

Oskar Rossar: automatiseeri ja digitaliseeri, aga ära inimesi unusta

2 aastat tagasi - 06.04.2024 Autor: [AM](#)

Apollo Digitali tegevjuht Oskar Rossar. Foto: Mihkel Leis

Automatiseerimine tähendab operatiivsete protsesside lihtsustamist, kuid valmis tuleb olla kogu ärimudeli põhjalikuks täiendamiseks, ütles Apollo Digitali tegevjuht Oskar Rossar Fotografiskas toimunud Hansabi kaubandusseminaril "360° Kaubanduslahendused 2024". Seal arutasid Euronicsi jaekaubanduse juht Kaidi Kelt, Hansab Groupi tegevjuht Janno Kallikorm ja Apollo Digitali tegevjuht Oskar Rossar, kuidas digitaliseerimise ning automatiseerimisega saavutada efektiivsuse kasv ja seeläbi parem kontroll oma äri üle.

Rossari sõnul on konkurentsipüsimeks ja parima kliendikogemuse pakkumiseks tehnoloogiliste võimaluste kasutamine ettevõtluses möödapääsmatu. Üheksal erineval turul tegutseva Apollo Digitali arendatav Markuse müügitarkvara just kino- ja restoraniäri automatiseerimisega tegelebki.

„Pakume globaalset lahendust, et kinod saaksid jääda kasumlikuks. Näiteks tunnevad kinod üha enam huvi eestlaste iseteeninduskioskite vastu, mis aitavad säästa tööjõukuludelt. Lähiajal hakkame kindlasti nägema reklaame, mille on kokku pannud tehisintellekt: müügisüsteem ja ekraanid hakkavad omavahel ilma inimeseta informatsiooni vahetama,“ ütles Rossar ennustades, et tehisintellekt võtab küll peagi kino- ja restoraniäris üle teatud ülesanded nagu näiteks igapäevase lihtsamate reklaamide tootmise, võimaldades kokku hoida selleks praegu kulutatavat tööaega.

Hansab Groupi juhatuse esimees Janno Kallikorm märkis, kuidas digitaliseerimise või automatiseerimise puhul on oluline trend dehumaniseerimine ehk inimese asendamine tehisaru või robotiga. „See on oluline teema, sest ühelt poolt mängib rolli tehnoloogia suutlikkus, kuid teisalt asjaolu, kui palju meil on üldse inimressurssi kasutada erinevate protsesside jaoks. See on miski, millega ettevõtjad peavad arvestama. Täna sel päeval me ei aruta, kas digitaliseerida või automatiseerida, vaid me arutame, mis mahus, millal ja kuidas me seda teeme,“ hindas Kallikorm.

Automatiseerimine muudab ärimudelit

Apollo Digitali tegevjuht rõhutas, et automatiseerimine ei tähenda ainult operatiivsete protsesside lihtsustamist, vaid ka ärimudeli põhjalikku muutmist. „Ei ole äri, mis ei peaks muutuma, kui sa lähed teenust automatiseerima. Kui sa paned sinna kontseptsiooni täiendava kihi iseteeninduslikke lahendusi, siis see teenus peab operatsioonide poolelt kohe kaasa muutuma, teisiti ei saagi,“ selgitas Rossar.

Ta tõi näite Markuse kogemusest kinomaailmast, kui nad tutvustasid omal ajal innovaatilist lahendust - võimalust tellida joogid otse toolilt. „See samm oli suunatud täisealisele kliendisegmendile ja osutus äärmiselt edukaks, suurendades käivet märkimisväärselt võrreldes traditsioonilise kino tootevalikuga. Täna ei taha keegi ette kujutada staaritoole ilma selle lisamugavuseta.“

Euronicsi jaekaubanduse juhi Kaidi Kelti kinnitusel oli juba paar aastat tagasi selge, et ettevõtte senine tööjaotus ei ole enam jätkusuutlik. „Me pidime sihtima ja optimeerima just selles osas, et töötajad oleksid kaupluses siis, kui seda kõige rohkem vaja on. Samas oli vaja vähendada töötajate arvu ja seeläbi ka personalikulu. Me ei saanud seda varem teha, sest kaupluses oli vaja teha muid asju, näiteks hinnasiltide uuendada. Elektrooniliste hinnasiltidega kadus see vajadus ära. Lisaks oleme me selle mõne kuuga, kui elektroonilised hinnasildid kasutusel on olnud, ka päris mitu puud püsti jätnud tänu sellele,“ tõi Kelt näite automatiseerimise positiivsest mõjust keskkonnale.

Maksmise lihtsus klienditeekonna mõjutajana

Rossar tõstis kliendikogemuses esile ka maksmise lihtsust, märkides, et klienditeekonna vaates on suur erinevus, kas maksmine toimub enne või pärast teenuse tarbimist. „Maksmise lihtsus on klienditeekonna juures kriitiline, see omakorda mõjutab tarbija rahulolu ja ettevõtte tulu. Klient on harjunud maksma klienditeekonna lõpus. Kui ärid üritavad seda protsessi panna kuskile teekonna algusesse ja see on ebamugav, siis tegelikult rikutakse kogu klienditeekond ära,“ tõi ta näite.

Küber- ja andmeturvalisuse tähtsust ei saa Apollo Digitali tegevjuhi kinnitusel samuti alahinnata. Rossari sõnul on see valdkond, millega tuleb tegeleda pidevalt, arvestades küberrünnakute sagedust ja nende potentsiaalset mõju äritegevusele.

Lõpetuseks toonitas Rossar inimfaktori tähtsust automatiseerimise ja tehnoloogilise innovatsiooni protsessis. „Ärge unustage neid inimesi, kelle pärast te seda teete: oma kliente ja oma töötajaid. Üle ei tasu innovatsiooniga pingutada, aga leidlikkust ja katsetamist tuleb hinnata. Piire peab nihutama,“ sõnas ta.

- [Tegijad](#)
- [Uudised](#)

- [Lahendused](#)
- [Tarkvara](#)

Pilt

