

Исследование 2021 г: изучение покупательского поведения

Основные потребительские предпочтения: безопасность, скорость и удобство

Покупатели обеспокоены. Обеспокоены и организации розничной торговли. Но не все так плохо. Основным фактором, оказывающим давление на розничную торговлю в наши дни, является способность к адаптации, а вовсе не COVID. Покупатели по-прежнему ожидают, что необходимые им товары будут доступны по наилучшей цене с помощью простых транзакций. И вы можете полностью контролировать этот процесс.

При покупках в интернете или в магазине покупатели используют оба канала по одним и тем же причинам



56% **54%**

Доступность товара



48% **46%**

Выбор продукции



42% **37%**

Цена

Покупателям требуется удобство



76%

покупателей предпочитают максимально сократить время пребывания в магазине



76%

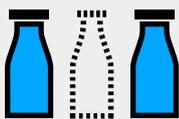
процентов клиентов предпочитают розничных продавцов, которые могут обеспечить простой возврат



65%

покупателей предпочитают совершать покупки у розничных продавцов, которые кроме интернет-ресурсов располагают традиционными магазинами

Причины, по которым покупатели уходят из магазина, не совершив покупки, и где могут помочь технические решения



41%

Необходимого товара нет в наличии



32%

Очередь к кассе слишком длинная



31%

Нельзя найти товар на полке или при просмотре с помощью мобильного устройства

Восстановите успешные продажи, используя выводы «Исследования Zebra 2021 года: изучение покупательского поведения».

[Загрузить исследование](#)