



Étude 2023 sur le comportement des consommateurs

Optimisation de l'expérience d'achat

Équiper les vendeurs pour enrichir les interactions avec le client



Les vendeurs ont une incidence déterminante sur l'expérience d'achat, la satisfaction client et l'amélioration globale des performances des magasins. Les enseignes font appel à la technologie pour accélérer la formation, mettre en place un environnement de travail positif et optimiser l'efficacité globale de leur personnel.

Examinez l'impact des vendeurs équipés de solutions technologiques sur l'expérience d'achat.

Les intervenants clés du parcours omnicanal s'inquiètent

Avis des vendeurs

En termes d'accès aux informations, le client a une longueur d'avance sur le vendeur

77 %

estiment que **les consommateurs sont mieux connectés à l'information que les vendeurs**

+15 % depuis 2022 | +40 % depuis 2019



Commerces alimentaires

60 %



Grandes surfaces

81 %



Pharmacies

82 %



Magasins non spécialisés

77 %

Inquiétudes face aux outils de gestion des stocks inadaptés

81 %

déclarent que **leur entreprise a besoin de meilleurs outils de gestion des stocks pour améliorer la précision et la disponibilité**

+7 % depuis 2022



Commerces alimentaires

79 %



Grandes surfaces

78 %



Pharmacies

82 %



Magasins non spécialisés

85 %

Enseignes confrontées aux adeptes des retours en série et aux défis de la logistique inverse

56 %

déclarent que leur **magasin accepte les retours en ligne et identifient les principaux problèmes**



Adeptes des retours en série

74 %



Logistique inverse

63 %



Absence d'espace dédié au retrait/retour des commandes

40 %

La distribution en pleine transformation : une nouvelle ère en matière d'innovation



93 %

conviennent que la commande sur terminal mobile permet de répondre aux attentes des clients



85 %

pensent que l'intelligence artificielle les aidera à gagner en productivité



83 %

estiment qu'il est important de travailler pour une enseigne consciente des enjeux sociaux et environnementaux

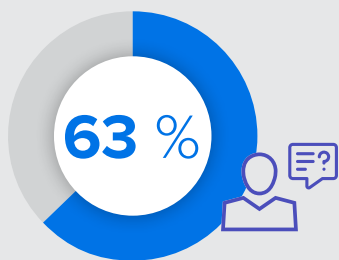
Le marché

L'évolution des attentes du client présente de nouveaux défis pour les enseignes et met en évidence le rôle incontournable du vendeur dans ce paysage en mutation constante. Les vendeurs sont déterminants pour connecter les canaux numériques et physiques et doivent s'adapter pour proposer un service personnalisé et fluide qui répond à un large éventail de préférences de la clientèle. Leur savoir-faire assure la praticité et la personnalisation qu'exigent les clients dans un univers omnicanal.

Enrichissement de l'expérience d'achat : l'importance de la touche personnelle

Lorsqu'ils sont équipés des outils appropriés et dûment formés, les vendeurs peuvent répondre aux questions, résoudre les problèmes et fournir des recommandations adaptées à chaque client. Un excellent service client peut se révéler la formule magique qui optimise l'expérience d'achat globale et fidélise le client. Aujourd'hui, les clients s'inquiètent toutefois du manque d'aide en magasin et les vendeurs, confrontés à des tâches de moindre importance qui affectent leur aptitude à fournir des services à valeur ajoutée aux clients, expriment leur frustration. Si la présence des vendeurs permet une approche personnalisée que la technologie à elle seule n'est pas encore à même de reproduire, le déploiement de solutions de pointe peut améliorer le niveau de service à divers points de contact.

Le manque de personnel en magasin ne passe pas inaperçu



Par génération

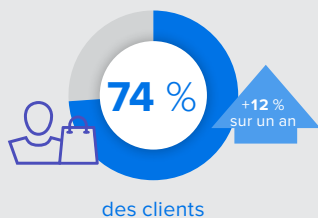


Les vendeurs partagent leur frustration

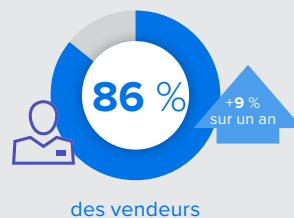
Avis des équipes en magasin (vente ou service client)

- 61 %** Reconnaissent avoir trop peu de temps pour aider les clients en raison d'autres tâches moins importantes
- 48 %** Estiment que leurs outils sont inadaptés pour fournir un service client personnalisé
- 47 %** Déclarent que le client trouve le prix des produits et les informations associées plus rapidement sur son smartphone que le vendeur
- 41 %** Mentionnent les plaintes liées aux ruptures de stock

