

# Perakende Sektörünün Olmazsa Olmazı

Seçeneklerin Sonsuz  
Olduğu Bir Dünyada  
Başarıya Ulaşmak

## Yönetici Özeti

Tüketicilerin, çalışanların ve perakende sektöründeki karar vericilerin kavrayışlarını keşfederek, deneyimleri iyileştiren, karları artıran ve çalışanların günümüzün dinamik perakende ortamında başarılı olmalarını sağlayan stratejileri ortaya çıkarın.



## Bağlantı Halindeki Bir Dünyada Perakendeyi İyileştirme

Tüketiciler giderek daha fazla bağlantılı hale geldikçe, perakendeciler de onların artan beklentilerine uyum sağlamanın ve bu beklentileri karşılamanın yeni yollarını keşfediyor. Tüketiciler artık online alışverişte de, mağazada da kusursuz ve kişiselleştirilmiş deneyimler arıyor. Bu ortamda başarılı olmak için temel unsurları daha da iyi hale getirmek gerekiyor: doğru ürünleri tam doğru zamanda sunmak, her etkileşimi kolaylaştırmak ve çalışanların unutulmaz hizmet anları yaratmasını sağlamak.



### Tüketiciler Tüm Kanallarda Kesintisiz, Kişiselleştirilmiş Hizmet Talep Ediyor

#### Sadeleştirilmiş hizmet anahtar önem taşıyor

**%70**

Mağazada alışveriş yaparken yardımcı olacak bir çalışan bulmak zor

**%75**

Perakendeciler tüketicilerin kişisel tercihlerini bildiklerinde, tüketiciler de çalışanların önerdiği şeyleri denemeye/satın almaya daha istekli oluyor

**%78**

Tüketiciler, ürünlerin kaliteli olmasını veya kasa içinde güvende tutulmasını can sıkıcı buluyor

#### Her kanaldan yeni normdur

**%78**

Mağaza içi ile online alışverişin bir bileşimini tercih ediyor

**%78**

+3 puan  
Yıldan  
Yıla

Geleneksel mağazası da olan online perakendecilerden alışveriş yapmayı tercih ediyor

**%82**

Kolay iade olanağı sunan perakendecileri tercih ediyor



### Çalışanlar Başarılı Olmak için Araçlar ve Takdir İstiyor

#### Çalışanların stresi yönetme ve kendilerini işlerinde değerli hissetme konusunda yardıma ihtiyacı var

**%83**

Sorumlulukların yoğunluğu ve önceliklerin çakışması nedeniyle görevleri önceliklendirmekte zorluk çekiyor

**%79**

Günlük işlerinin artan karmaşıklığı nedeniyle kendini stres altında hissediyor

**%87**

+3 puan  
Yıldan  
Yıla

Çalışmalarına yardımcı olacak teknoloji araçları sağlandığında işverenlerinin kendilerine daha fazla değer verdiğini düşünüyor

**%85**

İş programlarını bir mobil uygulama üzerinden yönetmeyi tercih ediyor

**%85**

+6 puan  
Yıldan  
Yıla

Günlerini yönetmek ve üzerinde odaklanılacak doğru görevleri bulmaya çalışmak için otomatik olarak belirlenen görevleri tercih ediyor

**%86**

+7 puan  
Yıldan  
Yıla

Ekibiyle bir mağaza mobil cihazı/uygulaması aracılığıyla işbirliği yapmayı tercih ediyor



### Karar Vericiler Kar Baskılarının Üstesinden Gelerek Otomatik Bir Gelecek İçin Plan Yapmakta

#### Kar marjlarını korumak güçtür

**%83**

Dolandırıcılığı/fireleri azaltmak önemli bir zorluktur

**%78**

+6 puan  
Yıldan  
Yıla

Hırsızlık ve kaybı en aza indirmek için yüksek baskı altında

**%82**

Personelin maaş ve yan haklarda artış için karşılıklı olarak kar marjlarını korumak zordur

#### Otomasyon gelecektir

**%85**

Şirket hatasızlık ve bulunabilirliği iyileştirmek için daha iyi stok yönetimi araçlarına ihtiyaç duyuyor

**%86**

+16 puan  
(2020'den beri)

