

Mobil e-læring med 100 km i timen

DSB's togfolk får PDA'er med en vejledning lige ved hånden

E-læring

AF NIELS BARFOD

Mobil e-læring er nu blevet et kosteffektivt alternativ til traditionel kursus-virksomhed. E-læring på en PDA udnyttes effektivt som trænings- eller uddannelsesværktøj specielt for medarbejdere, som er udegående og på farten hele tiden. Det kan være hjemmehjælpere, montører, lægemiddelkonsulenter eller sælgere.

Mange af disse grupper vil i fremtiden stå i direkte trådløs forbindelse med hjemmebasen hele dagen enten via en PDA med dataforbindelse f.eks. gprs eller en pc med wireless hotspot. Flere kommuner herhjemme er i svang med PDA-projekter til hjemmehjælpen.

Togfolk

Virksomheden Courseware har leveret et e-læring-koncept til DSB's togførere, som fremover skal bruge en PDA, når passagererne skal billetteres undervejs.

»Og vejledningen skal så at sige være lige ved hånden,« siger projektleder cand.it.



Togfører Josefine Dandanell Larsen er klar til at tage den nye håndholdte teknologi i brug.

dag kan være under fem timer, og løber den tom, så mister den alle data.

Prisberegning

Til DSB har Courseware leveret et e-læring-system til togførerne, som fremover vil have en PDA med et prisberegningssystem, så de kan billettere passagererne undervejs. DSB er i gang med at forsyne alle togførerne med PDA'er med vagtplan, afgang og ruteplan samt et prisberegningssystem til brug for billettering i toget.

Meningen med e-læring på PDA'en er, at togførerne kan udnytte de mange stilleperioder, der opstår undervejs, til at lære sig selv op. For DSB betyder den mobile e-læring, at der kan spares mange penge, fordi medarbejderne ikke skal tages ud af en vagtplan for at gå på kursus. På togførerens PDA findes bl.a. små videoinstruktioner, som fortæller, at der ikke må fløjtes afgang, før togføreren har sikret sig, at eventuelle cateringfolk, som er steget på toget i den modsatte side af perronen, er kommet vel ud igen.

niels.barfod@borsen.dk

Intelligente diske reducerer kundekøer

Engelske Tesco har succes med ny forretnings-teknologi

FINANCIAL TIMES
Med eneret for Børsen

AF ANNIE COUNSELL,
Financial Times

Tesco, der er den ene af verdens tre førende internationale detailkæder, har 2318 forretninger og beskæftiger 326.000 personer. Ved årsskiftet 2002/2003 havde Tesco 45 pct. af sit salgsareal i udlandet efter dets indtræden på de nye vækstmarkeder i Centraleuropa og Asien, hvor kæden nu har forretninger i 11 lande.

Andelen af samlet salgsareal uden for Storbritannien var på 49 pct. ved årsskiftet 2003/2004. I 2000 oprettede

man tesco.com, home-shopping-tjenesten for dagligvarer, der siden er blevet den største af sin art i verden. Siden Tesco blev grundlagt i 1924, har detailhandelsmarkedet ændret sig dramatisk med store ændringer i kundernes efterspørgsel, smag og krav om et konstant voksende udvalg af dagligvarer og andre produkter.

Tidsfaktor

Fødevareremontrene, hvor kunderne kan vælge mellem et udvalg af specialiteter og ikke-emballerede produkter, indeholder bl.a. delikatesser, bager-, slagter- og fiskevarer. Muligheden for at kunne vælge sig en smagsprøve med en enkelt skive kød eller ny ost gør disse diske meget populære hos mange kunder. Hovedproblemet har blot været, at det er meget tidskrævende og indebærer fejlmuligheder, når man skal håndtere disse individuelle ønsker. Kunder, der ønsker yderligere oplysninger om forskellige produkter, er nødt til at vente, indtil medarbejderne har fundet

Camilla Bartholdy fra Courseware.

»Mange virksomheder indfører nu mobile teknologier, så medarbejdere i felten hele tiden kan være i kontakt med virksomhedens CRM-systemer, så de kan være on-line med time- eller opgave-registrering. Men det nytter ikke meget, hvis medarbejderne ikke kan finde ud af at bruge teknologien. Medarbejdere skal lære at bruge de nye

håndholdte enheder, og den nemmeste måde er at have læreprocessen tæt på den virkelighed, medarbejderne står i,« fortæller hun.

»Som alternativ til at trække folk ind på kursus en hel

dag, er e-læring via en PDA kosteffektivt. Hvis den nye teknologi skal blive en succes, så kan det helt enkelt handle om at fortælle folk, at de skal have et ekstra batteri med, da batterilevetiden på en PDA i

den steg med 40 pct., og både kundeservice og produktivitet blev forbedret på grund af reduceret betjeningstid.

Mark Green fortæller, at i de forretninger, der benytter de intelligente diske, er datastyringen betydeligt lettere, den kan analysere salgsresultaterne, både i den enkelte forretning og på hovedkontors-niveau. De individuelle salgsmedarbejderes produktivitet kan også måles i forhold til transaktionstid og produktivitet.

Kundernes tilfredshed er forbedret, da medarbejderne kan besvare en lang række forespørgsler med stor sikkerhed, komme med forslag, og have pris- og lageroplysninger »på fingerspidserne«. Problemerne med forkerte oplysninger på varenes mærkesedler er elimineret, da alle produkterne har et grafisk display på skærmen for både salgsmedarbejder og forbruger.

Der gennemføres nu undersøgelser for at måle forbrugernes feedback, og al feedback har været positiv, undertiden ledsaget af visse nye forslag, f.eks. forslag om at gøre det lettere at se skærmen fra diskens kunde-side.

Systemet omfatter en realtids applikation, der konstant scanner for opdaterede prisændringer fra hovedkontorets side. Det sikrer, at priserne konstant er rigtige og opdaterede. Det er også nemt at

indlægge specialtilbud og reklametilbud, siger Green.

Intelligente diske bliver et permanent træk i Tescos diske i løbet af det kommende år, da de nu placeres i flere forretninger. Systemet er iværksat i 330 forretninger, og Tesco sigter på at være oppe på 480 forretninger inden julehandlen, der er en ekstrem travl tid ved diskene i fødevarerdivisionerne.

Net-forbindelse

En anden fremtidig fordel for kunderne er, at Tesco undersøger muligheden for at tilbyde en tilsvarende »disk-service« for de net-handlende fra

starten af næste år. Tidligere var dette for tidskrævende og inkompatibelt, men med .Net-teknologien vil man kunne forbinde platformen til Tescos hjemmeside og dermed kunne tilbyde et større udvalg.

Man vil foretage internationale forsøg i løbet af det kommende år, da systemet omfatter flersprogede muligheder for Tescos internationale forretnings-netværk.

»På grund af dets fleksibilitet er det meget nemt at indbygge forskellige prisstrukturer, f.eks. euro, ligesom der kan tages højde for kulturelle præferencer i de forskellige markeder,« tilføjer Green.



AMAGER CENTRET
AMAGERBRO

Centerchef
Amager Centret
www.unikhr.dk

UNIK
Human Resources