

2023년 글로벌 구매자 연구 보고서

유통(리테일) 부문의 변화: Zebra 16차 연례 글로벌 구매자 연구 보고서 분석 내용

핵심 요약

유통(리테일) 부문에 불어닥친 변화의 바람은 좀처럼 그칠 줄을 모르고 이어지고 있습니다. 인플레이션, 공급망 중단 및 인력난과 같은 문제를 극복하기 위해, 미래 지향적인 의사결정권자들은 수익성을 유지하면서 구매자와 직원에게 긍정적인 경험을 제공하는 데 도움이 되는 첨단 기술에 투자하고 있습니다.

리테일의 미래를 확인하세요.



시장 상황

유통(리테일) 부문에서 성공을 거두려면 유통(리테일) 의사결정권자, 매장 직원 및 구매자의 생각이 일치해야 합니다. 다양한 업종 전반의 유통업체들이 가진 목표는 고객 만족도, 직원 참여도 및 미래 지향적 리더십이 하나로 통합되어 역동적인 유통(리테일) 부문에서 혁신, 성장, 장기적인 경쟁력 및 수익성을 주도할 수 있는 조화로운 생태계를 구축하는 것입니다.

우측의 자료는 각 항목별로 전적으로/다소 동의하거나 매우/다소 우려하고 있다고 답한 응답자의 비율입니다.



구매자들의 생각:



원활한 옴니채널 경험

82%

제품을 실제로 보고, 만지고, 사용해 보는 것이 구매 경험에 있어 중요하다

78%

오프라인 매장과 온라인 쇼핑이 결합된 형태를 선호한다

75%

오프라인 매장을 갖추고 있는 온라인 유통업체로부터 구매하는 것을 선호한다



인플레이션의 영향

80%

인플레이션으로 인해 식품, 의류, 연료와 같은 생필품의 가격이 올라서 걱정된다

77%

인플레이션으로 인해 소비자들이 일부 구매 결정을 미루고 있다

74%

생계를 위해 전반적인 소비를 줄여야 하는 것이 걱정된다



직원들이 동의하는 의견:



혁신의 중요성

86%

고객들은 매장 직원이 최신 기술을 활용하여 고객을 지원할 때 더 나은 경험을 한다

85%

인공지능은 직원들의 생산성을 높이는 데 도움이 될 것이다

84%

고용주가 직원에게 업무에 도움이 되는 기술 도구를 제공했을 때 고용주로부터 더 가치를 인정받는다고 느낀다



기술 역량 격차

80%

재고 품질에 대한 실시간 가시성 확보는 매우 중요한 당면과제다

77%

구매자들이 직원보다 정보에 더 긴밀히 연결되어 있다고 생각한다

61%

가치가 낮은 다른 업무가 너무 많아서 고객에게 도움을 줄 시간이 거의 없다



의사결정권자들의 시각:



기술 중심의 비전

88%

고객들은 매장 직원이 최신 기술을 활용하여 고객을 지원할 때 더 나은 경험을 한다

87%

공급망을 관리하기 위해 2023년까지 비즈니스 인텔리전스/분석 기능을 통합해야 하거나 통합할 계획이다

85%

구매자들은 유통업체가 보다 환경친화적이고 지속 가능한 브랜드/제품을 제공할 것을 기대한다



매일 마주하는 당면과제

85%

더 높은 임금과 복리후생에 대한 요구 속에서 수익 마진을 유지하는 것은 어려운 일이다

82%

부정행위와 과소측정을 줄이는 것이 매우 중요한 당면과제다

80%

기업에서 재고 품질을 최소화해야 하는 큰 부담감에 시달리고 있다

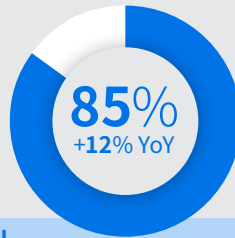
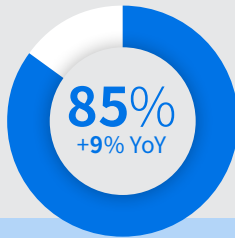
뉴노멀 시대의 특징: 구매자 만족도 상승

