zebra



Resumo executivo

A velocidade das mudanças no varejo não vai desacelerar tão cedo. Para superar obstáculos como inflação, interrupções na cadeia de suprimentos e desafios de mão de obra, os tomadores de decisão com visão de futuro estão investindo em tecnologias de ponta para ajudar a manter a rentabilidade e, ao mesmo tempo, oferecer experiências positivas aos consumidores e funcionários.

Saiba o que há por vir para o futuro do varejo.

O sucesso no varejo exige alinhamento entre tomadores de decisão, funcionários das lojas e consumidores. O objetivo dos varejistas em todas as categorias é alcançar um ecossistema harmonioso no qual a satisfação do cliente, o engajamento dos funcionários e a liderança visionária possam convergir para gerar inovação, crescimento, competitividade duradoura e rentabilidade em um setor de varejo dinâmico.

Porcentagem de entrevistados que indicam que concordam totalmente/um pouco ou estão muito/um pouco preocupados com a respectiva declaração.



OS CONSUMIDORES INDICAM:



Experiências omnicanal impecáveis

82%

Ver, tocar ou experimentar produtos fisicamente é importante para a experiência de compras

78%

Preferem uma combinação de compras on-line e em lojas físicas

75%

Preferem comprar com varejistas que tenham presença on-line, além de lojas físicas



Controle da inflação

80%

Aumentos de preços por inflação dos artigos essenciais do dia a dia, como alimentos, roupas e combustível, são uma preocupação

77%

A inflação fez com que os consumidores adiassem algumas compras

74%

Ter que reduzir os gastos gerais para dar conta das despesas é uma preocupação



OS FUNCIONÁRIOS CONCORDAM:



A inovação melhora tudo

86%

Os clientes têm uma experiência melhor quando os funcionários das lojas usam a mais nova tecnologia para ajudá-los

85%

A inteligência artificial ajudará os funcionários a serem mais produtivos

84%

Sentem-se mais valorizados pelo empregador quando recebem ferramentas tecnológicas que facilitam seu trabalho



Falta de empoderamento

80%

Manter a visibilidade em tempo real da falta de estoque é um desafio significativo

77%

Concordam que os consumidores têm melhor acesso a informações que os funcionários das lojas

61%

Dispõem de pouco tempo para ajudar os clientes por estarem ocupados realizando tarefas de menor valor



OS TOMADORES DE DECISÃO REVELAM:



Visões orientadas pela tecnologia

88%

Os clientes têm uma experiência melhor quando os funcionários concordam das lojas usam a mais nova tecnologia para ajudá-los

87%

Ter/planejar a integração de inteligência de negócios/análises para gerenciar cadeias de suprimentos até 2023

85%

Os consumidores esperam que os varejistas ofereçam marcas/produtos mais ecológicos e sustentáveis



Batalhas do dia a dia

85%

Manter as margens de lucro em meio à demanda por salários e benefícios mais altos é um desafio

82%

Reduzir a fraude/perdas de estoque é um desafio significativo

80%

A organização está sob grande pressão para minimizar faltas de estoque

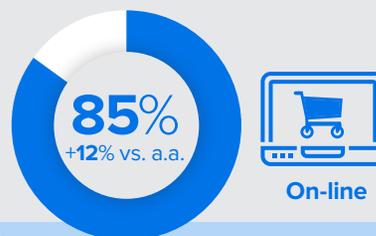
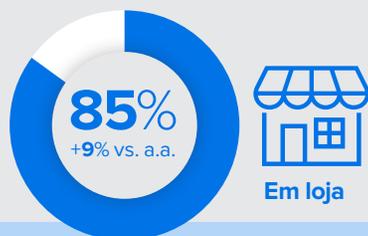
Como enfrentar o novo normal: a satisfação dos consumidores aumenta

Após vários anos de transformação global no setor de varejo, varejistas, funcionários e cadeias de suprimentos finalmente estão se adaptando ao “novo normal”. A satisfação dos consumidores, em geral, é forte, registrando um aumento notável em relação ao ano anterior e até mesmo superando os níveis de 2019. Adultos da geração Z (com mais de 18 anos) relatam os mais altos níveis de satisfação, tanto on-line quanto na loja, fornecendo uma indicação positiva de que os varejistas estão se conectando com sucesso com a mais nova geração de consumidores. No entanto, os consumidores ainda estão conscientes dos efeitos da inflação e de outros desafios econômicos, e estão utilizando seus próprios dispositivos e conhecimentos digitais para pesquisar ofertas, verificar inventário, fazer pedidos de entrega e explorar ativamente opções de retirada que atendam às suas necessidades específicas.

