



17e étude annuelle Consommateurs

Débrider l'excellence

La force d'un
personnel motivé

Explorez les résultats des études les plus récentes et découvrez comment les enseignes s'appuient sur la technologie, la formation et le support pour motiver leurs équipes, proposer un service exceptionnel, cimenter la fidélité des clients et mettre en place un environnement de travail où les vendeurs s'épanouissent.



Optimiser le service : motiver les équipes de terrain

Pour assurer un service clientèle exceptionnel, les équipes terrain jouent un rôle essentiel. Elles sont toutefois confrontées à des obstacles qui réduisent leur efficacité et affectent la satisfaction des clients. Disposer d'un temps limité pour aider un client, savoir qu'il trouvera des informations plus rapidement sur son smartphone sont autant de facteurs de stress sur le lieu de travail. Si la gestion des ruptures de stock est une tâche quotidienne, elle ajoute encore aux pressions qui pèsent sur les équipes de vente et met en évidence le besoin d'outils et de support plus adaptés. Pour maintenir des normes de qualité élevées et résoudre des problèmes tels que le surmenage et la pénurie de main-d'œuvre, les enseignes investissent de plus en plus dans la formation à la technologie et les outils qui stimulent la productivité et motivent leur personnel de vente, avec à la clé des expériences de meilleure qualité.

Obstacles à un service de qualité : palmarès des causes de frustration des vendeurs en magasin



1
Difficultés à répondre aux demandes de vérification de prix



2
Le client trouve le prix des produits et les informations associées plus rapidement sur son smartphone que les vendeurs



3
Trop peu de temps pour aider les clients en raison d'autres tâches moins importantes



4
Outils inadaptés pour fournir un service client personnalisé



5
Plaintes liées aux ruptures de stock

Automatisation de l'expérience en magasin : nouvelles perspectives du commerce et de la distribution

Pourcentage de décideurs qui envisagent d'adopter l'automatisation des activités d'ici à 5 ans

Rationalisation des opérations de base

54 %

Déploiement des points de vente en fonction du temps d'attente

51 %

Mise en œuvre de la tarification et des promotions en magasin

51 %

Gestion/vérification des prix

Optimisation de l'expérience client

58 %

Alerte lorsqu'un client fidèle entre dans le magasin

56 %

Alerte demandant à un vendeur d'aller aider un client dans un rayon du magasin

53 %

Alerte lorsqu'un client attend dans le parking pour retirer une commande passée en ligne

Signaux contradictoires : problèmes de communication des vendeurs

87 %

Difficulté à s'assurer que les informations sont transmises à la personne concernée

83 %

La multiplicité des canaux de communication donne lieu à une absence de clarté et de définition des priorités

82 % ↑ +6 pp sur un an

Les responsables peinent à vérifier si les missions essentielles ont été exécutées

82 % ↑ +12 pp sur un an

Difficulté à accéder à l'aide et au support en cas de besoin

Des rayons à la gestion des stocks

Surmonter les défis opérationnels et de main-d'œuvre dans le commerce et la distribution

À travers le monde, les décideurs sont confrontés à des défis fondamentaux qui affectent les opérations en magasin et en entrepôt. Dans l'environnement aux cadences intensives du commerce et de la distribution, les problématiques telles que la gestion de workflows complexes, la mise en place d'une communication efficace et l'optimisation des niveaux de stock sont aujourd'hui de plus en plus essentielles. La gestion du personnel est un enjeu incontournable, et 85 % des décideurs s'accordent à dire que les responsables des opérations consacrent trop de temps à ces tâches, aux dépens des missions quotidiennes.

Les problèmes de stock et de communication sont encore des problématiques majeures. Une mauvaise communication peut entraîner des retards, des erreurs et des problèmes de localisation des articles, tandis qu'une gestion des stocks peu efficace se traduit par des ruptures ou des excédents de stock. Résultat : une satisfaction client et des bénéfices en baisse. À l'heure où 79 % des équipes de vente signalent des problèmes de stress en raison de la complexité croissante de leurs missions quotidiennes, des solutions fluides et pilotées par les données s'imposent.

