

Navzdory životu v digitálním světě nakupuje 98 procent generace Z stále v kamenných obchodech

Armonk/ New York, Praha - 08 II 2017: Navzdory očekáváním, že první „digitálně gramotná“ generace bude nakupovat online, nová studie, kterou vydala IBM a Národní federace maloobchodníků (NRF) zjistila, že téměř všichni členové generace Z raději nakupují v kamenných obchodech. Protože celková populace generace Z bude v roce 2020 činit kolem 2,6 miliardy lidí, maloobchodníci potřebují vytvořit kreativnější zapojení svých značek, aby lépe sloužily bohatým a náročným zákazníkům.

„Generace Z očekává, že technologie bude intuitivní, relevantní a poutavá,“ říká generální ředitel z Global Consumer Industries Steve Laughlin. „To znamená velkou výzvu pro maloobchodníky a firmy, aby vytvořily osobní, interaktivní zkušenost s nejlepšími digitálními novinkami a bez rizika. Tento druh inovace není lineární, nebo jednorázový projekt, je to nový způsob myšlení, jednání a chování.“ „Tak jako generace X na přelomu tisíciletí, je tu teď další velká skupina nakupujících, pro kterou maloobchodníci potřebují plánovat své zboží, a je dokonce ještě větší: generace Z, říká prezident NRF Mathew Shay. „V obchodě oceňují možnost nakupovat z ruky do ruky. Technologie se neustále mění, ale některé zvyky při nakupování zůstávají stejné a maloobchodníci musí být dostatečně agilní, aby mohli dobře splňovat obě tyto potřeby. Maloobchodníci jsou neustále zaměřeni na experimentování s novými inovacemi jak na internetu, tak v kamenných obchodech, aby stále uměli vyhovět požadavkům zákazníků“. Unikátní studie generace Z prováděná IBM Institutem for Business Value je založena na datech více než 15 000 zákazníků ve věku 13 až 21 let ze 16 zemí. Generace Z se narodila od poloviny 90. let a v prvních letech po roce 2000 a je první, digitálně gramotnou generací, která nepoznala jiný svět, než svět smartphonů, celulárních telefonů a jiných digitálních zařízení. Tato studie také zjistila, že 67 procent příslušníků generace Z nakupuje jen v kamenných obchodech, 31 procent v nich nakupuje někdy, a to znamená, že až 98 procent této generace stále nakupuje v klasických obchodech. Nová generace je důležitá pro maloobchodníky, protože představuje kupní sílu 44 miliard dolarů a 75 procent jejich členů říká, že utrácí více než polovinu vydělaných peněz. A tato generace je náročná: studie zjistila, že 52 procent zákazníků z generace Z je ochotno změnit značku produktu, pokud jeho kvalita nesplňuje jejich požadavky. Pro 66 procent jsou při změně značky nejdůležitějšími faktory kvalita a dostupnost produktu, 65 procent se zaměřuje na hodnotu. Studie zjistila, že 74 procent respondentů tráví volný čas na internetu, 25 procent je na netu více než 5 hodin denně, nebo i více. Digitální prodej v kamenných obchodech je čím dál důležitější a pořád roste. Studie odhalila vysoké číslo digitálních zvyků generace Z a jejich preference: 73 procent generace Z používá své telefony hlavně k posílání textových zpráv a chatů s rodinou a přáteli, ale členové generace Z chtějí své konverzace přizpůsobit značce. 36 procent vytvoří digitální obsah pro svou značku, 42 procent se zúčastní internetové hry pro nějakou kampaň a 43 procent se zúčastní produktové recenze. Nemají pochopení pro obtížně použitelnou technologii, a požadují bezproblémovou digitální, mobilní službu. 62 procent nebude používat aplikace, nebo webové stránky, které mají složitou navigaci a 60 procent nebude používat aplikace nebo webové stránky, které se pomalu načítají. Generace Z ví, že osobní informace jsou pro maloobchodníky důležité, takže chtějí vědět, jak budou tyto informace chráněny. Méně než 30 procent si přeje sdílet informace o zdraví a blahobytu, místě pobytu, osobním životě nebo informace o platbě, 61 procent se bude cítit lépe, když bude vědět, že jsou jejich informace bezpečně uloženy a chráněny. Více informací naleznete zde.

