

# Digitálna samoobsluha

---

 [tyzden.sk/klub/50009/digitalna-samoobsluha/](https://tyzden.sk/klub/50009/digitalna-samoobsluha/)

August 19, 2018

Ján Košturiak .klub .technológie

Počul som historiku o dvoch poľských bratoch, ktorí kedysi odišli do Anglicka a otvorili si tam obchod. Mali však problém, nevedeli po anglicky. Vyriešili to tak, že nechali zákazníkov, aby si z regálov vybrali tovar a pri pokladni zaplatili. Samoobsluha bola na svete.

platí to stále – ak nevieš, čo zákazník chce, nechaj to naňho. Je jednoduchšie dopĺňať na bufetový stôl jedlo, než zisťovať, na čo majú ľudia chuť. Nakupujeme na e-shopoch, prevody v banke robíme cez internetbanking, v kioskoch na letiskách sa obsluhujeme sami, asistentky nahrádza Amazon Echo alebo Google Home. Samoobsluha preniká aj do katastrálnych úradov, štátnej správy, vzdelávania a medicíny. V budúcnosti nebude na nás číhať policajt pod mostom; prekročenú rýchlosť si zmeriame a zaplatíme sami.

## od svetidiel k informáciám

---

Medzi priekopníkov tohto prístupu patrí firma OMS Lighting, ktorú v Dojči pri Senici založil Vladimír Levársky. Firma pôvodne obchodovala so svetidlami. Levársky pochopil, že musí zvládnuť výskum, vývoj, priemyselný dizajn aj najmodernejšie výrobné technológie. Jeho heslom bolo, že v dnešnom biznise nevyhrávajú veľkí nad malými, ale rýchlejší nad pomalšími, kvalitnejší nad menej kvalitnými, a odvážnejší nad menej odvážnymi. Firma sa stala svetovým lídrom v rýchlom, pružnom vývoji a výrobe svetidiel. Začali skúmať LED technológie, optiku, nanomateriály, zber, prenos a riadenie informácií v svetidle a vytvorili takzvané LQS (Lighting Quality Standard). Experti z firmy OMS skúmali rôzne skupiny zákazníkov a vytvorili pre ne konfigurátor, v ktorom si mohli definovať približne 24 parametrov svetla z pohľadu svojho biznisu. Majiteľ školy chce napríklad zvýšiť pozornosť detí počas výučby, v administratíve môže svetlo stimulovať ľudí na vyššiu vitalitu, vo výrobe môžeme znižovať náklady na osvetlenie alebo chybovosť pri montáži, v obchode môže svetlo prilákať zákazníkov a zvyšovať predaj na danej ploche. OMS tak zmenila svet biznisu v oblasti svetelnej techniky a dnes predáva aj informácie a inteligentné systémy riadenia.

V OMS dlhšie obdobie pracoval v marketingu Peter Bolebruch, ktorý neskôr založil spoločnosť Teesys a začali sme s ním spolupracovať na vývoji digitálnych ekosystémov, v ktorých si zákazníci môžu vytvárať svoje riešenia a ich dodávatelia môžu sledovať problémy, ktoré riešia súčasné a budúce požiadavky.

Firma V Podlahy, ktorú založil Vojta Pastorčák, patrí medzi lídrov v predaji podlahových krytín v Českej republike. Podlahár bežne nerieši problémy koncového zákazníka – údržbu, spôsob používania podlahy, alergie, nečistoty, dezinfekciu, dizajn a podobne. Vznikol teda spoločný projekt Frank Expert, kde si koncový zákazník môže nájsť vhodnú podlahu, s pomocou rozšírenej reality si ju vložiť do svojho priestoru, v konfigurátore získať technické

informácie a zároveň si nájsť kvalitného podlahára vo svojom regióne. Podlahári, ktorí využívajú Frank Experta, získajú podporu v dodávke kvalitných materiálov, služieb pri ich príprave a doprave, zapožičaní náradia, podpore pri zákazníckom servise, kalkuláciách, vizualizácii či účtovníctve. Je to podobný systém, ako používa OMS.

Pastorčák začínal ako podlahár a pochopil nový svet. Svoju starú firmu skladov, predajní a logistiky s pomocou „mladých freestylistov“ mení na digitálnu firmu. Technológiami v nej budú big data, umelá inteligencia, blockchain a rozšírená realita. Nový svet podláh sa mení od podlahy.

## samoobslužné konfigurátory

---

Mení sa marketing – nie je dôležité, čo zákazník hovorí, ale čo robí. Marketingové prieskumy a dotazníky prestávajú fungovať, nastupuje online marketing, kde môžeme zákazníka pozorovať priamo v akcii. S firmou na výrobu chladiacich jednotiek sme vyvíjali modulárny produkt, ku ktorému bol digitálny konfigurátor. Zákazník si mohol z jednotlivých modulov skladať svoje riešenie a marketingový tím každý deň videl zákazníkov z rôznych kútov sveta: konfigurácie. Zároveň sa tým redukovali požiadavky na technikov, ktorí podobné požiadavky zákazníkov vybavovali mailom alebo telefónom. Digitálne konfigurátory majú ešte jednu výhodu – umožňujú komunikovať priamo s koncovým používateľom produktu. Chladiacu jednotku, svietidlo, nábytok alebo stavebný materiál predáva diler, projektant alebo inštalatér. Jeho preferenciami sú niekedy provízie, jednoduchosť montáže alebo zárobok zo servisu. Tieto medzičlánky oddeľujú konečného používateľa produktu od jeho výrobcu, komunikujú technickým jazykom, a nie jazykom zákazníka. Zákazník neraz zaplatí za riešenie, ktoré nezodpovedá jeho potrebám.

Dobre vyvinuté digitálne konfigurátory riešia niekoľko problémov súčasne: 1. Umožňujú konfigurovať si produkt z pohľadu konečného zákazníka, ktorý nemusí byť technický expert v danej oblasti, no definuje svoje preferencie svojím vlastným jazykom. 2. Sú priamou komunikáciou medzi tvorcom produktu a používateľom a vťahujú zákazníka do inovácie. 3. Online marketing umožňuje sledovať skutočné preferencie rôznych zákazníkov a ich spätné väzby. 4. Odľahčujú pracovníkov, ktorí riešili zákaznícke požiadavky, technické zmeny a cenové ponuky tradičným spôsobom.

Tradičné systémy zákazníckeho servisu sa menia na samoobsluhu. Online marketing posiela tradičné marketingové analýzy do minulosti. Aj inovácie a vývoj prebiehajú v digitálnom ekosystéme, pretože rýchli víťazia nad pomalými a odvážni nad tými, čo sa boja rizika.

autor je vysokoškolský profesor.

Ak ste našli chybu, napíšte na [web@tyzden.sk](mailto:web@tyzden.sk).

[.ján Košturiak .klub](#)

19. august 2018