



TOK SKRITTET: Da LinkedIn-profilen til Hans Olav Bakås viste at han hadde jobbet 21 år hos If, bestemte han seg for at noe måtte skje. – Jeg har alltid jobbet med innovasjon i og utenfor If. Jeg startet min første butikken som 16-åring. Nå var det på tide å utgjøre en forskjell, sier han. Foto: Privat.

KURSINNSIKT

Dagligvaregründeren som revolusjonerer Mat-Norge

Publisert: 28. apr. 2021

Hans Olav Bakås er på god vei til å endre nordmenns forhold til dagligvarehandel. – Kundene får en annerledes opplevelse, sier han.

– Da vi eksperimenterte med å bruke app-er for å få adgang til butikken, fant vi tidlig ut at terskelen for å bruke slike app-er er relativt høy. De er ikke så intuitive som man kanskje tror, sier Hans Olav Bakås.

Det startet i 2018 med en liten landhandel mellom Seljord og Bø. Hegna Landhandel ble den første konseptbutikken til gründeren som ønsker å helautomatisere norsk dagligvarehandel.

De selvdrevne butikkene er et resultat av egenutviklet teknologi for styring og automatisering, og her ligger Hegna Landhandel helt i tet av den teknologiske utviklingen – også på globalt nivå, forteller Bakås.

Sammen med en løsning som gjør at alle betalingskort fungerer som nøkkelkort til butikken, har butikken kunne holde åpent – døgnet rundt – helt siden oppstarten på sommeren 2018.

– Ti prosent av omsetningen til butikkene foregår på natta, mellom klokken 23 og 7 på morgenen. Det viser hvor viktig tilgjengelighet er for kundene våre, sier han.

Hans Olav Bakås er bare én av de dyktige foredragsholderne som kommer til Kundeservicedagene 2021. [Se hele programmet her!](#)

Bedre kundeservice med ny teknologi?

Ved inngangspartiet til konseptbutikken er det noe som stikker seg ut: Den signalgule kortleseren kan minne om Oslo Sporveiers billettautomater fra 90-tallet.

Den karakteristiske kortleseren er et bilde på filosofien bak prosjektet: Ny teknologi utformet som noe trygt, tillitvekkende, uten glinsende overflater og staffasjer. Noe alle kan bruke, uten å være redd for at det blir for komplisert.

– Blant de litt eldre kundene får vi tilbakemeldinger om at det gir en mestringsfølelse å bruke teknologien. Det blir en del av kundeopplevelsen, sier Bakås.

Vi er alle vant med butikkmedarbeidere som sitter i kassen. Vi sier hei, de skanner varene våre, vi betaler og dermed er handelen gjort.

Men å jobbe i butikk handler ikke bare om å jobbe i kassa, naturlig nok. Bakås får ofte spørsmål om dette: Hva med møtene mellom mennesker? Og hva med menneskene som jobber der?

– Det er viktige spørsmål, og jeg skjønner at de blir stilt. Samtidig er vår erfaring at automatisering frigjør tid til andre arbeidsoppgaver, og tvert imot gir mulighet til *bedre* kundeservice, sier han.

Et eksempel er kjøpmannen som får mer tid til den løse praten med kundene sine. Et annet er butikkmedarbeideren som alltid er tilgjengelig, døgnet rundt, om kunden skulle støte på et problem, forteller Bakås.

– Men det er viktig å huske at det å gi forbrukerne økt frihet til å handle når de selv måtte ønske, det er også god kundeservice.

At flere skal miste jobben til den nye teknologien, er ikke en bekymring gründeren deler.

– Det er ikke sånn at alle mister jobben fordi det kommer ny teknologi – det vi ser, er at de heller får nye roller. Vår erfaring er også at når de butikkansatte kan gjøre jobben uten å være fysisk tilstede, går trivselen opp, sier han, og legger til:

– Kundeservicelederen vår bor for eksempel i Spania, på Alicante.

Hvordan ivareta kundeopplevelsen med 100 prosent automatisering? [Få med deg Hans Olav Bakås innlegg på Kundeservicedagene 2021.](#)

Når kjøpmenn blir forskere

Sentralt i det lille gründereventyret står den statlige støtteordningen [Merkur-programmet](#). Programmet gir støtte til butikker som oppfyller visse krav, og fungerer som driver av innovasjon – og som et distriktspolitisk virkemiddel.

For Bakås har det skapt en mulighet til å inkludere de butikkansatte i et teknologiprojekt som gir gode referanser for fremtiden. Kjøpmenn rundt i distriktene er rett og slett forskere i det som kan kalles et stort forskningsprosjekt, forteller Bakås.

– Det gir en ekstra motivasjon til de som jobber der. De står i spissen av et innovasjonsprosjekt, og får dermed unik arbeidserfaring.

Han legger til:

– Når kundene også har vist at de er fornøyde, og setter pris på brukervennligheten og tilgjengeligheten, så er det mye som klaffer. Dette er en annerledes kundeopplevelse enn den vi er vant med, men jeg overbevist om at den er kommet for å bli.

Det siste året har utvilsomt vært spesielt. Hvilke erfaringer har vi gjort oss? Hvilke varige endringer vil vi se? Og ikke minst: hvordan skal vi oppnå kundeservice 3.0? Kundeservicedagene diskuterer de viktige spørsmålene om fremtidens kundeopplevelser.



Les også



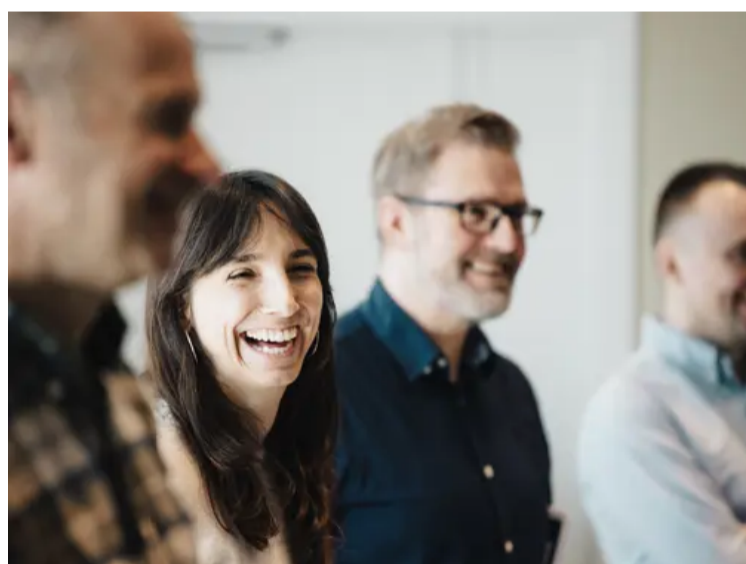
Rigget for fremtiden? – Vi vet mye om hva kundene kommer til å ønske seg

Avansert teknologi er fremtiden for kundereisen – men det betyr ikke at små og mellomstore bedrifter går tapende ut av kampen om kundene. – Innovasjon...



Fremtidens kundeservice: – De siste årene har turbulensen vært konstant, og den er økende

Eirik Newth mener en urolig verden vil skape et kræsj mellom kunders forventninger og hva selskaper kan levere.



– Dette kurset har styrket min emosjonelle kompetanse

Med Teknas lederutviklingsprogram GILA får du dykket dypere i lederrollen – og i deg selv.

Regnskapet som informasjonskilde

28. aug. kl. 09.00–13.00

Nettbasert