Les vendeurs comme les clients saluent le rôle de la technologie pour enrichir l'expérience client



Convientent que le client bénéficie d'une meilleure expérience lorsque le vendeur utilise les technologies les plus récentes pour l'aider



Une nouvelle donne pour assurer un service exceptionnel

+ de 80 %

des vendeurs estiment pouvoir fournir une meilleure expérience client si le magasin propose des scanners de codes-barres portables, des solutions point de vente mobiles et des caisses en libre-service

Les atouts de la technologie : surmonter les problèmes de personnel et augmenter les profits des enseignes

Problèmes de personnel et préservation des marges bénéficiaires : les défis auxquels sont confrontées les enseignes s'intensifient. 84 % des décideurs, soit un nombre non négligeable, rencontrent des problèmes de recrutement, de formation et de fidélisation du personnel qualifié. Autant de défis auxquels s'ajoute la difficulté à concilier l'augmentation des salaires et la préservation des profits. Face à ces problématiques, la technologie est une solution incontournable.

Vendeurs et décideurs sont en faveur du déploiement des caisses en libre-service, qui permettent d'assigner le personnel à des tâches plus importantes et d'enrichir l'expérience client. Un pourcentage important des équipes de vente reconnaît que l'intégration de cette technologie se solde par un retour sur investissement positif. Les vendeurs prennent aujourd'hui conscience que les outils tels que la visibilité en temps réel sur les stocks optimisent l'efficacité et le service client, annonçant ainsi l'orientation de l'univers de la distribution vers l'intégration de solutions technologiques et une hausse de son chiffre d'affaires.

Les investissements technologiques ouvrent la voie à la rentabilité à long terme des magasins



86 %

Les caisses en libre-service permettent aux vendeurs de se consacrer à des tâches plus importantes et de mieux servir les clients



85 %

Les caisses en libre-service enrichissent l'expérience client

84 %

L'investissement en caisses en libre-service est rentable/se solde par un ROI positif



88 %

88 %

87 %

L'avis des vendeurs : les outils optimisent l'efficacité et le service client



85 %

+5 %
sur un an

Visibilité en temps réel sur les stocks



82 %

+12 %
sur un an

RFID



82 %

+12 %
sur un an

Étiquetage électronique des rayons



78 %

+16 %
sur un an

Intelligence artificielle/apprentissage automatique



75 %

Intelligence artificielle générative



Les problèmes de personnel intensifient les inquiétudes des enseignes en matière de marges bénéficiaires



84 %

+11 %
sur un an

Le recrutement et la fidélisation du personnel qualifié constituent un véritable défi



85 %

+10 %
sur un an

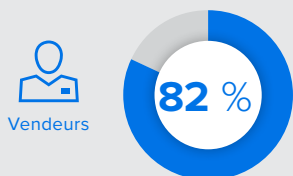
Préserver les marges bénéficiaires tout en répondant aux attentes des employés en matière de conditions de salaire a été difficile pour l'organisation

Déchiffrer les problèmes de personnel

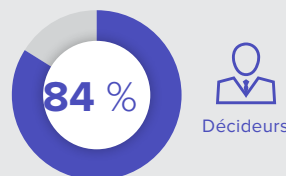
Comment attirer et fidéliser du personnel qui maîtrise les outils informatiques à l'ère du numérique. Sur un marché du travail en mutation constante, attirer et fidéliser un personnel compétent est un véritable défi pour les enseignes. Service client, connaissance des produits, culture numérique et capacité d'adaptation : les besoins de compétences diversifiées du secteur aggravent encore cette problématique récurrente. L'essor du commerce électronique s'accompagne d'une hausse de la demande en personnel formé en informatique capable d'utiliser les plateformes en ligne et d'exploiter pleinement les technologies de pointe pour effectuer un inventaire ou gérer les commandes sans commettre d'erreur.

Les vendeurs sont de plus en plus nombreux à reconnaître l'impact positif des solutions technologiques et des données analytiques sur la hiérarchisation des tâches et la collaboration avec leurs pairs. Ils s'attendent à ce que le déploiement de logiciels de gestion des tâches et du personnel soutienne une croissance continue.