Otomasyon ve robotik kullanımının artırılması, işgücündeki açığı kapatacak

**%76**

Stok izlenebilirliğine yönelik yatırımları artırmayı planlıyor

## Memnuniyet Garantisi

### Pürüzlerin Olmadığı, Kişiselleştirilmiş Alışveriş Deneyimleri Sunma

Günümüzün perakende müşterisi, bilgili ve enflasyonun ve sıkıntıların deneyimlerini nasıl etkilediğinin farkında. Bunun sonucunda beklentiler her zamankinden daha yüksek ve perakendecilerin bunları karşılamak için daha çok çalışması gerekiyor. Tüketiciler artık online alışverişini mağazada alışverişe bir alternatif olarak görmüyor, bunun yerine tüm kanalların kesintisiz bir şekilde çalışmasını bekliyor. Buna rağmen genel memnuniyet geçen yıla göre azalırken, mağaza ve online alışverişlerde gözle görülür değişiklikler yaşandı. Bu gerçeklik, perakendecilerin temel unsurlara odaklanmaları, pürüzleri azaltmaları ve tüm kanallarda kesintisiz, tatmin edici bir deneyim sunmaları gerektiğini ortaya koyuyor.

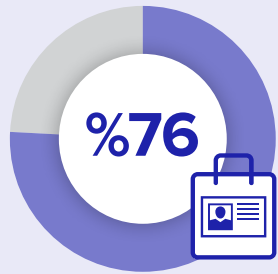
Hatasız ve gerçek zamanlı stok izlenebilirliğinin olmaması, tüketicilerin dikkatini dağıtır ve çalışanların da yılmasına neden olur; bu da satış fırsatlarının kaçırılmasına yol açar. Günümüzün tüketicileri, mağazaya bilgiyle donanmış olarak geliyor ve mağaza çalışanlarının, yapılan işlemlerin ötesinde, bilgili görüşler ve kişiselleştirilmiş hizmet sunarak alışverişe değer katmasını bekliyor. Tüketicilerin dörtte üçü, tercihlerini anlayan perakendecilerin daha kişiselleştirilmiş deneyimler sunması gerektiğine inanıyor ve bu da kişiselleştirilmiş müşteri etkileşimlerinin önemini vurguluyor.

Rekabet güçlerini korumak için perakendeciler, hızlı teslimat, kolay değişim ve iadenin yanı sıra, müşterilere kesintisiz bir şekilde yardımcı olmak için yeterli sayıda satış elemanı sağlayarak rakipleriyle aynı düzeye gelebilir ve onların önüne geçebilir. Tüketicilerin yüzde 78'i, istedikleri ürünlerin kilitlenerek veya kapatılarak güven altına alınmış şekilde muhafaza edilmesinden rahatsız oluyor ve bu durum alışveriş deneyimini zorlaştırıyor. Perakendeciler, çalışanları güçlendirmek ve gerçek zamanlı veriler sağlamak için teknolojiden yararlanarak müşteri sadakatini güçlendirebilir ve marka bağlantılarını artırabilir.

#### Yıldan Yıla Müşteri Memnuniyeti Azalıyor



#### Farklı Kuşaklardan Tüketiciler Kişiselleştirilmiş Perakende Deneyimleri İstiyor



tüketici, perakendeciler kişisel bilgilerini bildiğinde benzersiz ve kişiselleştirilmiş bir deneyim bekliyor

Kuşağa Göre:

Z kuşağı (18+)	Y Kuşağı	X Kuşağı	Ellilerde Doğanlar
<b>%79</b>	<b>%76</b>	<b>%74</b>	<b>%75</b>

#### Tüketici Memnuniyetini Etkileyen En Önemli Faktörler

Mağaza İçi  Online 

Ürün bulma kolaylığı **1** Ürün bulma kolaylığı

Doğru fiyatları bulma kolaylığı **2** Doğru fiyatları bulma kolaylığı

Kuponların ve indirimlerin olması **3** Dijital kuponların ve indirimlerin olması

