



Globalne badanie zachowań konsumentów na rok 2023

Wyjście naprzeciw współczesnym wymaganiom handlu detalicznego

Nowe podstawy pozwalające
spełnić priorytetowe wymagania
w przyszłości



Przyszły sukces w handlu detalicznym zależy od integracji technologii, widoczności zapasów, niezawodności łańcucha dostaw i zrównoważonego rozwoju. Pracownicy, którzy mają większe możliwości dzięki odpowiednim narzędziom i szkoleniom, kształtują lepsze wrażenia sprzedaży wielokanałowej, co pozwala firmom właściwie się dostosować do dynamiki nieustannie zmieniającego się rynku.

**Poznaj filary strategii
zmieniających oblicze handlu
detalicznego i kształtujących
najwyższe standardy w branży.**

Rynek pod lupą

Sprzedawcy detaliczni odczuwają skutki globalnych wydarzeń i napięć społeczno-gospodarczych. Zmagają się oni z licznymi wyzwaniami, takimi jak zakłócenia w łańcuchu dostaw, które zwiększają koszty i komplikują proces zarządzania zapasami. Sprzedawcy detaliczni starają się sprostać wyzwaniom powodującym spadek rentowności, takim jak straty towaru, oszustwa i rosnąca liczba zwrotów towaru. Zmieniające się nastroje konsumentów dają jednak powody do optymizmu. W porównaniu do ubiegłego roku kupujący są coraz bardziej skłonni wierzyć, że sprzedawcy detaliczni są w stanie zapewnić odpowiednią ochronę danych i personel potrzebny do najwyższej jakości obsługi klienta.

Osoby decyzyjne stawiają czoła wyzwaniom w handlu detalicznym



85%

klientów wydaje mniej z powodu inflacji



Globalne zakłócenia spowodowały większy nacisk na sprawne funkcjonowanie łańcucha dostaw

Stawianie czoła najtrudniejszym wyzwaniom



84%

Osiągnięcie widoczności braków magazynowych w czasie rzeczywistym



82%

Ograniczanie oszustw i strat towaru



81%

Przyjmowanie i obsługa zwrotów towaru zamówionego online

Odpowiednie wyważenie rentowności i spełniania oczekiwań pracowników

85%

sprzedawców detalicznych zgłasza, jak trudne jest utrzymywanie marży zysku przy jednoczesnym zaspokajaniu oczekiwań pracowników w zakresie wynagrodzeń i świadczeń



Sklepy spożywcze

87%



Hipermarkety

84%



Drogerie

86%



Sklepy ogólne

84%

Rosnący optymizm: zaufanie do sprzedawców detalicznych osiąga nowy poziom

% konsumentów całkowicie ufa/raczej ufa sprzedawcom detalicznym

76%

83%

**+9%
r/r**

Ochrona danych klienta (takich jak karty kredytowe, dane bankowe, informacje o lokalizacji)

77%

84%

**+9%
r/r**

Zapewnienie wystarczającej liczby pracowników, którzy są odpowiednio przeszkoleni i wyposażeni do pomocy klientom

2022

2023

Świeże spojrzenie na handel detaliczny: Inteligentne rozwiązania do inwentaryzacji pomagają zwiększyć zadowolenie klientów

W odpowiedzi na nieustające zakłócenia w łańcuchu dostaw sprzedawcy detaliczni odkrywają innowacyjne rozwiązania, które pomagają im poradzić sobie z trudnościami związanymi z dostępnością towaru i lepiej spełniać oczekiwania klientów. W porównaniu z poprzednimi latami coraz mniej klientów opuszcza sklepy bez przedmiotów, które przyszli kupić, a ogólne zadowolenie kupujących rośnie. Utrzymują się jednak znaczne obawy dotyczące braku dostępności towarów na półkach, co nadal stanowi główny powód, dla którego klienci wychodzą ze sklepów z pustymi rękami.