유통(리테일) 부문에 전 세계적으로 급격한 변화의 바람이 불어닥친지 몇 년이 지난 결과, 유통업체와 직원, 그리고 공급망이 마침내 '뉴노멀'에 적응하고 있습니다. 전반적인 구매자 만족도가 매우 높게 나타나고 있으며, 전년 대비 크게 상승한 것은 물론, 심지어 2019년과 비교해도 더 높은 수준입니다. Z세대 성인(18세 이상) 구매자들은 온/오프라인 매장 모두에 대해 가장 높은 만족도를 보이고 있으며, 이는 유통업체들이 차세대 구매자들과 성공적으로 소통하고 있다는 긍정적인 신호로 해석할 수 있습니다. 그러나 구매자들은 여전히 인플레이션 및 기타 경제적 어려움에 대해 우려하고 있으며, 자신의 디바이스와 디지털 지식을 동원하여 적극적으로 할인 정보를 찾고, 재고를 확인하며, 배송 주문을 접수하고, 각자의 고유한 니즈에 맞는 픽업 옵션을 탐색하고 있습니다.

구매자들의 만족도를 유지하기 위해서는 유통업체에서 원활한 통합 상거래를 우선적으로 확보해야 합니다. 구매자 만족도는 단순히 제품 구비, 가용성 및 가격뿐만 아니라 최적화된 옴니채널 풀필먼트와 재고 가시성 보장이 중요한 요인으로 작용하며, 이는 모든 채널 전반에서 일관되고 효율적인 쇼핑 경험을 제공하는데 필수적입니다.