Ürün çeşitliliği ve seçimi **4** Online yardım / müşteri hizmetleri olması

Personelin erişilebilirliği **5** Stokta ürün bulunabilirliği

# Karlılığı Koruma

## Daha İyi Stok İzlenebilirliği ve Gelişmiş Fire Önleme

Perakendeciler, mağaza hırsızlığı, sahtecilik, artan iadeler ve satılmayan ürünlerden kaynaklanan kayıpların karlılığı azaltmaya devam etmesi nedeniyle karlarını koruma konusunda giderek daha fazla zorlukla karşı karşıyadır. Son 12 ayda karar vericilerin %52'si firelerde artış olduğunu bildirdi. Ne yazık ki, karlılık üzerindeki bu olumsuz etkiler işletmeler için kaçınılmaz bir maliyet haline geldi. İşte bu nedenle perakendecilerin, firelerin hem karlılık hem de alışveriş deneyimi üzerindeki etkisini en aza indirmek için çalışmalarını sürdürürken, aynı zamanda fireleri daha doğru bir şekilde tahmin etmek için ihtiyaç duydukları bilgileri edinmeleri büyük önem taşır. Gerçek zamanlı veri izleme ve gelişmiş analizleri birleştiren kapsamlı stratejiler, güvenlik açıklarını daha iyi belirlemeye, eğilimleri tahmin etmeye ve şüpheli faaliyetleri gözlem altına almaya yardımcı olur.

Bu tehditlerin etkisi karlılığın ötesine geçerek çalışanlar arasında huzursuzluğa da yol açmakta. Mağaza çalışanları, hırsızlık ve şiddet konusunda giderek daha fazla kaygı duyuyor ve bu olayları önleyecek teknolojinin bulunmamasıyla ilgili algı kaygılarını artırıyor. Tüketiciler de hırsızlıktan kaynaklanan artan maliyetin kendilerine daha yüksek fiyatlar olarak yansıtılacağından endişe ediyor. Çalışanların ve müşterilerin kaygıları arttıkça, birçok perakendeci bu kaygıları daha iyi bir şekilde gidermek için güvenlikle ilgili yaklaşımlarını gözden geçiriyor.

Perakende sektöründeki karar vericiler, fireleri azaltmada temel teknolojiler olarak üretken yapay zeka, öngörüye dayalı analizler ve RFID'i görüyor. Bu araçlar hırsızlık modellerini belirlemeye, önleyici eylemler önermeye ve stok izlenebilirliğini iyileştirmeye yardımcı olarak verimliliği ve karlılığı artırır.

### Fireler Yükselişte

**%52** 

karar verici son 12 ayda perakende sektöründe firelerde artış görüldüğünü bildiriyor

### Artan Suç Oranı Çalışanları Endişelendiriyor

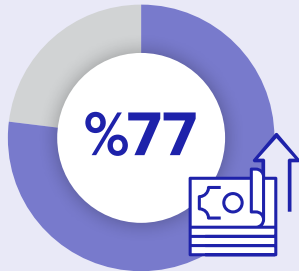
**%84** 

çalışan mağazalarda artan hırsızlık ve suç nedeniyle kişisel güvenlikleri konusunda endişe duyuyor

**%84** 

çalışan güvenlik tehditlerini veya suç faaliyetlerini tespit edecek teknolojinin olmaması konusunda endişeli

### Tüketiciler Fiyatların Yükselmesinden Korkuyor



tüketici perakende sektöründe artan hırsızlık ve suçların maliyetlerini karşılamak için perakendecilerin fiyatları artırılabileceğinden endişe ediyor

Bölgeye Göre:

Asya Pasifik  
**%68**

Avrupa  
**%73**

Latin Amerika  
**%80**

Kuzey Amerika  
**%85**

### Kayıp Önlemeye Büyük Destek

Karar vericiler kilit teknolojilerin fireleri azaltabileceğine inanıyor

-  Üretken Yapay Zeka
-  Öngörüye dayalı analizler
-  Kasiyersiz ödeme kameraları ve barkod okuyucular
-  Herkesin görebileceği mağaza içi güvenlik kamerası monitörleri
-  RFID etiketleri ve okuyucuları

# İşin ve Çalışmanın Geleceği

## Daha Akıllı, Daha Verimli İşbirliği İçin Çalışanların Kapasitesini Artırma

Çalışanlar ve karar vericiler, tüketicilerle ilgilenmek için mağazalarda daha fazla çalışana ihtiyaç duyulduğunu kabul ediyorlar

