



Za rýchlym nasadením softvérových robotov v spoločnosti NAY stoja agilní zamestnanci a tlak zákazníka, ktorý kamenný obchod vymenil za počítač.

„Dnes už nestojí otázka, či automatizovať, ale KEDY a AKO RÝCHLO. Navyše ak zákazník a dodávateľ tvoria jeden tím, výsledky sa dostavia rýchlo.“

Viktória Bracjunová
SOITRON, s.r.o.

Business & New Technologies
Products Development Manager

1. POŽIADAVKY

- **Zefektívniť administratívne procesy** a odstrániť úzke miesta
- **Zlepšiť spokojnosť** a lojalitu **zákazníkov**
- **Eliminovať chybovosť**, ktorá nevyhnutne vzniká pri manuálnych administratívnych činnostiach
- Znížiť biznis riziká
- **Zvýšiť spokojnosť zamestnancov** s prácou

2. RIEŠENIE

- **Výber vhodných procesov** pre robotickú procesnú automatizáciu (RPA) v tandeme s integrátorom, ktorý poskytol know-know a “best practices” z iných retailových firiem
- **Nasadenie softvérovej platformy UiPath**
- **Automatizácia vybraných procesov**
- Zaškolenie kľúčového používateľa zákazníka, ktorý slúži ako interný konzultant

3. VÝSLEDKY

- **Zabezpečenie plynulosti procesov** pri nárazových nárastoch online predaja, napríklad pri sezónnych akciách či lockdownoch
- **Odstránenie úzkych miest**, ktoré môžu viesť k zbytočným zdržaniam, napríklad pri vracaní platieb zákazníkom, pri vybavovaní reklamácií alebo pri overovaní dostupnosti tovaru
- **Skvalitnenie zákazníckych služieb** urýchlením procesov
- **Odbremenenie zamestnancov** od opakovaných monotónnych činností a tým aj zvýšenie ich spokojnosti s prácou
- **Úspora finančných nákladov** na pomocnú pracovnú silu pri sezónnych výkyvoch predaja

Biznis retailovej siete NAY bol v minulosti postavený takmer výlučne na tržbách veľkoplošných predajní NAY. Ešte v roku 2010 mal internetový predaj na celkových výnosoch spoločnosti menej ako jednopercenčný podiel. O dekádu neskôr prekročili online tržby hranicu 100 mil. eur.

Predaj cez internet rástol v NAY niekoľko rokov zhruba lineárne (s výnimkou akvizície siete Electro World), čomu manažment priebežne prispôboval procesy aj personálne kapacity. Postupne takisto prepájal kamenné predajne s online svetom v rámci takzvaného omni-channel konceptu.

Stará myšlienka dozrela zo dňa na deň

Ak by sa nič dramatické nestalo, manažment by pokračoval v nastavenej stratégii. V marci však udrela pandémia. Kamenné predajne zostali zatvorené a život ľudí, vrátane nakupovania, sa presunul na internet. Firme odrazu narástli online tržby medziročne až 5-násobne, čiže na úroveň zhruba o 50 % vyššiu, ako v top sezónach.

Prirodzene, v NAY na zmeny okamžite reagovali. Napríklad posilnením kapacít call centra či rýchlou reorganizáciou a preskolením ľudí. Riaditeľ NAY pre

omnichannel Martin Derňar si však uvedomoval, že to samé nestačí. Niektoré procesy sa totiž zintenzívnili až 20-násobne.