Les enseignes acceptent que l'intégration de la technologie, en particuliers les terminaux mobiles, joue un rôle déterminant pour relever ces défis. Les solutions mobiles facilitent la gestion des tâches et augmentent la satisfaction du personnel : 87 % des vendeurs se sentent plus valorisés s'ils sont équipés d'outils qui renforcent leur efficacité. Ces investissements technologiques augmentent la productivité et visent à attirer et fidéliser un personnel compétent en instaurant une culture de loyauté et de valorisation des équipes de vente. En privilégiant l'intégration technologique, les enseignes peuvent créer un environnement de travail plus efficace et positif, avec à la clé une hausse des performances et des bénéfices sur l'ensemble des postes.

Problèmes de main-d'œuvre auxquels sont confrontés les acteurs du commerce et de la distribution : un dilemme de taille

Les décideurs en conviennent :

83 % 

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

80 % 

Le développement et la mise à niveau des compétences du personnel actuel constituent un véritable défi

85 % 

Les responsables des opérations consacrent trop de temps à gérer le personnel

Disparités régionales : la surcharge de travail et la complexité des opérations sont une réalité à travers le monde

79 % des vendeurs sont stressés par la complexité croissante de leurs missions quotidiennes

74 %
Asie-Pacifique

81 %
Europe

83 %
Amérique latine

78 %
Amérique du Nord

Défis sectoriels : la charge de travail et la hiérarchisation des tâches

83 % des vendeurs peinent à hiérarchiser leurs tâches en raison de l'ampleur de leurs responsabilités et des priorités concurrentes

78 %
Commerces alimentaires

84 %
Grandes surfaces

88 %
Pharmacies

82 %
Magasins non spécialisés



Une technologie qui motive : impact des terminaux mobiles sur les perceptions des vendeurs

87 % ↑ +9 pp depuis 2022

se sentent plus valorisés par leur employeur s'il leur fournit des solutions technologiques qui facilitent leur mission

85 % ↑ +11 pp depuis 2022

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

Des équipes de vente plus efficaces

Renforcer la productivité et fidéliser les équipes

Les enseignes équipent de plus en plus les vendeurs de solutions mobiles pour relever les défis qui nuisent à l'efficacité et à la performance professionnelle. À l'heure où les vendeurs doivent concilier workflows complexes, priorités concurrentes et interactions quotidiennes avec les clients, la technologie se révèle un moteur de performance stratégique. Les solutions telles que les applications mobiles et l'automatisation des tâches simplifient les processus et aident les vendeurs à gérer leurs responsabilités quotidiennes de manière plus efficace. Elles ont un impact direct sur la fidélisation du personnel : 85 % des vendeurs s'accordent à dire que les magasins qui déploient des terminaux mobiles et des solutions dédiées au commerce et à la distribution attirent et fidélisent davantage les employés.

Outre son impact sur la fidélisation, la technologie mobile simplifie la journée de travail des vendeurs, réduit leur stress et leur permet de privilégier les tâches à forte valeur ajoutée. Quatre-vingt-cinq pour cent des vendeurs préfèrent maintenant gérer leur planning à l'aide d'un terminal mobile ou d'une application, et 86 % estiment que l'automatisation des tâches simplifie leur hiérarchisation. Ces outils aident les vendeurs à mieux gérer leurs responsabilités tout en leur permettant de s'adapter à l'évolution des priorités. Au bout du compte, ils contribuent à la mise en place d'un environnement de travail plus productif et plus enrichissant.

