



18. YILLIK GLOBAL TÜKETİCİ ÇALIŞMASI



Modern **tüketicinin** beklentilerini karşılama

Tüketiciler, perakendeyi kendi tercihlerine göre yeniden tanımlıyor ve her deneyimin daha hızlı, daha kişisel ve zahmetsizce bağlantılı olmasını bekliyorlar. 18. Yıllık Global Tüketici Çalışması perakendecilerin bu beklentilere nasıl uyum sağladığını ve her temas noktasında kusursuz, ödüllendirici deneyimler yaratmak için teknolojiyi nasıl kullandığını inceliyor.

Tüketiciler etkileşim kurallarını yeniden yazıyor

DAHA YÜKSEK BEKLENTİLER. DAHA DERİN BAĞLANTILAR.

%70

tüketici kişisel bilgilerini/tercihlerini bilen perakendecilerin daha kişiselleştirilmiş deneyimler sunmasını bekliyor

%72

tüketici, ürünleri mağazadan, kaldırım kenarından veya başka bir yerden teslim almalarına olanak tanıyan perakendecileri tercih ediyor



%73

tüketici mağazada alışveriş yaparken çalışanlarla kişisel etkileşimde bulunmak istiyor

KOLAYLIK ÖNEMLİDİR; ÖZELLİKLE KASA İŞLEMLERİNDE

%71

tüketici mağazanın herhangi bir yerinde (bulundukları reyon veya bölümde) ödeme ve çıkış yapabilmeyi tercih ediyor

%73

kasiyersiz ödemenin alışveriş deneyimini iyileştirdiğini söylüyor

Her deneyim, tüketicilerin beklentilerini artırıyor

BAĞLANTILI YOLCULUKLAR. TUTARLI DENEYİMLER.

4 tüketiciden 3'ü 

mağazalara hızlı bir şekilde girip çıkmak istediklerini söylüyor; daha hızlı, daha pürüzsüz bir mağaza içi deneyimi istiyor

MOBİL CİHAZLAR ÇALIŞANLARIN DAHA FAZLASINI SUNMASINA YARDIMCI OLUYOR
ÇALIŞANLAR MOBİL CİHAZLARIN SAĞLADIĞI EN ÖNEMLİ AVANTAJLARI DEĞERLENDİRİYOR:

1

Tüketiciler için zaman tasarrufu

2

Alışveriş deneyimini iyileştirme

3

Ürün bulma

4

İade/değişim konusunda yardım

5

Tüketiciler için paradan tasarruf

6

Doğru fiyatı kontrol etme

%82

çalışan, mağaza çalışanları kendilerine daha iyi bir şekilde yardımcı olmak için en son teknolojiye sahip olduğunda tüketicilerin daha iyi bir deneyim yaşadıklarını belirtiyor

Gelecekte, kusursuz deneyimler öne çıkacak

TEKNOLOJİYLE GÜÇLENDİRİLMİŞ ÇALIŞANLAR. KUSURSUZ DENEYİMLER.

GEÇTİĞİMİZ ALTI AY İÇİNDE MAĞAZA İÇİ ALIŞVERİŞ İNOVASYONLARINI DENEYİMLEYEN TÜKETİCİLERİN BUNLARI TEKRAR KULLANMA OLASILIĞI YÜKSEK

%95

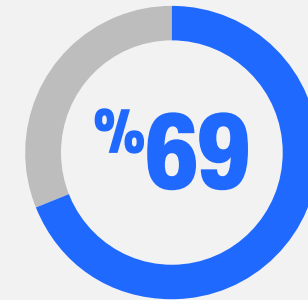
mağaza tarafından alışveriş yaparken okutmak üzere sağlanan kişisel alışveriş cihazı

%93

self servis iade istasyonu (personelsiz iadeler)

%92

mağazanın her yerinde etkileşimli ekranlar



tüketici yapay zekanın alışveriş deneyimlerini geliştireceği konusunda hemfikir

18. Yıllık Global Tüketici Çalışmasından daha fazla içgörüyü keşfetmek için zebra.com/shopperstudy adresini ziyaret edin

Zebra'nın dünya çapındaki perakendecilerin bağlantılı deneyimler, sorunsuz operasyonlar ve yüksek performans sunma konusundaki gücüne nasıl güç kattığını görmek için zebra.com/retail adresini ziyaret edin