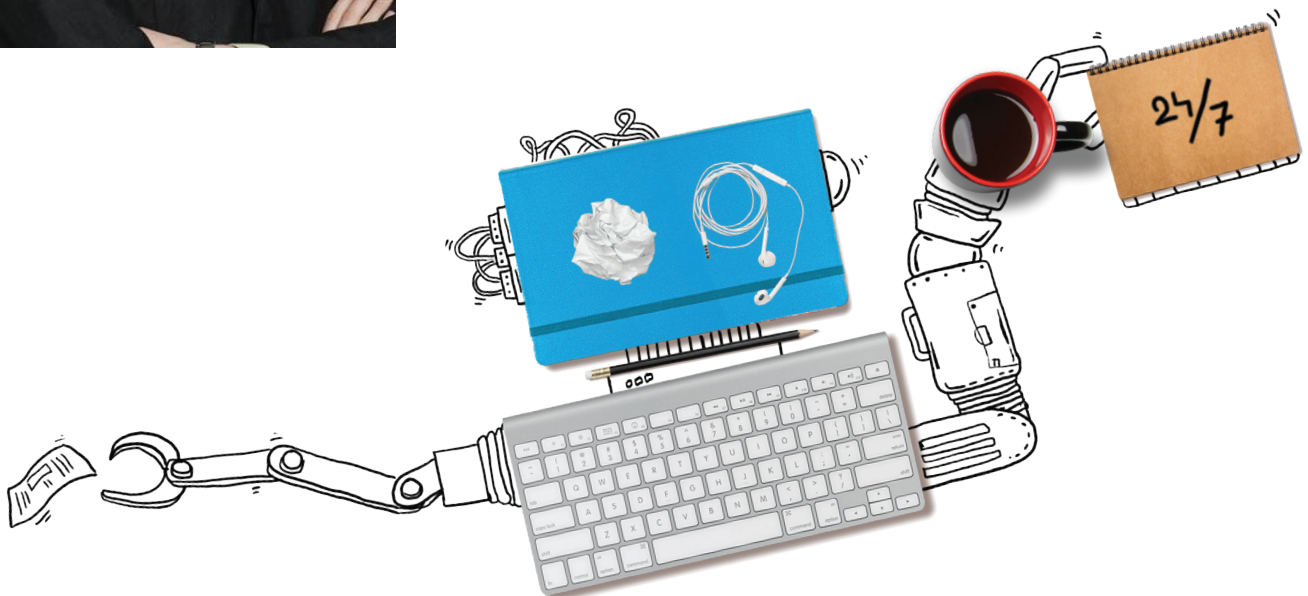
NAY sa preto začala intenzívnejšie pohrávať s myšlienkou automatizovať niektoré administratívne procesy. Nešlo o úplne novú tému. Robotizáciu firma využíva už dlhšie v logistike a nad automatizáciou v oblasti administratívy M. Derňar v minulosti tiež uvažoval. Vraví, že by k nej najbližší rok či dva pristúpili tak či onak, ale podobne ako v iných firmách, pandémia mnohé zamýšľané technologické projekty urýchlila.



„Narážali sme na kapacitné limity a hrozilo, že niektoré požiadavky zákazníkov, napríklad vracanie platieb pri zrušení vopred zaplatených objednávok, nestihneme naplniť v rozumnej lehote. Pri pohľade do vzdialenejšej budúcnosti, v ktorej sa už hmlisto črtala hrozba ďalších vln šírenia pandémie a následných lockdownov, sme si uvedomovali, že bez automatizácie niektorých procesov obdobné náporu zvládnuť nedokážeme.“

Martin Derňar

NAY a.s., Chief Omnichannel Officer



Rýchly výber dodávateľa aj nasadenie

Keď v NAY padlo rozhodnutie „zamestnať“ urýchlene softvérového robota, kontaktoval M. Derňar firmu UiPath, ktorú dlhšie vnímal ako jedného z vedúcich dodávateľov RPA riešení. Keďže tá integráciu nezabezpečuje, odporučila mu obrátiť sa na svojho integračného partnera pre slovenský a český trh, spoločnosť Soitron.

Manažéri NAY mali od začiatku vytipovaných pre robotizáciu viacero procesov, pre počítačový pilot však vybrali iba dva. Prvý bol proces vratiek peňazí z objednávok, ktoré zákazníci zaplatia vopred, ale neskôr zrušia.

A druhým overovanie dostupnosti tovaru na objednávku.

Kritériom pre výber procesov pre pilot bolo dosiahnutie rýchlych prínosov, napríklad

v podobe odbremenenia ľudí od rutínnej činnosti, aby sa mohli venovať práci s vyššou pridanou hodnotou, alebo v podobe skvalitnenia zákazníckych služieb. Pri výbere asistoval aj Soitron svojim know-how z automatizácie procesov u iných retailových zákazníkov.

„Od začiatku sme boli v časovej tiesni, keďže karanténne opatrenia prišli náhle a všetkých prekvapili. Potrebovali sme rýchlo, bez zdĺhavých príprav, dosiahnuť výsledky, a to sa nám aj podarilo. Od prvého kontaktu so Soitronom až po prvé reálne výsledky ubehlo zhruba poldruha mesiaca,“ dodáva M. Derňar. S dodatkom, že NAY je zvyknutá fungovať agilne a rovnaké nároky má aj na dodávateľov.

