



Pesquisa Global de Consumidores de 2023

# O pulso do varejo: Descobertas da 16ª Pesquisa Global Anual de Consumidores da Zebra



## Resumo executivo

A velocidade das mudanças no varejo não vai desacelerar tão cedo. Para superar obstáculos como inflação, interrupções na cadeia de suprimentos e desafios de mão de obra, os tomadores de decisão com visão de futuro estão investindo em tecnologias de ponta para ajudar a manter a rentabilidade e, ao mesmo tempo, oferecer experiências positivas aos consumidores e funcionários.

**Saiba o que há por vir para o futuro do varejo.**

O sucesso no varejo exige alinhamento entre tomadores de decisão, funcionários das lojas e consumidores. O objetivo dos varejistas em todas as categorias é alcançar um ecossistema harmonioso no qual a satisfação do cliente, o engajamento dos funcionários e a liderança visionária possam convergir para gerar inovação, crescimento, competitividade duradoura e rentabilidade em um setor de varejo dinâmico.

Porcentagem de entrevistados que indicam que concordam totalmente/um pouco ou estão muito/um pouco preocupados com a respectiva declaração.



## OS CONSUMIDORES INDICAM:



### Experiências omnicanal impecáveis

**82%**

Ver, tocar ou experimentar produtos fisicamente é importante para a experiência de compras

**78%**

Preferem uma combinação de compras on-line e em lojas físicas

**75%**

Preferem comprar com varejistas que tenham presença on-line, além de lojas físicas



### Controle da inflação

**80%**

Aumentos de preços por inflação dos artigos essenciais do dia a dia, como alimentos, roupas e combustível, são uma preocupação

**77%**

A inflação fez com que os consumidores adiassem algumas compras

**74%**

Ter que reduzir os gastos gerais para dar conta das despesas é uma preocupação



## OS FUNCIONÁRIOS CONCORDAM:



### A inovação melhora tudo

**86%**

Os clientes têm uma experiência melhor quando os funcionários das lojas usam a mais nova tecnologia para ajudá-los

**85%**

A inteligência artificial ajudará os funcionários a serem mais produtivos

**84%**

Sentem-se mais valorizados pelo empregador quando recebem ferramentas tecnológicas que facilitam seu trabalho



### Falta de empoderamento

**80%**

Manter a visibilidade em tempo real da falta de estoque é um desafio significativo

**77%**

Concordam que os consumidores têm melhor acesso a informações que os funcionários das lojas

**61%**

Dispõem de pouco tempo para ajudar os clientes por estarem ocupados realizando tarefas de menor valor



## OS TOMADORES DE DECISÃO REVELAM:



### Visões orientadas pela tecnologia

**88%**

Os clientes têm uma experiência melhor quando os funcionários concordam das lojas usam a mais nova tecnologia para ajudá-los

**87%**

Ter/planejar a integração de inteligência de negócios/análises para gerenciar cadeias de suprimentos até 2023

**85%**

Os consumidores esperam que os varejistas ofereçam marcas/produtos mais ecológicos e sustentáveis



### Batalhas do dia a dia

**85%**

Manter as margens de lucro em meio à demanda por salários e benefícios mais altos é um desafio

**82%**

Reduzir a fraude/perdas de estoque é um desafio significativo

**80%**

A organização está sob grande pressão para minimizar faltas de estoque

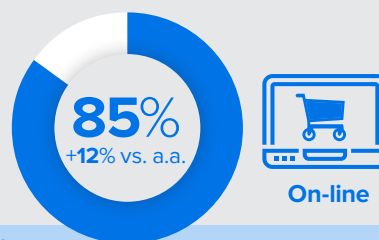
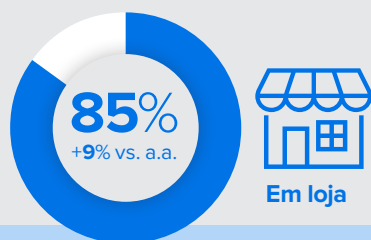
# Como enfrentar o novo normal: a satisfação dos consumidores aumenta

Após vários anos de transformação global no setor de varejo, varejistas, funcionários e cadeias de suprimentos finalmente estão se adaptando ao “novo normal”. A satisfação dos consumidores, em geral, é forte, registrando um aumento notável em relação ao ano anterior e até mesmo superando os níveis de 2019. Adultos da geração Z (com mais de 18 anos) relatam os mais altos níveis de satisfação, tanto on-line quanto na loja, fornecendo uma indicação positiva de que os varejistas estão se conectando com sucesso com a mais nova geração de consumidores. No entanto, os consumidores ainda estão conscientes dos efeitos da inflação e de outros desafios econômicos, e estão utilizando seus próprios dispositivos e conhecimentos digitais para pesquisar ofertas, verificar inventário, fazer pedidos de entrega e explorar ativamente opções de retirada que atendam às suas necessidades específicas.