Sprzedawcy detaliczni zdają sobie sprawę z wyzwań związanych z utrzymaniem widoczności brakujących zapasów w czasie rzeczywistym, a osoby decyzyjne aktywnie przygotowują się do wzmocnienia rozwiązań technologicznych wykorzystywanych w łańcuchu dostaw. W bliższej i dalszej perspektywie coraz większa liczba osób decyzyjnych przewiduje inwestycje w modernizację wykorzystywanej technologii, tak aby mieć możliwość śledzenia zapasów w czasie rzeczywistym, zarządzania zwrotami i korzystania z zaawansowanych narzędzi analitycznych.



Brak widoczności: sprzedawcy detaliczni wychodzą naprzeciw brakom magazynowym

Utrzymanie widoczności braków magazynowych w czasie rzeczywistym stanowi dla osób decyzyjnych i pracowników znaczne wyzwanie (% zgadzających się osób)



Pracownicy

80%

Wszystkie sektory łącznie



Osoby decyzyjne

84%

75%



Sklepy spożywcze

84%

81%



Hipermarkety

86%

85%



Drogerie

87%

79%



Sklepy ogólne

86%

Osoby decyzyjne inwestują w modernizację technologii łańcucha dostaw

(% osób decyzyjnych, które planują wdrożenie w ciągu najbliższych pięciu lat)



73%

Logistyka zwrotna



70%

Zaawansowane narzędzia analityczne



66%

Widoczność zapasów w czasie rzeczywistym



63%

Zarządzanie zwrotami



62%

Zarządzanie dystrybucją zamówień



55%

System zarządzania magazynem

Potrzeba wdrożenia zaawansowanych narzędzi do rozwiązywania problemów związanych z zapasami

Aby zapewnić większą dokładność danych i dostępność towaru, moja firma potrzebuje lepszych narzędzi do zarządzania zapasami.

(% zgadzających się osób)



81%

Pracownicy



84%

Osoby decyzyjne



Przyszłe trendy: podnoszenie lojalności klientów i jakości obsługi w sprzedaży wielokanałowej

W zmieniającym się krajobrazie handlu detalicznego oczekiwania konsumentów będą kształtować przyszłe trendy. W 2024 r. osoby decyzyjne będą się skupiać na poprawie lojalności klientów i ogólnych doświadczeń zakupowych, jednocześnie dbając o udoskonalanie zarządzania zapasami i usprawnienie realizacji zamówień w sprzedaży wielokanałowej.

Wzrost liczby konsumentów skłaniających się ku innowacyjnym technologiom i różnicowanym kanałom sprzedaży podkreśla ich pragnienie wygody i spersonalizowanych interakcji. Trend ten zmusza sprzedawców detalicznych do ulepszenia stosowanych strategii realizacji zamówień i dalszej integracji rozwiązań umożliwiających płynną sprzedaż wielokanałową. Aby sprostać tym zmianom, wiele osób decyzyjnych stawia na ulepszanie technologii dostępnych w sklepie, predykcijną analizę popytu, logistykę zwrotną i mobilne stacje robocze, tak aby sprawnie obsługiwać wymagających klientów korzystających z różnych kanałów sprzedaży.

Sprzedawcy detaliczni priorytetowo traktują opcje dostawy i wydajność pracy

(% osób decyzyjnych wskazujących dany czynnik jako pilny problem/najwyższy priorytet)

84%



Oferowanie różnych opcji i terminów dostawy

78%



Zmniejszenie kosztów zamówień składanych online

74%



Bardziej efektywne zarządzanie zwrotami produktów zakupionych online

73%



Zwiększenie wydajności przetwarzania/realizacji zamówień składanych online

Osoby decyzyjne kierują się w stronę nowoczesnych technologii, aby usprawnić realizację zamówień

(% osób planujących wdrożenie w ciągu najbliższych pięciu lat)