Au-delà de l'efficacité individuelle, la technologie mobile renforce la collaboration entre les équipes. Quatre-vingt-six pour cent des vendeurs préfèrent collaborer à l'aide d'un terminal mobile ou d'une application fourni par le magasin, soit une augmentation importante de 15 points de pourcentage depuis 2022. Les outils mobiles deviennent aujourd'hui incontournables dans la communication des équipes. Cet essor souligne combien il est important d'équiper les vendeurs de technologies permettant de répondre rapidement aux besoins des clients et aux changements opérationnels. En rationalisant les workflows et en réduisant les inefficacités, les enseignes optimisent les opérations quotidiennes et permettent aux vendeurs de proposer un service exceptionnel qui fidélise les clients et assure le succès à long terme.

Simplification des journées de travail à l'aide de solutions mobiles

Pourcentage de vendeurs qui préfèrent :



85 % +12 pp depuis 2021

Gérer leur propre planning à l'aide d'un terminal mobile ou d'une application



85 % +13 pp depuis 2021

Se voir automatiquement assigner les tâches au lieu de les hiérarchiser eux-mêmes



86 % +15 pp depuis 2022

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

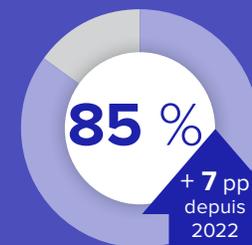
Déploiement d'équipements mobiles : un meilleur service allié à des gains de temps

Les vendeurs identifient les bénéfices des équipements mobiles

- 1 Répondre aux questions des clients
Fournir au client un bon de réduction ou une remise
- 2 Améliorer l'expérience d'achat des clients
Trouver le prix correct
- 3 Commander un produit en rupture de stock partout dans le magasin
- 4 Permettre aux clients de passer à la caisse
- 5 Gains de temps appréciables pour les clients



La technologie plébiscitée :
Les solutions mobiles renforcent
la fidélisation des vendeurs



des vendeurs s'accordent à dire que les magasins qui déploient des technologies et des terminaux mobiles attirent et fidélisent davantage les employés

Renforcement des connexions

Conciliation des sphères professionnelle et personnelle grâce à la technologie

Concilier vie professionnelle et vie personnelle est la priorité absolue des vendeurs, et la technologie joue un rôle déterminant dans la prise en charge de cet impératif. Les enseignes investissent stratégiquement dans des solutions qui permettent aux vendeurs de gérer leurs responsabilités de manière efficace tout en réduisant leur stress. Terminaux de point de vente mobiles, scanners de codes-barres, terminaux portables et tablettes durcies : ces outils simplifient les workflows et permettent aux équipes de vente de se concentrer sur des tâches à valeur ajoutée pour le client.

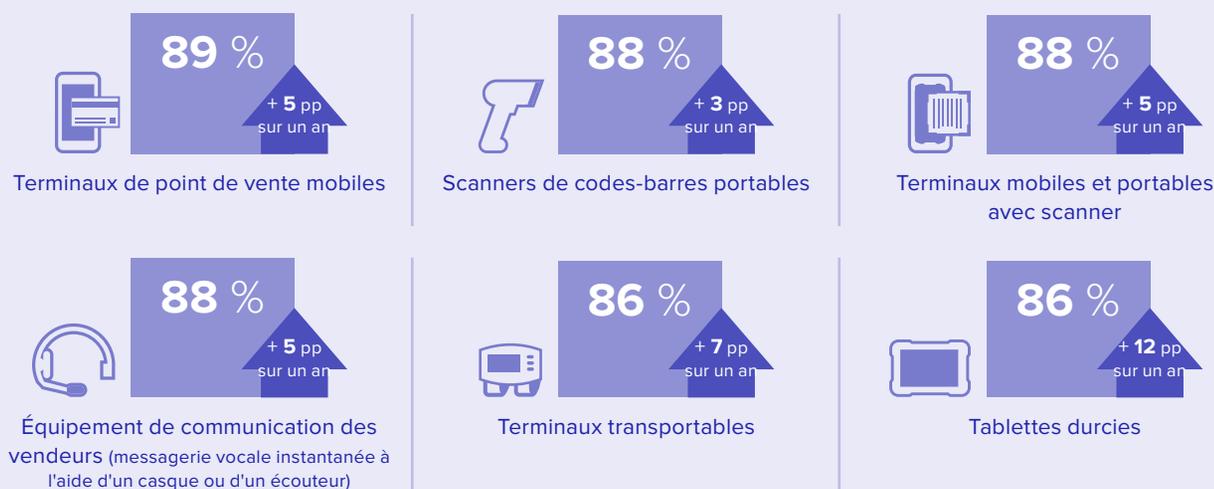
Les conclusions sont incontournables : 89 % des vendeurs s'accordent à dire que les terminaux de point de vente mobiles optimisent l'expérience d'achat, tandis que 88 % d'entre eux soulignent les bénéfices des scanners de codes-barres portables et des terminaux mobiles pour assurer un meilleur service client. Plébiscitées par 86 % des vendeurs, les tablettes durcies affichent une envolée de 12 points de pourcentage d'une année sur l'autre en termes de préférences et reflètent l'importance croissante d'outils durables et polyvalents pour la gestion des tâches. En alignant leurs investissements sur les besoins des vendeurs, les enseignes disposent d'équipes plus motivées et plus performantes.