Manter a satisfação dos consumidores exige que os varejistas priorizem o comércio simples e unificado, já que a satisfação se origina não apenas na variedade, disponibilidade e preço dos produtos, mas também no atendimento omnicanal otimizado e na garantia da visibilidade do inventário, que são essenciais para oferecer uma experiência de compras consistente e eficaz em todos os canais.



## A satisfação geral dos consumidores cresce nas compras on-line e nas lojas



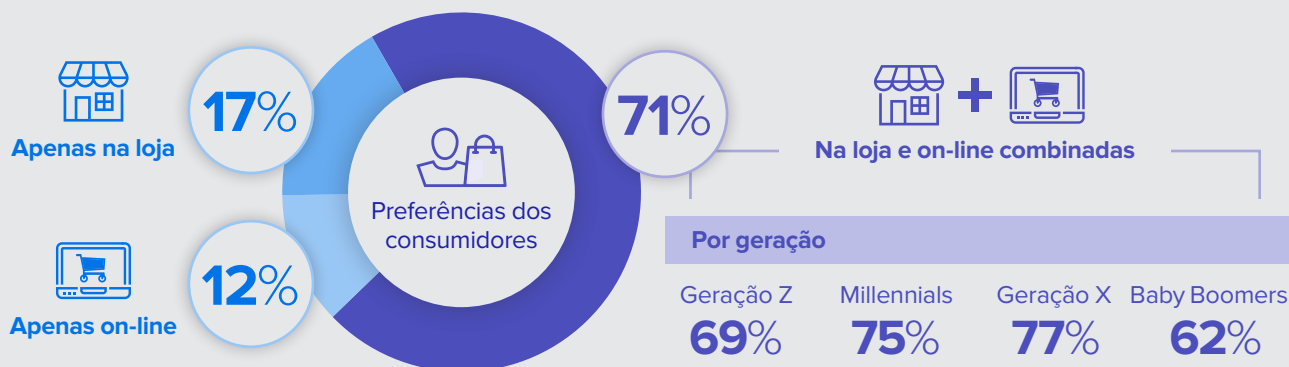
### Por geração

Geração Z	Millennials	Geração X	Baby Boomers
<b>89%</b>	<b>87%</b>	<b>82%</b>	<b>84%</b>

### Por geração

Geração Z	Millennials	Geração X	Baby Boomers
<b>84%</b>	<b>87%</b>	<b>84%</b>	<b>84%</b>

## Consumidores de todas as idades mesclam compras on-line e na loja sem problemas



## Principais fatores que impulsionam a satisfação dos consumidores

- | Em loja   | On-line   |
|---|---|
| Variedade, seleção de produtos                  | <b>1</b> Facilidade de encontrar os produtos      |
| Facilidade de encontrar os preços certos        | <b>2</b> Facilidade de encontrar os preços certos |
| Facilidade de localizar produtos                | <b>3</b> Variedade, seleção de produtos           |
| Disponibilidade de artigos em estoque           | <b>4</b> Disponibilidade de artigos em estoque    |
| Nível de informações, ajuda a equipe a fornecer | <b>5</b> Custo de transporte                      |

# Contato humano no varejo

**Funcionários capacitados possibilitam experiências mais ricas para os consumidores.** Interações positivas entre consumidores e funcionários são essenciais para criar experiências excepcionais nas lojas. Funcionários bem equipados e bem-preparados podem ajudar a orientar os clientes respondendo a perguntas sobre produtos, fornecendo recomendações personalizadas e preenchendo com eficácia a lacuna entre as compras on-line e off-line. Além disso, os funcionários são adeptos às oportunidades de vendas adicionais e cruzadas, melhorando a jornada de compra do cliente e aumentando o potencial de receita da loja.

Além disso, os funcionários desempenham um papel fundamental no aproveitamento da tecnologia, ajudando os consumidores com ferramentas digitais, como aplicativos móveis e quiosques na loja, aumentando a conveniência e a eficiência. Nos bastidores, a tecnologia também permite que os funcionários assumam as responsabilidades, incluindo o gerenciamento de inventário e fluxo de trabalho, com eficiência.