72%

Mobilne/hybrydowe stacje do odbioru zamówień/zwrotu towaru

68%

Logistyka zwrotna

64%

Przewidywany wzrost zapotrzebowania

61%

Sklepy z możliwością wysyłki towaru do magazynu lub bezpośrednio do klientów

55%

Sklepy z możliwością przekazywania produktów w ramach sieci sklepów

47%

Sklepy z możliwością realizacji zamówień dokonanych online



Popularność koszyków cyfrowych: wzrasta aktywność konsumentów online

(% konsumentów w ciągu ostatnich trzech miesięcy)

54%

złożyło zamówienie z dostawą do domu

31%

złożyło zamówienie z odbiorem w sklepie

29%

złożyło zamówienie z odbiorem na zewnątrz sklepu lub w innej lokalizacji

27%

zwróciło lub wymieniło produkt zamówiony online

Droga do rentowności

Sprzedawcy detaliczni znajdują się pod silną presją, aby zwiększać przychody, mimo że rentowności zagrażają obecne w całej branży wyzwania, takie jak inflacja, niedobór pracowników i straty towaru. Osoby decyzyjne coraz częściej korzystają z rozwiązań cyfrowych, aby pokonać te przeszkody. Analityka prognostyczna i narzędzia do prognozowania popytu to coraz popularniejsze rozwiązania, które pomagają nadążyć za wymaganiami klientów i zminimalizować straty związane z niesprzedanymi towarami. Zapobieganie stratom to kolejny główny cel osób decyzyjnych, które zwracają się ku cyfrowej transformacji, aby zwiększyć bezpieczeństwo, chronić swoje zasoby i utrzymać zaufanie klientów. Ta cyfrowa zmiana nie jest już tylko trendem, ale koniecznością w erze nowoczesnego handlu detalicznego.

Dla sprzedawców detalicznych inwestycje w inteligencję cyfrową i analitykę są niemal pewne

(% osób planujących wdrożenie w ciągu najbliższych pięciu lat)

Podejmowanie trafnych decyzji w każdej sferze działalności

66% Zarządzanie personelem

62% Planowanie popytu/uzupełnianie zapasów

56% Działalność operacyjna w sklepach detalicznych

55% Znakowanie towaru

51% Zapobieganie stratom

50% Łańcuch dostaw

Wykorzystanie potencjału analityki biznesowej

67% Cyfrowe bliźniaki

66% Analityka prognostyczna

64% Oparte na kontekście aktualizowanie cen w czasie rzeczywistym

59% Prognozowanie zapotrzebowania na produkty

55% Analiza koszykowa

Sztuczna inteligencja zmienia krajobraz handlu detalicznego: innowacyjność, wydajność i personalizacja na pierwszym planie

Osoby decyzyjne są zgodne, że sztuczna inteligencja będzie usprawniać działalność operacyjną w handlu detalicznym.

85%

Wszystkie sektory łącznie

81%

Sklepy spożywcze

87%

Hipermarkety

79%

Drogerie

90%

Sklepy ogólne

Wykorzystania sztucznej inteligencji w ustalaniu cen i planowaniu znacznie zyskuje na popularności

(% osób decyzyjnych planujących wdrożenie w ciągu najbliższych pięciu lat)

73%

Wykorzystanie sztucznej inteligencji do planowania popytu/uzupełniania zapasów

69%

Wykorzystanie sztucznej inteligencji do ustalania cen i podejmowania decyzji dotyczących asortymentu

Nowe zasady handlu detalicznego: innowacja, personalizacja i cyfryzacja albo zostajesz w tyle