온/오프라인 매장 전반에서 전반적인 구매자 만족도가 상승하였습니다



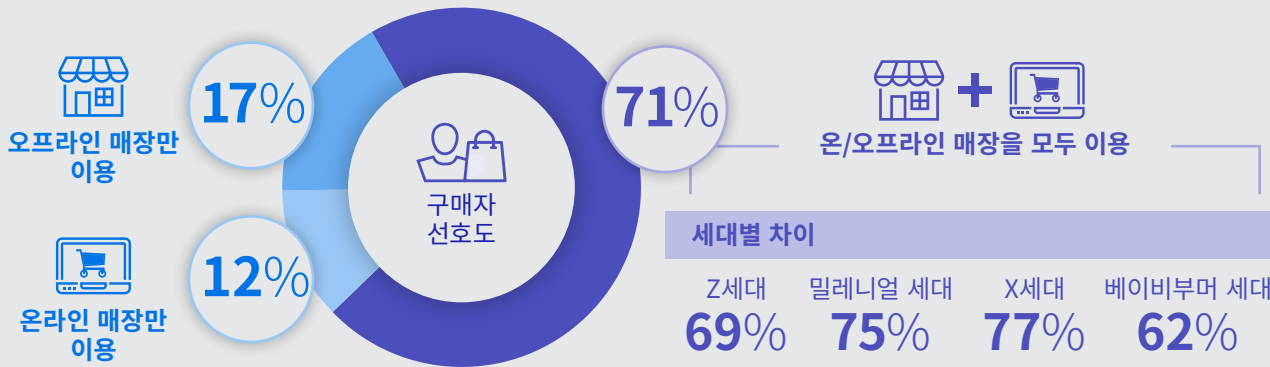
세대별 차이

Z세대	밀레니얼 세대	X세대	베이비부머 세대
89%	87%	82%	84%

세대별 차이

Z세대	밀레니얼 세대	X세대	베이비부머 세대
84%	87%	84%	84%

모든 연령대의 구매자들이 온/오프라인 매장을 자유롭게 오가며 구매하고 있습니다



구매자의 만족도를 높이는 주요 요인

오프라인

온라인

다양한 제품 구비

1

제품을 손쉽게 찾을 수 있음

정확한 가격을 손쉽게 찾을 수 있음

2

정확한 가격을 손쉽게 찾을 수 있음

제품의 위치를 손쉽게 찾을 수 있음

3

다양한 제품 구비

구매하려는 품목의 재고가 있음

4

구매하려는 품목의 재고가 있음

직원이 제공하는 정보와 도움의 수준

5

배송 비용

소매점 직원들의 중요성

직원의 역량을 강화하면 구매자에게 한층 더 풍부한 경험을 제공할 수 있습니다. 탁월한 오프라인 매장 경험을 조성하기 위해서는 구매자와 직원 간에 긍정적인 상호작용이 이루어지는 것이 필수적입니다. 적절한 기술 도구와 전문성으로 무장된 직원은 제품에 대한 질문에 답변하고, 고객 개개인에 맞춰 제품을 추천하고, 온/오프라인 쇼핑의 격차를 효과적으로 해소함으로써 고객의 쇼핑 과정을 안내할 수 있습니다. 또한 직원이 업셀링 및 크로스셀링 영업 기회를 활용하여 고객의 구매 여정이 더욱 풍성해지도록 업그레이드하고 매장의 매출 잠재력을 끌어올릴 수 있습니다.

게다가 직원은 편리함과 효율성을 높여주는 모바일 앱 및 매장 키오스크와 같은 디지털 도구를 통해 구매자를 지원함으로써 기술 활용에 있어 중요한 역할을 담당합니다. 또한 직원이 기술을 활용하면 재고 및 워크플로우 관리와 같은 업무를 효율적으로 해결할 수 있습니다.



직원이 시간을 최대한 활용하는 방법

매장 내 셀프 계산대 도입 증가 추세와 관련된 직원들의 생각



86% ^{+3% YoY}

직원들이 우선순위가 더 높은 작업에 집중하고 고객에게 더 나은 서비스를 제공할 수 있다

85% ^{+5% YoY}

고객의 경험이 개선된다

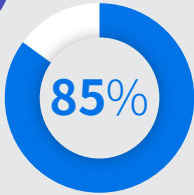
85% ^{+9% YoY}

직원에 대한 투자를 다른 곳으로 전환할 수 있다

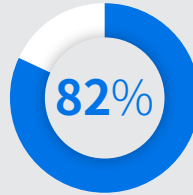
84% ^{+2% YoY}

긍정적인 투자 수익률을 달성할 수 있다

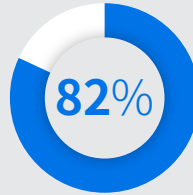
직원들은 기술을 통해 역량이 강화되면 보다 향상된 쇼핑 경험을 제공할 수 있다고 말합니다



실시간 재고 가시성

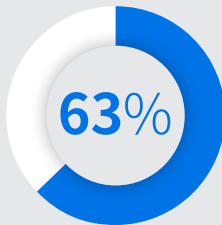


RFID



전자 선반 라벨

구매자들이 매장 내에서 도움을 받지 못할까 우려하고 있습니다



전체 구매자

세대별 차이

Z세대	밀레니얼 세대	X세대	베이비부머 세대
71%	66%	56%	63%

소매점 직원들의 5가지 주요 고충

오프라인 매장에서 영업직 및 고객 서비스에 종사하는 직원 대상



가치가 낮은 업무를 하느라 고객에게 도움을 줄 시간이 거의 없음



개인 맞춤형 고객 서비스를 제공할 수 있는 적절한 도구가 없음



고객이 스마트폰을 통해 직원보다 더 빠르게 가격 및 제품 정보를 찾을 수 있음



고객이 가격을 확인해야 함



고객에게 정보가 필요함

오늘날 리테일 업계가 나아가야 할 방향

첨단 기술과 데이터 기반의 솔루션은 높아진 고객의 기대치에 부응하여 유통(리테일) 업계의 지형을 혁신적으로 변화시키고 있습니다. 계속되는 인력난 속에서 수익성을 달성하고 고객 만족도를 개선하려면 운영 및 재고 관리를 최적화하는 것이 필수적입니다.

