

Varejo na visão de jovens consumidores

Nós pedimos a jovens consumidores do Pearson College London para compartilhar como seus colegas fazem compras e como veem o futuro do varejo

Quais são os itens mais importantes, e procurados, na sua experiência no varejo?



ATENDIMENTO AO CLIENTE

Equipe com conhecimento, disposta e capazes de atender



OMNICANAL

Capacidade de fazer compras a qualquer hora, rapidamente e sem dificuldades, incluindo um serviço integrado de devoluções



QUALIDADE

produtos de boa qualidade que oferecem valor pelo dinheiro



SUSTENTABILIDADE

produtos fabricados de maneira sustentável, com novos materiais alternativos e uma cadeia de matérias prima transparente

Quanto das suas compras são feitas online?

20-80%

Houve uma divisão entre consumidores homens/mulheres



Mulheres têm mais escolhas para comprar online

Homens buscam mais qualidade e preferem ver os produtos antes de comprá-los

Depende do tipo de produto



Taxa mais alta para compras de supermercado e pequenos itens (ex. eletrônicos, livros, música)



Porcentagem mais baixa para roupas e calçados, que os consumidores querem experimentar em uma loja antes de fazer a compra

Porque jovens consumidores fazem compras online



- alta variedade de produtos online
- facilidade em comprar
- preços competitivos

Algumas barreiras das compras online



- problemas com a confiança e reputação do site
- incapacidade de ver/sentir o produto

Varejo do futuro

Novas tecnologias

tais como etiquetagem e check-out inteligentes não serão mais suplementares à experiência de compras, mas essenciais

Lojas experimentais inovadoras e acessíveis

atuarão como galerias de varejo que permitem ao consumidor criar sua experiência personalizada de compras por meio de tecnologias AR/VR

A experiência do consumidor continua a ser importante enquanto os clientes buscam mais engajamento e interação nas lojas

Mais e-varejistas e pequenos comerciantes à medida que as mídias sociais permitem que pessoas criem e promovam suas próprias marcas.