## Maximização do tempo dos funcionários



### Os funcionários avaliam: a ascensão do autoatendimento nas lojas

**86%** <sup>+3%</sup> vs. a.a.

Libera os funcionários para focar em tarefas mais prioritárias e melhor atender aos consumidores

**85%** <sup>+5%</sup> vs. a.a.

Melhora a experiência do cliente

**85%** <sup>+9%</sup> vs. a.a.

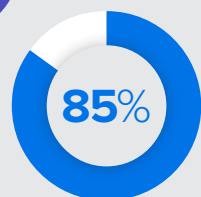
Resulta na mudança dos investimentos da equipe em outros lugares

**84%** <sup>+2%</sup> vs. a.a.

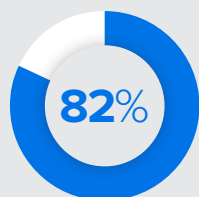
Oferece um retorno positivo sobre o investimento



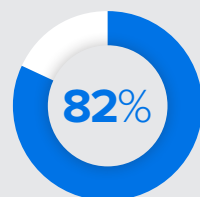
### Capacitado pela tecnologia: os funcionários afirmam que podem oferecer experiências aprimoradas aos consumidores



Visibilidade de inventário em tempo real



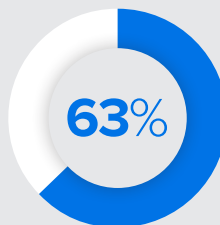
RFID



15.35 mil  
Etiquetas eletrônicas para prateleiras



### Buscando suporte: os consumidores se preocupam com a falta de assistência na loja



Consumidores em geral

#### Por geração

Geração Z  
**71%**

Millennials  
**66%**

Geração X  
**56%**

Baby Boomers  
**63%**

## Os cinco principais problemas dos funcionários do varejo

Entre os funcionários que trabalham com vendas na loja e atendimento ao cliente



Pouco tempo para ajudar os clientes por estarem ocupados realizando tarefas de menor valor



Ferramentas inadequadas para oferecer atendimento personalizado ao cliente



O cliente encontra informações sobre preços e produtos em seu smartphone mais rápido do que os funcionários



O cliente precisa de uma verificação de preços



O cliente precisa de informações

# Cumprindo o mandato do varejo moderno

**Tecnologia avançada e soluções orientadas por dados estão revolucionando o cenário do varejo em resposta ao aumento das expectativas dos clientes.** A otimização das operações e do gerenciamento de inventário será vital para alcançar a rentabilidade e aumentar a satisfação do cliente frente a desafios contínuos de mão de obra.

O crescimento da automação e as análises em tempo real permitem uma visibilidade sem precedentes dos níveis de estoque, padrões de demanda e eficiência da cadeia de suprimentos para ajudar a limitar as perdas e garantir que os produtos estejam no lugar certo quando os clientes desejam fazer compras. Além disso, as expectativas dos consumidores e as mudanças dos padrões do setor em relação à sustentabilidade estimulam mais tomadores de decisão do varejo a adotarem tecnologias que possam ajudar a alcançar as metas ambientais.



## O caminho para a rentabilidade: principais geradores de rentabilidade

Os tomadores de decisão destacam a alocação de funcionários, a visibilidade do inventário, as perdas do estoque, entre outros, nos dois cenários do varejo.

### Fatores de rentabilidade na loja



38%

Combinar força de trabalho/horas com a demanda do cliente

36%

Melhores análises em torno de KPIs como, por exemplo, perdas de estoque

35%

Otimizar os processos de inventário

35%

Automatizar para ter mais visibilidade do inventário em tempo real



### Fatores de rentabilidade on-line

32%

Automatizar para ter mais visibilidade do inventário em tempo real

31%

Cobrar uma taxa para os clientes que fazem devoluções frequentes

31%

Oferecer serviço de assinatura para retirada/entrega de pedidos

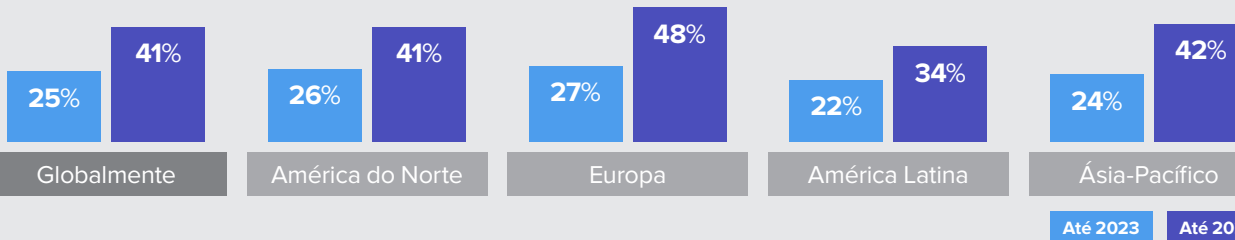
31%

Combinar força de trabalho/horas com a demanda do cliente

## A sustentabilidade influencia a estratégia de negócios

Cada vez mais, espera-se que os fornecedores ajudem os varejistas a melhorar suas credenciais de sustentabilidade.