Po úspešnej automatizácii prvých dvoch procesov sa NAY rozhodol zapojiť softvérového robota aj do ďalších šiestich. Vždy s rovnakými očakávaniami

– odstrániť úzke miesta, zvýšiť efektivitu a spokojnosť ľudí, prípadne aj zákaznicke služby. Išlo napríklad o automatizáciu reportingu, zavedenie virtuálneho robota pre overovanie a vybavovanie reklamácií v rámci predĺžených záruk na call centre, alebo back-officeové procesy súvisiace s účtovníctvom a HR.

Údržba a prevádzka vo vlastných rukách

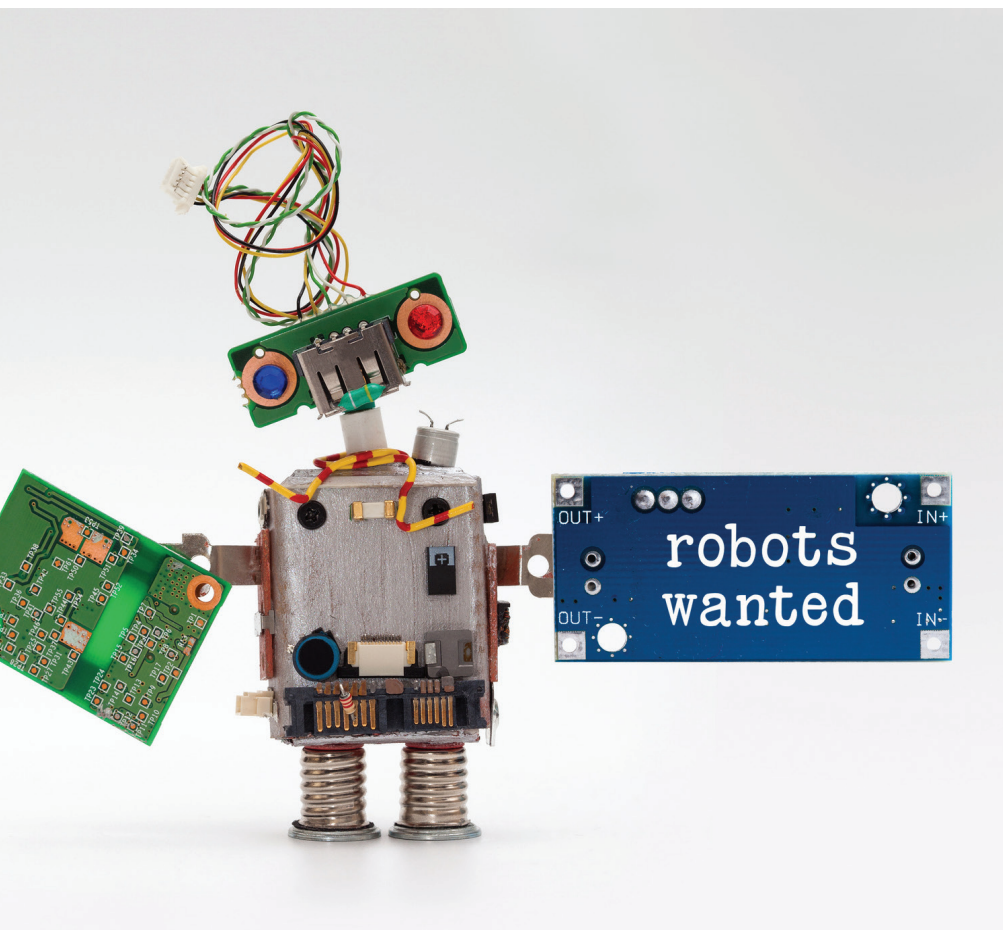
Prvé zaťažkávacie skúšky pre softvérových robotov NAY prebehli na jeseň a v zime 2020, a to ako v Českej republike, tak aj na Slovensku. Či už počas lockdownov, kedy sa predaj presúval do internetu, alebo pri predvianočných kampaniach typu Black Friday a novoročných výpredajoch, kedy dopyt skokovo narastá.

„Ak by sme sa na takéto výkyvy a nárasty online predaja nepripravili, a to vrátane robotizácie procesov, museli by sme tmiť ponuku znižovaním investícií do online marketingu, aby sme dopyt dokázali uspokojiť.“

Martin Derňar.