Elles répondent également aux priorités plus larges des vendeurs en augmentant leurs investissements dans la formation et la technologie. Près de huit décideurs sur dix (77 %) envisagent d'accroître leurs dépenses de formation, tandis que 75 % d'entre eux privilégient l'augmentation de leurs investissements technologiques pour renforcer les performances des équipes de vente. Ces technologies optimisent les workflows, aident les vendeurs à mieux gérer leurs responsabilités et facilitent certains de leurs défis quotidiens.

Un vendeur équipé d'outils adaptés peut se concentrer sur son cœur de métier : concilier ses responsabilités et le contact humain que le consommateur appelle aujourd'hui de ses vœux. Les enseignes qui privilégient ces investissements se positionnent pour le succès à long terme dans un secteur de plus en plus concurrentiel.

L'avis des vendeurs : la technologie transforme l'expérience d'achat

Les vendeurs estiment que la technologie peut les aider à améliorer l'expérience d'achat



Des investissements tournés vers l'avenir

Axes d'investissement privilégiés par les décideurs du commerce et de la distribution en 2025

82 % Dépenses informatiques

78 % Personnel en magasin

77 % Formation des vendeurs à la technologie

75 % Optimiser les performances des vendeurs grâce à la technologie

Perspectives d'avenir

Transformation du commerce et de la distribution avec des équipes de vente motivées et des technologies stratégiques

Les décideurs du commerce et de la distribution savent qu'investir dans la technologie mobile optimise les workflows et joue un rôle déterminant pour attirer et fidéliser un personnel compétent. En équipant les vendeurs des solutions et outils dont ils ont besoin pour être performants, les enseignes suscitent un sentiment de valorisation et de fidélisation qui renforce la relation employeur-employé. L'adoption de la technologie pour améliorer la communication et la gestion des tâches booste les opérations en magasin et donne aux vendeurs les moyens de proposer un service de meilleure qualité. Résultat : une expérience d'achat plus cohérente et un client plus satisfait.

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 2025 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. La 17e étude annuelle sur le comportement des consommateurs de Zebra examine les attitudes, les opinions et les attentes qui façonnent l'avenir du secteur. Elle s'articule autour de trois grands thèmes :



Dépasser les attentes

Optimiser les expériences dans un univers fluide



Augmenter les bénéfices

Faire face aux défis les plus importants du commerce et de la distribution



Débrider l'excellence

La force d'un personnel motivé

Pour accéder à la série entière de documents consacrés à la 17e étude annuelle sur le comportement des consommateurs, rendez-vous sur zebra.com/shopperstudy

Pour découvrir comment Zebra peut aider les enseignes à améliorer l'expérience client, optimiser les opérations omnicanal et protéger leurs bénéfices, rendez-vous sur zebra.com/retail

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.



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. ©2024 Zebra Technologies Corporation et/ou ses sociétés affiliées.