Os tomadores de decisão globais preveem que o papel da sustentabilidade será cada vez mais integral na organização.



## Prioridades dos tomadores de decisão do varejo ao investir em tecnologia em 2024

De acordo com os tomadores de decisão do varejo

- 1 Melhorar a fidelidade do cliente e aprimorar a sua experiência
- 2 Melhorar o gerenciamento de inventário (visibilidade em tempo real/falta de estoque, contagens de ciclos, perdas de estoque e fraudes)
- 3 Otimizar o atendimento omnicanal, compensando o crescimento do e-commerce
- 4 Melhorar o processo de compras on-line/devoluções na loja
- 5 Aprimorar o processo de gerenciamento da força de trabalho

# Como navegar pela complexidade do varejo em um mercado dinâmico

A digitalização e as mudanças nas preferências dos consumidores estão destinadas a remodelar o futuro do varejo de uma forma dinâmica.

Uma fusão em evolução de tecnologia, sustentabilidade e experiências únicas nas lojas redefinirá o cenário do varejo, criando um futuro empolgante, centrado no cliente. A tecnologia ajudará a oferecer um serviço personalizado e experiências de compras impecáveis para os consumidores, permitindo a solução responsiva de problemas para os funcionários e o aumento da rentabilidade para os varejistas.

## Sobre o estudo

A Zebra Technologies contratou um estudo de pesquisa global entre consumidores adultos (a partir de 18 anos de idade), tomadores de decisão e funcionários para analisar as últimas tendências e tecnologias que transformam o setor do varejo. Administrado on-line pela Azure Knowledge Corporation, o estudo deste ano inclui mais de 4.200 entrevistados em tópicos de experiência dos consumidores, uso de dispositivos e tecnologia, entrega e atendimento na loja e on-line. A Pesquisa Global de Consumidores de 2023 da Zebra informa sobre as atitudes, opiniões e expectativas que estão moldando o futuro do setor. A série se concentra em três temas principais:



### Além da cesta

O que os consumidores realmente querem em suas experiências de varejo



### Elevando as experiências do varejo

Capacitando os funcionários a enriquecer as interações com os clientes



### Cumprindo o mandato do varejo moderno

Novos fundamentos para as prioridades do futuro

Para visualizar toda a série Pesquisa Global de Consumidores de 2023, acesse [zebra.com/shopperstudy](https://zebra.com/shopperstudy)

Confira como a Zebra pode ajudar os varejistas a aumentar a rentabilidade e, ao mesmo tempo, aprimorar a experiência dos consumidores e funcionários.

Acesse [zebra.com/retail](https://zebra.com/retail)

## Sobre a Zebra Technologies

A Zebra (NASDAQ: ZBRA) capacita as organizações varejistas e seus funcionários para que prosperem na economia sob demanda, tornando visíveis, conectados e plenamente otimizados todos os funcionários da linha de frente e os ativos em operação. Com um ecossistema de mais de 10.000 parceiros em mais de 100 países, a Zebra atende a clientes de todos os tamanhos, incluindo 94% das Fortune 100, com um portfólio premiado de hardware, software, serviços e soluções que digitalizam e automatizam fluxos de trabalho.



Sede Corporativa e na América do Norte  
+1 (800) 423 0442  
[inquiry4@zebra.com](mailto:inquiry4@zebra.com)

Sede na Ásia-Pacífico  
+65 6858 0722  
[contact.apac@zebra.com](mailto:contact.apac@zebra.com)

Sede na Europa, Oriente Médio e África  
[zebra.com/locations](https://zebra.com/locations)  
[contact.emea@zebra.com](mailto:contact.emea@zebra.com)

Sede na América Latina  
[zebra.com/locations](https://zebra.com/locations)  
[la.contactme@zebra.com](mailto:la.contactme@zebra.com)

ZEBRA e a cabeça de Zebra estilizada são marcas comerciais da Zebra Technologies Corp., registradas em muitas jurisdições no mundo todo. Todas as outras marcas comerciais pertencem aos seus respectivos proprietários. ©2023 Zebra Technologies Corp. e/ou suas afiliadas.