NAY a.s., Chief Omnichannel Officer

Presné vyhodnotenie rýchlosti návratnosti investícií manažment NAY ešte len čaká, ale z doterajších skúseností a predbežných výsledkov sa zdá, že plány dosiahnuť návratnosť najneskôr do 3 rokov sa naplnia. Napríklad robotizácia procesu overovania dostupnosti tovaru ušetrí firme mesačne ekvivalent pracovného času ôsmich zamestnancov s plným úväzkom. Investícia pri tomto procese by sa preto mala vrátiť do jedného roka.



Iné procesy, ktoré boli robotizované, sú orientované na znižovanie biznis rizík, na spokojnosť zamestnancov alebo zákazníkov. Pri nich vyčíslenie návratnosti nemusí byť také jednoznačné. Robotizácia totiž okrem úspory pracovného času preukázateľne znižuje aj chybovosť a eliminuje riziká, ktoré vyplývajú z administratívnych chýb a zefektívňuje procesy, ktoré majú priamy vplyv na zákaznícku spokojnosť.

„Ak zákazníkovi rýchlejšie vrátime platbu, ak eliminujeme riziko, že pri vracaní nedôjde k chybe, pre ktorú sa jej bude musieť opätovne dožadovať, alebo urýchlíme vybavenie reklamácie na základe predĺženej záruky, zvyšujeme jeho spokojnosť a tým aj šancu, že u nás opäť nakúpi,“ hovorí M. Derňar.

V neposlednom rade netreba zabudnúť aj na spočiatku možno prehliadaný, ale o to dôležitejší prínos v podobe spokojnejších zamestnancov, ktorých robot zbaví rutinných manuálnych činností. „Pre mňa bolo azda najhodnotnejšie práve zistenie, že dávame ľuďom priestor na kreatívnejšie činnosti a to je obzvlášť dôležité pre mileniálov a ďalšie generácie mladých ľudí, pre ktorých je dôležité aby nemali monotónnu nudnú prácu,“ dodáva šéf NAY pre omnichannel.

Otázka v NAY dnes preto nestojí tak, či ďalšie procesy robotizovať, ale ktoré a ako rýchlo. M. Derňar verí, že robotizácia prvých procesov poslúži tiež ako inšpirácia pre ľudí z jednotlivých oddelení firmy.

„Chceli sme, aby videli, že tento prístup má zmysel a v budúcnosti prichádzali proaktívne s návrhmi, čo iné vieme takto automatizovať, a tým pomohli firme aj sebe.“

Martin Derňar.

Chief Omnichannel Officer
NAY a.s.



NAY a.s.

Spoločnosť je najväčším špecializovaným maloobchodným predajcom elektroniky v Slovenskej republike s trhovým podielom približne 25 %. Na trhu pôsobí od začiatku 90-tych rokov minulého storočia. Jej história je zaujímavá najmä z toho pohľadu, že vznikala bez dedičstva vyspelého trhu, z ktorého by mohla čerpať skúsenosti. Aj vďaka tomu mala levý podiel na vytvorení dnešnej podoby maloobchodu nielen na Slovensku, ale v celom stredoeurópskom regióne. Momentálne má spoločnosť NAY a.s. na Slovensku 38 predajní NAY a 19 predajní Electro World v Českej republike.

www.nay.sk



SOITRON, s.r.o., člen skupiny SOITRON Group

Spoločnosť Soitron je stredoeurópskym integrátorom, ktorý pôsobí na IT trhu už od roku 1991. Filozofiou spoločnosti je snaha neustále napredovať, a aj preto je lídrom v zavádzaní unikátnych technológií a inovatívnych riešení. Svojim klientom ponúka produkty a služby v oblasti robotizácie a automatizácie procesov, internetu vecí (IoT), IT infraštruktúry, komunikačných a cloudových riešení, IT bezpečnosti, IT služieb a outsourcingu, IT poradenstva a aplikácií či digitalizácie IT oddelení. Do produktového portfólia patrí aj riešenie pre inteligentné policajné autá, ktoré je známe pod značkou Mosy. SOITRON, s.r.o. je členom skupiny SOITRON Group, v ktorej pracuje viac ako 800 medzinárodných odborníkov. Skupina združuje profesionálne tímy na Slovensku, v Českej republike, Rumunsku, Turecku, Bulharsku, Poľsku a Veľkej Británii.