Mağaza Çalışanları



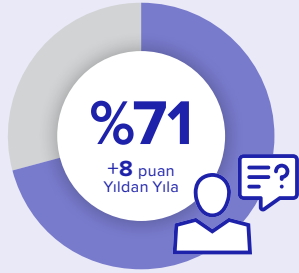
Karar Vericiler



**Değişen işgücü dinamikleri karşısında perakenciler, operasyonları zorlayan yüksek orandaki personel kaybı ve personel kazanma, eğitime, yeniden beceri kazandırma ve elde tutma ile ilgili artan maliyetlerle boğuşuyor.** Pozisyonların doldurulmasının uzun sürmesi, uzun eğitim süreleri ve yoğun sezonlarda geçici işçi bulmanın zorluğu önemli sorunlardır. Öyle ki, çalışanların %85'i ve karar vericilerin %81'i, mağazalarının müşterilerle ilgilenmek için daha fazla çalışana ihtiyaç duyduğu konusunda hemfikir. İletişim boşlukları devam ediyor ve bu durum, bilgilerin doğru kişilere iletilmesini ve temel görevlerin tamamlandığının teyit edilmesini zorlaştırıyor.

Pek çok perakendeci, işgücüyle ilgili zorlukların üstesinden gelmek ve çalışanlarını daha iyi desteklemek için teknolojiye ve mobil cihazlara yöneliyor. Bu strateji, çalışanların cezbedilmesine ve elde tutulmasına yardımcı olurken çalışanların ve karar vericilerin %85'i, teknolojinin işgücü istikrarını artırdığı konusunda hemfikir. İyi donanımlı ekipler, müşterilerin beklentilerini daha iyi karşılayabilir. Bu da, tüketicilerin %71'inin mağaza içi desteğin eksikliğinden dolayı hayal kırıklığına uğradığı bir ortamda kritik önem taşıyor. Perakenciler, belirli görevler atayarak ve bilgilere kolay erişim sağlayarak çalışanların önceliklere odaklanmasına olanak sağlar, bu da moral ve verimliliği artırır. Bu teknolojik çözümler, günümüzün rekabetçi işgücü piyasasında motive ve yetenekli bir işgücünün oluşturulmasında hayati önem taşır.

### Tüketiciler Yardım Olmamasından Dolayı Hayal Kırıklığı Hissediyor



tüketici çalışanlardan yardım gelmemesinden rahatsız

Kuşağa Göre:

Z kuşağı  
(18+)  
**%72**

Y Kuşağı  
**%69**

X Kuşağı  
**%68**

Ellilerde  
Doğanlar  
**%76**

### İşe Alma ve Eğitimle İlgili Sorunlar Perakencileri Zorluyor

Perakencilerin kalifiye personel alımı ve eğitimi konusunda işgücüyle ilgili karşılaştıkları zorluklar sorun yaratmaya ediyor

**1** Bir pozisyonu doldurmak için gereken süre

**2** Eğitim süresi çok uzun

**3** Yoğun sezonlar için geçici işçi bulma

**3** Nitelikli çalışanları cezbetme



### Teknoloji İşgücünün Elde Tutulmasını Destekliyor

**%85** +3 puan  
Yıllan Yıla  
+7 puan 2022'den beri  
**çalışan** hemfikir



**%85** +1 puan  
Yıllan Yıla  
**karar verici** hemfikir

Perakende teknolojisi ve mobil cihazları kullanan mağazalar daha fazla mağaza çalışanını cezbeder ve işyerinde kalmalarına katkıda bulunur

# Operasyonel Mükemmellik Sağlamak

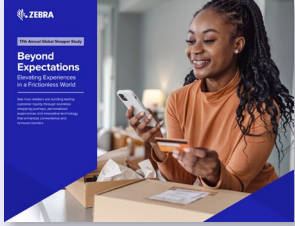
## Benzersiz Tüketici Memnuniyetinin Anahtarı

**Günümüzün tüketicileri, fiziksel ve dijital deneyimlerin kusursuz bir karışımını ve her etkileşimin bağlantılı ve zahmetsiz hissedilmesini bekliyor.** Perakende sektörü son beş yıldır benzeri görülmemiş aksaklıklarla karşı karşıya kalırken, bu durum müşteri beklentilerinde de önemli değişimlere yol açtı. Bu sürekli gelişen ortamda başarılı olmak için perakendeciler, artan talepleri karşılarken karlarını da korumak amacıyla müşteri odaklı teknoloji, işgücü etkinleştirme ve stok yönetim sistemlerine stratejik yatırımlar yapmalıdır.