Manter a satisfação dos consumidores exige que os varejistas priorizem o comércio simples e unificado, já que a satisfação se origina não apenas na variedade, disponibilidade e preço dos produtos, mas também no atendimento omnicanal otimizado e na garantia da visibilidade do inventário, que são essenciais para oferecer uma experiência de compras consistente e eficaz em todos os canais.



A satisfação geral dos consumidores cresce nas compras on-line e nas lojas



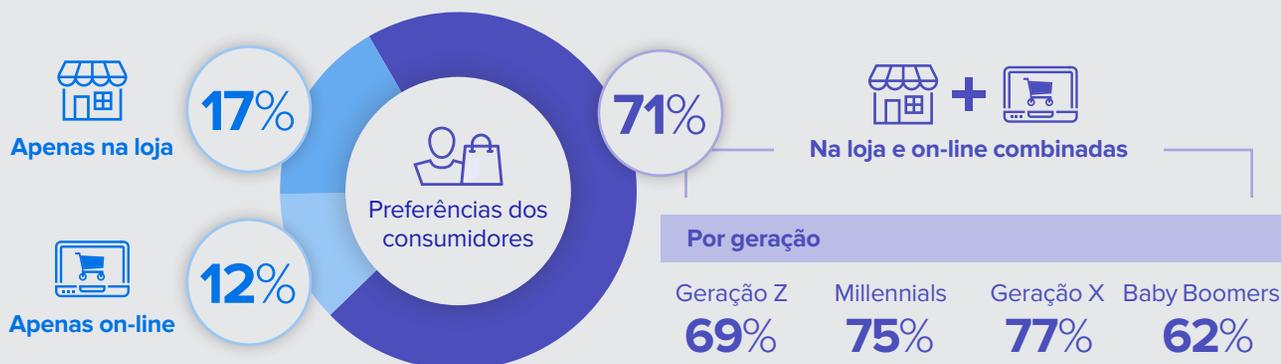
Por geração

Geração Z	Millennials	Geração X	Baby Boomers
89%	87%	82%	84%

Por geração

Geração Z	Millennials	Geração X	Baby Boomers
84%	87%	84%	84%

Consumidores de todas as idades mesclam compras on-line e na loja sem problemas



Principais fatores que impulsionam a satisfação dos consumidores

- | Em loja | On-line |
|---|---|
| Variedade, seleção de produtos | 1 Facilidade de encontrar os produtos |
| Facilidade de encontrar os preços certos | 2 Facilidade de encontrar os preços certos |
| Facilidade de localizar produtos | 3 Variedade, seleção de produtos |
| Disponibilidade de artigos em estoque | 4 Disponibilidade de artigos em estoque |
| Nível de informações, ajuda a equipe a fornecer | 5 Custo de transporte |

Contato humano no varejo

Funcionários capacitados possibilitam experiências mais ricas para os consumidores. Interações positivas entre consumidores e funcionários são essenciais para criar experiências excepcionais nas lojas. Funcionários bem equipados e bem-preparados podem ajudar a orientar os clientes respondendo a perguntas sobre produtos, fornecendo recomendações personalizadas e preenchendo com eficácia a lacuna entre as compras on-line e off-line. Além disso, os funcionários são adeptos às oportunidades de vendas adicionais e cruzadas, melhorando a jornada de compra do cliente e aumentando o potencial de receita da loja.

Além disso, os funcionários desempenham um papel fundamental no aproveitamento da tecnologia, ajudando os consumidores com ferramentas digitais, como aplicativos móveis e quiosques na loja, aumentando a conveniência e a eficiência. Nos bastidores, a tecnologia também permite que os funcionários assumam as responsabilidades, incluindo o gerenciamento de inventário e fluxo de trabalho, com eficiência.