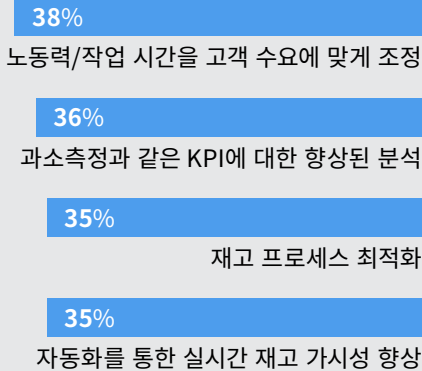
자동화 및 실시간 분석 기술이 발달함에 따라 재고 수준, 수요 패턴 및 공급망 효율성에 대한 전례 없는 가시성을 확보할 수 있게 되었으며, 이를 통해 과소측정을 줄이고, 고객이 구매를 원할 때 제품이 준비되어 있도록 재고 가용성을 보장할 수 있습니다. 게다가 오늘날 구매자들이 기업의 지속 가능성 실천을 기대하고 지속 가능성을 둘러싼 업계 표준이 변화하면서 유통(리테일) 의사결정권자들은 지속 가능성 목표를 달성하는 데 도움이 되는 기술을 더 적극적으로 채택해야 하는 상황입니다.



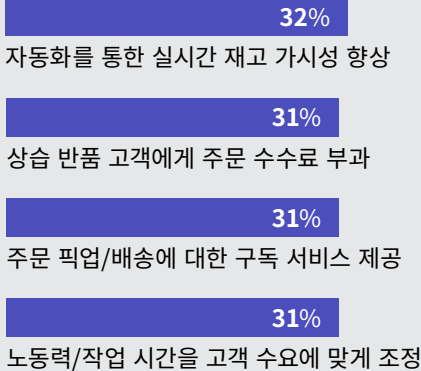
수익성을 주도하는 주요 요인

의사결정권자들은 유통(리테일) 업계의 수익성을 주도하는 주요 요인으로 인력 관리, 재고 가시성, 과소측정 등에 주목합니다.

오프라인 매장 수익성 결정요인

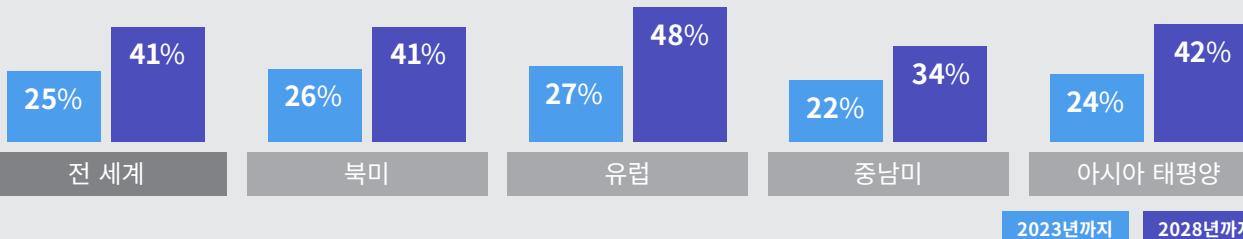


온라인 매장 수익성 결정요인



지속 가능성이 비즈니스 전략에 끼치는 영향

향후 점차 더 많은 공급업체들이 유통업체의 지속 가능성 행보를 증명할 수 있도록 지원해야 할 것입니다. 전 세계 의사결정권자들은 기업에서 지속 가능성의 역할이 점점 더 중요해질 것이라고 예측합니다.



