



第 18 次年度全球消费者研究报告

为现代消费者提供卓越服务

消费者正在以自己的方式重新定义零售业——他们期望其消费体验能更快、更个性化、更轻松地连接起来。第 18 次年度全球消费者研究报告探讨了零售商如何适应这些期望，并利用技术在接触点创造顺畅且令人满意的体验。

消费者正在改写互动规则

更高的期望，更深的联系

70%

的消费者希望了解他们个人信息/偏好的零售商能够提供个性化的体验

72%

的消费者更喜欢让他们在商店、路边/其他地方取件的零售商



73%

的消费者希望在商店购物时能够与员工进行个性化互动

便利性很重要，尤其是在结账时

71%

的消费者更喜欢在商店的不同地方（过道、专柜等）结账

73%

表示，自助结账改善了购物体验

购物体验会提高消费者的期望

互联的旅程，一致的体验

3/4



消费者表示，他们希望快速进出商店，寻求更快、更顺畅的店内体验

移动设备帮助员工提供更多服务
员工对移动设备带来的主要优势进行了排名：

1

节省消费者的时间

4

协助退货/换货

2

改善购物体验

5

为消费者省钱

3

寻找产品

6

核对正确的价格

82%

的员工表示，当商店员工配备了先进技术来更好地帮助他们时，消费者的体验会更好

未来属于顺畅的体验

被赋能的员工，顺畅的旅程

在过去六个月内体验过这些店内购物创新的消费者可能会再次使用它们

95%

商店提供的个人购物设备，可在您购物时进行扫描

93%

自助退货站（无需员工协助的退货）

92%

遍及商店的交互式屏幕



69%



的消费者一致认为，人工智能将提升他们的购物体验

如需了解第 18 次年度全球消费者研究报告系列的更多见解，请访问zebra.com/shopperstudy

如需了解 Zebra 如何助力全球零售商提供互联体验、简化运营和提高绩效，请访问zebra.com/retail