Maximização do tempo dos funcionários



Os funcionários avaliam: a ascensão do autoatendimento nas lojas

86% ^{+3%} vs. a.a.

Libera os funcionários para focar em tarefas mais prioritárias e melhor atender aos consumidores

85% ^{+5%} vs. a.a.

Melhora a experiência do cliente

85% ^{+9%} vs. a.a.

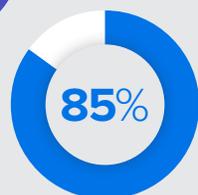
Resulta na mudança dos investimentos da equipe em outros lugares

84% ^{+2%} vs. a.a.

Oferece um retorno positivo sobre o investimento



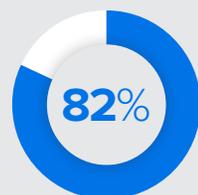
Capacitado pela tecnologia: os funcionários afirmam que podem oferecer experiências aprimoradas aos consumidores



Visibilidade de inventário em tempo real



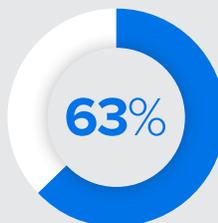
RFID



15.35 mil
Etiquetas eletrônicas para prateleiras



Buscando suporte: os consumidores se preocupam com a falta de assistência na loja



Consumidores em geral

Por geração

Geração Z
71%

Millennials
66%

Geração X
56%

Baby Boomers
63%

Os cinco principais problemas dos funcionários do varejo

Entre os funcionários que trabalham com vendas na loja e atendimento ao cliente



Pouco tempo para ajudar os clientes por estarem ocupados realizando tarefas de menor valor



Ferramentas inadequadas para oferecer atendimento personalizado ao cliente



O cliente encontra informações sobre preços e produtos em seu smartphone mais rápido do que os funcionários



O cliente precisa de uma verificação de preços



O cliente precisa de informações

Cumprindo o mandato do varejo moderno

Tecnologia avançada e soluções orientadas por dados estão revolucionando o cenário do varejo em resposta ao aumento das expectativas dos clientes. A otimização das operações e do gerenciamento de inventário será vital para alcançar a rentabilidade e aumentar a satisfação do cliente frente a desafios contínuos de mão de obra.

O crescimento da automação e as análises em tempo real permitem uma visibilidade sem precedentes dos níveis de estoque, padrões de demanda e eficiência da cadeia de suprimentos para ajudar a limitar as perdas e garantir que os produtos estejam no lugar certo quando os clientes desejam fazer compras. Além disso, as expectativas dos consumidores e as mudanças dos padrões do setor em relação à sustentabilidade estimulam mais tomadores de decisão do varejo a adotarem tecnologias que possam ajudar a alcançar as metas ambientais.



O caminho para a rentabilidade: principais geradores de rentabilidade

Os tomadores de decisão destacam a alocação de funcionários, a visibilidade do inventário, as perdas do estoque, entre outros, nos dois cenários do varejo.

Fatores de rentabilidade na loja



38%

Combinar força de trabalho/horas com a demanda do cliente

36%

Melhores análises em torno de KPIs como, por exemplo, perdas de estoque

35%

Otimizar os processos de inventário

35%

Automatizar para ter mais visibilidade do inventário em tempo real



Fatores de rentabilidade on-line

32%

Automatizar para ter mais visibilidade do inventário em tempo real

31%

Cobrar uma taxa para os clientes que fazem devoluções frequentes

31%

Oferecer serviço de assinatura para retirada/entrega de pedidos

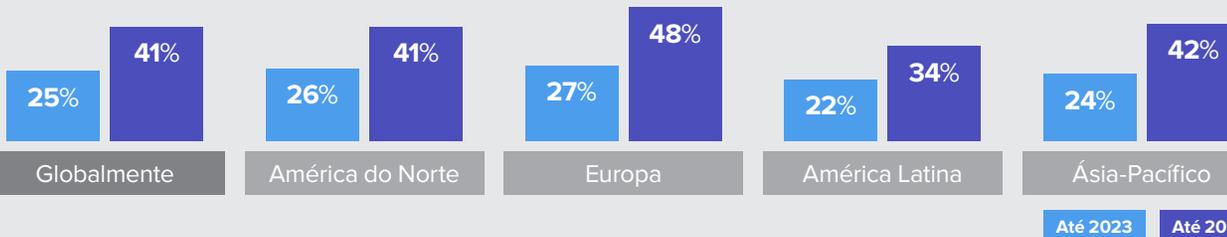
31%

Combinar força de trabalho/horas com a demanda do cliente

A sustentabilidade influencia a estratégia de negócios

Cada vez mais, espera-se que os fornecedores ajudem os varejistas a melhorar suas credenciais de sustentabilidade.

