



Marts 2018

## Når ekspedienten er en robot, bliver tilliden overladt til designet

Fremtidens ekspedient bliver digital. Det kan give langt mere personaliserede oplevelser – men det personlige og tillidsskabende element forsvinder. Derfor skal fremtidens retailere investere mere i design – for det bliver herigennem, at man kan give forbrugeren det bedste af to verdener, lyder det fra Adobe.

Den øgede digitalisering rokker ved mere end vores dataforbrug. Produkter, vi har vænnet os til at holde om med to hænder, ligger nu beskyttet i lommen eller i skyen sammen med op til flere millioner andre produkter. Den fysiske kontakt med ekspedienter af kød og blod kan og vil blive erstattet af en digital rådgiver af data og algoritmer – simpelthen fordi rådgivningen vil være hurtigere, nemmere og mere nøjagtig.

Med udviklingen følger en række forventninger og krav fra forbrugerne, som ikke nødvendigvis omstiller sig i samme tempo. Den lidt langsommere tilvænning er forståelig hos dem, der fx er blevet rådgivet af den samme kyndige brugsuddeler i 10 år.

Nøgleordet her er tillid. Der varer længe, før vi alle nærer samme tillid til det digitale som til det humane. Når vores ekspedient pludselig er digital, processen er digital og al øvrig kommunikation er digital – så hviler tilliden på det eneste håndgribelige, der er tilbage: designet.

“Et godt og ikke mindst brugervenligt design er mere afgørende end nogensinde. Med et troværdigt og intuitivt design kan en virksomhed udtrykke sig personligt og menneskeligt, og gennem den sanselige og tekniske oplevelse vise, at man er pålidelig og funktionel,” fortæller Johan Lopes Helgesson, der er nordisk brugervenlighedseksperter og ansvarlig for Adobe XD, et program til at designe gode og intuitive brugeroplevelser.

### **Apps som UBER har vist vejen**

Hos Adobe er man overbevist om, at der et digitalt paradigmeskifte på vej. Ifølge Johan Lopes Helgesson er der en række oplagte eksempler på, hvor retailere kan finde inspiration, når de udvikler løsninger.

“Tag en applikation som Uber som eksempel. Da jeg var barn, var regel nummer et ALDRIG at sætte sig ind i en fremmed persons bil. I dag bestiller man en fremmed person til at komme og køre en hjem – gennem en app. En app, vi har tillid til, fordi den bare fungerer og er lækker at

bruge. Det er lidt af et paradigmeskift. Havde Uber holdt sig inden for de lovgivende rammer, ville de blive hyldet for teknologien i dag", afslutter Johan Lopes Helgesson.

[Læs mere om Adobe XD her](#)

**For yderligere information:**

Adobe, kommunikationschef Jes Schyum, tlf. 26 70 46 70, e-mail: [jschyum@adobe.com](mailto:jschyum@adobe.com)

Holm Kommunikation, konsulent Lotte Sievers, tlf. 23 63 29 28, e-mail: [ls@holm.dk](mailto:ls@holm.dk)

**Om Adobe**

Adobe ændrer verden igennem digitale oplevelser. For mere information, besøg [www.adobe.com](http://www.adobe.com)