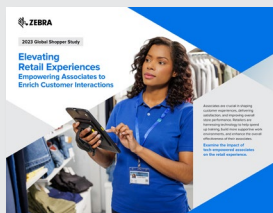
Wraz ze wzrostem tempa innowacji podniosła się poprzeczka wyznaczająca sukces w handlu detalicznym. Orientacja na klienta stanowi podstawę — sprzedawcy muszą obecnie skupiać się na dostarczaniu spersonalizowanych doświadczeń zakupowych i najwyższej jakości obsługi, tak aby sprostać zmieniającym się wymaganiom dzisiejszych obeznanych z technologią klientów. Transformacja cyfrowa nie jest już tylko wskazana, ale nieodzowna. Wgląd w dane umożliwia sprzedawcom detalicznym podejmowanie świadomych decyzji i szybkie dostosowywanie się do zmieniającego się dynamicznie rynku. Taka umiejętność może pozytywnie wpłynąć na wyniki finansowe firmy, szczególnie w czasach, gdy inflacja znacząco zmniejszyła wydatki konsumentów. Sprzedawcy detaliczni muszą wdrożyć te nowe podstawy, aby przetrwać i odnosić sukcesy w tej niezwykle konkurencyjnej branży, a jednocześnie zachować zdolność do szybkiej reakcji i sprawnego przystosowania się do dynamicznie zmieniających się warunków rynkowych.

Informacje na temat badania

Firma Zebra Technologies zleciła przeprowadzenie globalnego badania wśród dorosłych konsumentów (wiek 18+), osób decyzyjnych i pracowników w sektorze handlu detalicznego, aby przeanalizować trendy i technologie kształtujące transformację tego sektora. W tegorocznym badaniu, przeprowadzonym online przez firmę Azure Knowledge Corporation, udział wzięło ponad 4200 respondentów. Poruszane tematy to m.in. doświadczenia zakupowe klientów, wykorzystanie urządzeń i technologii, opcje dostawy i realizacji zamówień w sklepach stacjonarnych i online. Przeprowadzone przez firmę Zebra coroczne globalne badanie zachowań konsumentów na rok 2023 przedstawia postawy, opinie i oczekiwania kształtujące przyszłość sektora handlu detalicznego. Cykl koncentruje się na trzech kluczowych tematach:



Oprócz zakupów
Jak klienci naprawdę postrzegają udane doświadczenia zakupowe?



Lepsze doświadczenia zakupowe w handlu detalicznym
Umożliwienie pracownikom wzbogacenia interakcji z klientami



Wyjście naprzeciw współczesnym wymaganiom handlu detalicznego
Nowe podstawy pozwalające spełnić priorytetowe wymagania w przyszłości

Aby zapoznać się z pełną treścią „Globalnego badania zachowań konsumentów na rok 2023”,
wejdź na stronę zebra.com/shopperstudy

Informacje o firmie Zebra Technologies

Zebra (NASDAQ: ZBRA) umożliwia firmom z sektora handlu detalicznego i ich pracownikom prosperowanie w gospodarce „na żądanie”, zapewniając pełną widoczność, łączność i optymalizację pracy każdego pracownika pierwszej linii i zasobów na obrzeżach firmy. Zebra dysponuje siecią ponad 10 tys. partnerów w ponad 100 krajach i obsługuje firmy każdej wielkości, w tym 94% firm z listy Fortune 100. Zebra oferuje swoim klientom wielokrotnie nagradzane urządzenia, oprogramowanie, usługi i rozwiązania, które umożliwiają cyfryzację i automatyzację procesów roboczych.

Dowiedz się, w jaki sposób Zebra może pomóc sprzedawcom detalicznym zwiększyć rentowność firmy, jednocześnie poprawiając jakość obsługi klienta i zadowolenie pracowników. Zapraszamy na stronę: zebra.com/retail



Centrala regionu Ameryki Płn.
i Centrala Główna
+1 800 423 0442
inquiry4@zebra.com

Centrala regionu Azji
i Pacyfiku
+65 6858 0722
contact.apac@zebra.com

Centrala regionu EMEA
zebra.com/locations
contact.emea@zebra.com

Centrala regionu Ameryki
Łacińskiej
zebra.com/locations
la.contactme@zebra.com

ZEBRA i stylizowany obraz głowy zebry są znakami handlowymi firmy Zebra Technologies Corp. zarejestrowanymi w wielu jurysdykcjach na całym świecie. Wszystkie pozostałe znaki handlowe należą do odpowiednich właścicieli. ©2023 Zebra Technologies Corp. i/lub podmioty stowarzyszone.