Os tomadores de decisão globais preveem que o papel da sustentabilidade será cada vez mais integral na organização.



Prioridades dos tomadores de decisão do varejo ao investir em tecnologia em 2024

De acordo com os tomadores de decisão do varejo

- 1 Melhorar a fidelidade do cliente e aprimorar a sua experiência
- 2 Melhorar o gerenciamento de inventário (visibilidade em tempo real/falta de estoque, contagens de ciclos, perdas de estoque e fraudes)
- 3 Otimizar o atendimento omnicanal, compensando o crescimento do e-commerce
- 4 Melhorar o processo de compras on-line/devoluções na loja
- 5 Aprimorar o processo de gerenciamento da força de trabalho

Como navegar pela complexidade do varejo em um mercado dinâmico

A digitalização e as mudanças nas preferências dos consumidores estão destinadas a remodelar o futuro do varejo de uma forma dinâmica.

Uma fusão em evolução de tecnologia, sustentabilidade e experiências únicas nas lojas redefinirá o cenário do varejo, criando um futuro empolgante, centrado no cliente. A tecnologia ajudará a oferecer um serviço personalizado e experiências de compras impecáveis para os consumidores, permitindo a solução responsiva de problemas para os funcionários e o aumento da rentabilidade para os varejistas.

Sobre o estudo

A Zebra Technologies contratou um estudo de pesquisa global entre consumidores adultos (a partir de 18 anos de idade), tomadores de decisão e funcionários para analisar as últimas tendências e tecnologias que transformam o setor do varejo. Administrado on-line pela Azure Knowledge Corporation, o estudo deste ano inclui mais de 4.200 entrevistados em tópicos de experiência dos consumidores, uso de dispositivos e tecnologia, entrega e atendimento na loja e on-line. A Pesquisa Global de Consumidores de 2023 da Zebra informa sobre as atitudes, opiniões e expectativas que estão moldando o futuro do setor. A série se concentra em três temas principais:



Além da cesta

O que os consumidores realmente querem em suas experiências de varejo



Elevando as experiências do varejo

Capacitando os funcionários a enriquecer as interações com os clientes



Cumprindo o mandato do varejo moderno

Novos fundamentos para as prioridades do futuro

Para visualizar toda a série Pesquisa Global de Consumidores de 2023, acesse zebra.com/shopperstudy

Confira como a Zebra pode ajudar os varejistas a aumentar a rentabilidade e, ao mesmo tempo, aprimorar a experiência dos consumidores e funcionários.

Acesse zebra.com/retail

Sobre a Zebra Technologies

A Zebra (NASDAQ: ZBRA) capacita as organizações varejistas e seus funcionários para que prosperem na economia sob demanda, tornando visíveis, conectados e plenamente otimizados todos os funcionários da linha de frente e os ativos em operação. Com um ecossistema de mais de 10.000 parceiros em mais de 100 países, a Zebra atende a clientes de todos os tamanhos, incluindo 94% das Fortune 100, com um portfólio premiado de hardware, software, serviços e soluções que digitalizam e automatizam fluxos de trabalho.



Sede Corporativa e na América do Norte
+1 (800) 423 0442
inquiry4@zebra.com

Sede na Ásia-Pacífico
+65 6858 0722
contact.apac@zebra.com

Sede na Europa, Oriente Médio e África
zebra.com/locations
contact.emea@zebra.com

Sede na América Latina
zebra.com/locations
la.contactme@zebra.com

ZEBRA e a cabeça de Zebra estilizada são marcas comerciais da Zebra Technologies Corp., registradas em muitas jurisdições no mundo todo. Todas as outras marcas comerciais pertencem aos seus respectivos proprietários. ©2023 Zebra Technologies Corp. e/ou suas afiliadas.