유통(리테일) 의사결정권자들의 2024년 기술 투자 우선순위

유통(리테일) 의사결정권자들의 의견

- 1 고객 충성도 개선 및 고객 경험 향상
- 2 재고 관리 개선 (실시간 가시성/재고 품질, 순환 실사, 과소측정 및 부정행위)
- 3 옴니채널 풀필먼트를 최적화하여 이커머스 급증에 따른 여파 완화
- 4 '온라인 구매 후 매장 반품' 프로세스 개선
- 5 인력 관리 프로세스 개선

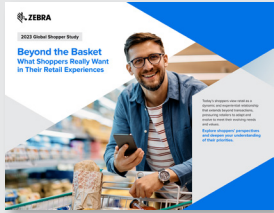
역동적인 시장에서 복잡한 리테일 환경을 헤쳐나가는 비결

디지털화 및 변화하는 소비자 선호도로 인해 유통(리테일) 환경의 미래가 역동적으로 재편될 것으로 예상됩니다.

기술과 지속 가능성, 그리고 고유한 매장 경험이 점차 더 높은 수준으로 결합되면서 유통(리테일) 업계의 지형이 새롭게 정의되어 고객 중심의 새로운 미래가 펼쳐질 것입니다. 기술을 활용하면 구매자에게 개인 맞춤형 서비스와 원활한 쇼핑 경험을 제공하고, 직원이 민첩하게 문제를 해결하도록 지원하며, 유통업체의 수익성을 향상시킬 수 있습니다.

연구 보고서 개요

Zebra Technologies는 유통(리테일) 부문을 혁신하는 경향과 기술을 분석하기 위해 18세 이상의 성인 구매자, 의사결정권자 및 직원을 대상으로 전 세계적인 연구를 의뢰하였습니다. Azure Knowledge Corporation이 온라인으로 실시한 올해 연구 보고서는 구매자 경험, 디바이스 및 기술 사용, 온/오프라인 매장의 배송 및 풀필먼트와 같은 다양한 주제에 대한 응답자 4,200명의 의견을 포함하고 있습니다. Zebra의 2023년 글로벌 구매자 연구 보고서는 업계의 미래를 형성하는 태도, 의견 및 기대치에 대해 보고합니다. 3가지 주요 주제는 다음과 같습니다:



한계를 넘은 혁신
구매자가 소매 경험에서 진정으로 원하는 사항



소매 경험의 수준 향상
고객과의 상호작용 개선을 위한 직원 역량 강화



오늘날 리테일 업계가 나아가야 할 방향
미래의 우선순위를 위한 새로운 기반

2023년 글로벌 구매자 연구 보고서 시리즈 전문을 보시려면
zebra.com/shopperstudy를 방문하세요

Zebra가 어떻게 유통업체에서 수익성을 개선하고 구매자와 직원의 경험을 향상하도록 지원하는지 그 비결을 알아보세요. zebra.com/retail을 방문하세요

Zebra Technologies 소개

Zebra(NASDAQ: ZBRA)는 모든 현장 직원 및 최전선에 있는 자산의 가시성과 연결성을 높이고 완전히 최적화하여 유통(리테일) 기업과 직원이 온디맨드 경제 속에서 성공을 거둘 수 있도록 지원합니다. 100개국 이상의 10,000곳이 넘는 파트너로 구성된 생태계를 구축한 Zebra는 워크플로우를 디지털화 및 자동화하는 하드웨어, 소프트웨어, 서비스, 솔루션으로 이루어진 수상 경력에 빛나는 포트폴리오를 통해 포춘(Fortune)지 선정 100대 기업의 94%를 포함하여 모든 규모의 고객을 지원합니다.



지브라 테크놀로지스 코리아 | 제품 및 구입 문의: 02-6137-6510 | contact.apac@zebra.com
서울시 영등포구 국제금융로 10 Two IFC 21층 (07326) | www.zebra.com

Zebra와 양식화된 Zebra 헤드 디자인은 전 세계의 여러 국가에 등록된 Zebra Technologies Corp.의 상표입니다. 안드로이드는 Google LLC.의 상표입니다. 다른 모든 상표는 해당 소유주의 자산입니다. ©2023 Zebra Technologies Corporation 및/또는 그 계열사. 무단 전재 및 재배포 금지.