Les vendeurs et l'encadrement saluent le rôle de la technologie dans le recrutement et la fidélisation



Conviennent que l'utilisation optimisée des technologies et des terminaux mobiles attire et fidélise davantage d'employés



Les vendeurs se sentent reconnus s'ils sont équipés d'outils technologiques de pointe

84 % +8 % sur un an

Se sentent plus valorisés par leur employeur s'il leur fournit des outils technologiques pour faciliter leur mission

81 % +9 % sur un an

Ont une meilleure opinion de leur employeur s'il leur fournit des solutions technologiques et des appareils mobiles

Harmonie numérique : conciliation de la vie professionnelle et de la vie personnelle

(préférences des vendeurs)

83 %

Préfèrent gérer leur planning sur un terminal mobile ou une application

+14 % depuis 2021

79 %

Préfèrent l'assignation automatique des tâches pour organiser leur journée et tenter d'identifier les tâches à exécuter

+10 % depuis 2021

79 %

Préfèrent collaborer avec leur équipe à l'aide d'un terminal mobile ou d'une application fourni par le magasin

+11 % depuis 2022*

*Question non posée en 2021



Progression des solutions souples de gestion du personnel

(% de décideurs qui envisagent leur déploiement dans les 5 prochaines années)

57 %

Logiciel de gestion des tâches

60 %

Logiciel de gestion du personnel (planification, gestion du temps et de la présence, libre-service employé)

Entrevoir l'avenir du personnel dans le secteur du commerce et de la distribution

Le marché du travail dynamique de la grande distribution comprend un éventail diversifié de professionnels de l'omnicanal qui reflètent un secteur en mutation constante. À l'heure où l'univers de la grande distribution se diversifie, les besoins continus d'employés polyvalents et axés sur le client sont incontournables. Qu'ils travaillent en magasin ou en ligne, les vendeurs jouent certes un rôle essentiel dans l'expérience client, mais ils sont nombreux à s'enfermer dans des tâches de moindre importance. Résultat : leur aptitude à délivrer un parcours d'achat optimisé en pâtit. Si la touche personnelle des vendeurs demeure irremplaçable, le déploiement de technologies de pointe peut optimiser considérablement les opérations. Il comble l'écart entre l'achat en ligne et en magasin et permet à l'enseigne de gagner en efficacité. S'adapter à ce marché du travail complexe et à la prévalence de la technologie est déterminant pour le succès du secteur du commerce et de la distribution.

À propos de l'étude

Zebra Technologies a commandité une étude internationale auprès de consommateurs (âgés de 18 ans et plus), de décideurs et de vendeurs, pour analyser les tendances et les technologies qui transforment le secteur du commerce et de la distribution. Gérée en ligne par Azure Knowledge Corporation, l'édition 2023 de l'étude implique plus de 4 200 répondants et porte sur des thématiques précises : l'expérience d'achat, l'utilisation des équipements et des technologies, la livraison et le traitement des commandes en ligne et en magasin. L'étude 2023 de Zebra sur le comportement des consommateurs examine les attitudes, les opinions et les attentes qui façonnent l'avenir du secteur. Elle s'articule autour de trois grands thèmes :



Au-delà du panier

Ce que le consommateur attend réellement de son expérience d'achat



Enrichir l'expérience d'achat

Équiper les vendeurs pour enrichir les interactions avec le client



Répondre aux besoins du secteur du commerce et de la distribution

La nouvelle réalité face aux priorités de demain

Pour accéder à la série entière de documents consacrés à l'étude 2023 sur le comportement des consommateurs, rendez-vous sur zebra.com/shopperstudy

À propos de Zebra Technologies

Zebra (NASDAQ : ZBRA) permet aux enseignes du monde entier et à leur personnel de prospérer dans l'économie à la demande, en aidant à la visibilité, à la connexion et à l'optimisation totale de chaque bien, marchandise, équipement et ressource. Fort d'un écosystème de plus de 10 000 partenaires répartis sur plus de 100 pays, Zebra sert des clients de toutes tailles, notamment 94 % des entreprises du classement Fortune 100 et propose un portefeuille primé d'équipements, de logiciels, de services et de solutions visant à numériser et automatiser les workflows.

Découvrez comment Zebra peut aider les enseignes à améliorer leur rentabilité tout en optimisant l'expérience des clients et de leur personnel. Rendez-vous sur zebra.com/retail



**Siège social général et siège
Amérique du Nord**
+1 800 423 0442
inquiry4@zebra.com

Siège Asie-Pacifique
+65 6858 0722
contact.apac@zebra.com

Siège EMEA
zebra.com/locations
contact.emea@zebra.com

Siège Amérique latine
zebra.com/locations
la.contactme@zebra.com

ZEBRA et la tête de zèbre stylisée sont des marques commerciales de Zebra Technologies Corporation, déposées dans de nombreux pays. Toutes les autres marques commerciales sont la propriété de leurs détenteurs respectifs. ©2023 Zebra Technologies Corporation et/ou ses sociétés affiliées.