Çalışanları gelişmiş teknolojilerle güçlendirmek, operasyonları kolaylaştırır ve stok izlenebilirliğini iyileştirerek çalışanların olağanüstü hizmet sunma yeteneklerini artırır. Operasyonel mükemmelliğe öncelik veren ve ekiplerini günümüzün zorluklarıyla başa çıkabilecek şekilde donatan perakendeciler, uzun vadeli müşteri sadakati oluşturacak ve kolaylığın, hızın ve kişiselleştirmenin başarı için hayati önem taşıdığı bir pazarda başarılı olacaklardır.

### Çalışma Hakkında

Zebra Technologies, perakende sektörünü dönüştüren en son trendleri ve teknolojileri analiz etmek için yetişkin tüketiciler (18 yaşın üstü) karar vericiler ve perakende çalışanları arasında global bir çalışma yaptırdı. Azure Knowledge Corporation tarafından online olarak gerçekleştirilen bu yıllık çalışmaya alışveriş deneyimi, cihaz ve teknoloji kullanımı, mağazada ve online ortamda teslimat ve sipariş karşılama gibi çeşitli konulardaki sorulara yanıt veren 4.200'den fazla kişi katıldı. Zebra'nın 17. Yıllık Global Tüketici Çalışması, sektörün geleceğini şekillendiren tutumları, görüşleri ve beklentileri rapor ediyor. Seri üç ana temaya odaklanıyor:



**Beklentilerin Ötesinde**  
Pürüzlerin Olmadığı Bir Dünyada  
Deneyimleri İyileştirmek



**Karlılığı Artırmak**  
Perakendenin En Büyük Zorluklarıyla  
Başa Çıkmak



**Mükemmelliğin Kilitini Açmak**  
Aktif Katılan Çalışanların Gücü

17. Yıllık Global Tüketici Çalışması serisinin tamamını görüntülemek için [zebra.com/shopperstudy](https://zebra.com/shopperstudy) adresini ziyaret edin

Zebra'nın, perakendecilerin çok kanallı operasyonları geliştirerek ve karlılığı koruyarak müşteri deneyimini iyileştirmesine nasıl yardımcı olabileceğini keşfetmek için [zebra.com/retail](https://zebra.com/retail) adresini ziyaret edin.



**Kuzey Amerika ve Şirket Genel Merkezi**  
+1 800 423 0442  
inquiry4@zebra.com

**Asya Pasifik Genel Merkezi**  
+65 6858 0722  
contact.apac@zebra.com

**EMEA Genel Merkezi**  
zebra.com/locations  
contact.emea@zebra.com

**Latin Amerika Genel Merkezi**  
zebra.com/locations  
la.contactme@zebra.com

ZEBRA ve stilize edilmiş Zebra başı resmi, dünya çapında birçok yerde tescil edilmiş, Zebra Technologies Corp. ticari markalarıdır. Tüm diğer ticari markaların mülkiyeti sahiplerine aittir. ©2024 Zebra Technologies Corp. ve/ya da ortakları.

### Zebra Technologies Hakkında

Zebra (NASDAQ: ZBRA) uçtaki her ön saf çalışanı ve varlığı izlenebilir, bağlantılı ve tamamen optimize hale getirerek perakende kuruluşlarının ve çalışanlarının isteğe bağlı (on-demand) ekonomide gelişmelerini sağlıyor. 100'den fazla ülkede 10.000'den fazla iş ortağından oluşan bir ekosisteme sahip olan Zebra, iş akışlarını dijitalleştiren ve otomatikleştiren ödüllü bir donanım, yazılım, hizmet ve çözüm portföyü ile her ölçekten müşteriye (Fortune 100'ün %94'ü dahil) hizmet veriyor.