

O mundo mudou. Mas e os varejistas?

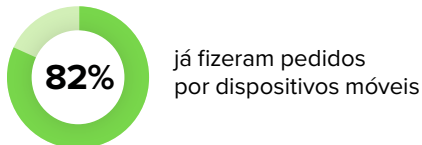
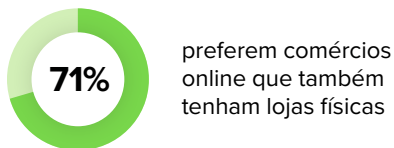


Um momento decisivo na transformação do varejo

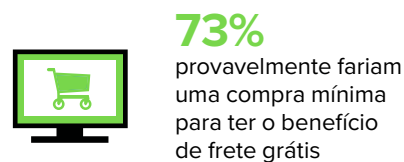
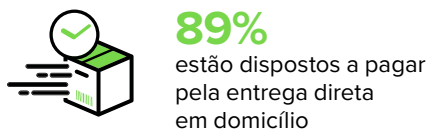
Os consumidores voltaram às lojas (**76%**), e as expectativas deles estão ditando “o novo padrão”, que não será como o anterior. No mundo de hoje, os consumidores conectados esperam poder fazer pedidos para retirada ou entrega e pagar usando soluções de autoatendimento ou pagamento móvel, sem uso de dinheiro vivo. Nesse contexto, os varejistas e funcionários de loja adeptos da tecnologia têm a oportunidade de impressionar os consumidores com sua expertise e eficiência.

Perspectivas dos consumidores

Os consumidores combinam cada vez mais as compras online e em loja:

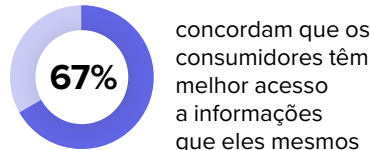
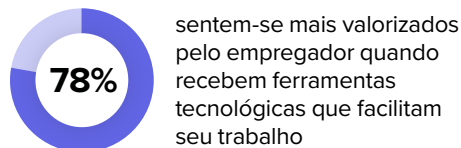


Os consumidores estão dispostos a pagar por um processamento de pedidos mais rápido e flexível:

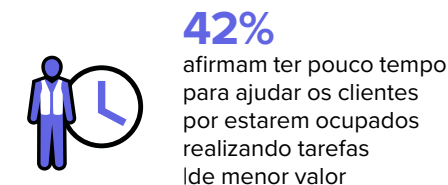
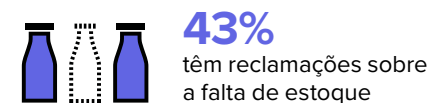


Observações dos funcionários

Os funcionários sentem que a tecnologia aumenta sua autonomia:

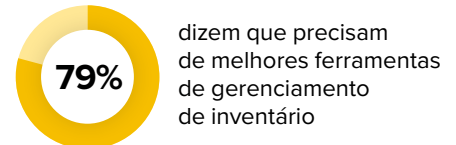
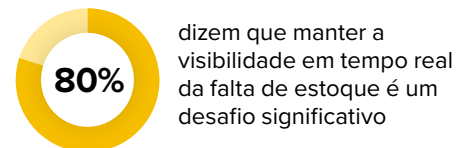


Os funcionários da linha de frente se sentem frustrados pelos obstáculos que dificultam um bom atendimento ao cliente*:

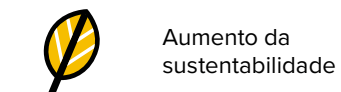
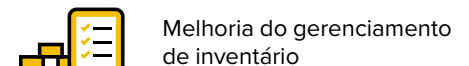
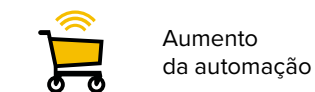


Ações dos tomadores de decisão

Os tomadores de decisão reconhecem os desafios inerentes ao gerenciamento de inventário:



Prioridades dos tomadores de decisão ao investir em tecnologias do varejo:



Saiba como os varejistas estão modernizando as operações com foco nos consumidores e nos funcionários da linha de frente.

Baixe a **Pesquisa Global de Consumidores** da Zebra ou acesse www.zebra.com/retail.



* Funcionários em cargos de atendimento ao cliente/vendas em loja.