

Kreativa lösningar gör Electrolux världsledande

Innovativa och kreativa IT-lösningar värderas högt på Electrolux. Som medarbetare inom data och IT utmanas du ständigt genom hållbara projekt som förenklar människors vardag. Företaget erbjuder utveckling, internationella projekt och en dynamisk arbetsmiljö.

Electrolux är en av världens ledande tillverkare av hushållsapparater och driver hela tiden utvecklingen framåt. Företaget vill bidra till en enklare och mer hållbar vardag för människor runt om i världen. För att lyckas behöver medarbetare inom IT och data hela tiden hitta nytänkande lösningar. Johan Vallin, Global Head of Data Science på Electrolux berättar:

– Mycket av det vi gör på Electrolux är nytt. Vi bryter hela tiden ny mark och hittar smarta IT-lösningar för att klara våra visionära idéer. Min avdelning handlar om AI, data science och maskininlärning. Vi kurerar data från olika system för att kunna göra analyser eller automatisera processer med algoritmer.

Datadrivna beslut eftersträvas

IT-verksamheten genomsyrar Electrolux; från ekonomi och marknadsföring till logistik och tillverkning. För den som jobbar med IT finns det alltid nya områden att utforska. Johan Vallin illustrerar hur viktiga datadrivna beslut är:

– Genom att förutspå oljebytet i en maskin kan vi minimera risken att den går sönder, vilket skulle medföra dyra reparationer och produktionsstopp. I stället för att byta olja med ett antal månaders intervall kan vi mäta vibrationer i kullager, temperatur, viskositet på oljan och hur snabbt maskinen jobbar.

Ett annat exempel är prognostisering av försäljning. Electrolux kunder är återförsäljare inom vitvaruhandel. Genom att bli bättre på att förutspå vad återförsäljarna kommer att sälja både över längre och kortare tid, kan vi planera produktion, lager och distribution på ett effektivare sätt.

Smart algoritm förenklar livet

Electrolux jobbar med både praktiskt genomförbara projekt och framtidsbilder. Det är en spännande utmaning att skapa algoritmer som skapar värde för folk i vardagen. Johan Vallin berättar entusiastiskt om en vision som hans team har:

– En liten algoritm förstår att du har en stor gratäng i ugnen och anpassar tillagningen efter storleken. Är det lördag eftermiddag kanske algoritmen antar att den stora gratängen betyder gäster och skickar ut robotdammsuga-

ren. Därefter sätts luftrenaren på för att skapa fräsch luft. När gästerna kommer, ökar luftkonditioneringen så det inte blir för varmt. Vi orkestrerar hemmets olika funktioner på ett trevligt sätt utan du att behöva tänka på det. Ofta handlar det om att orkestrera flera algoritmer tillsammans i en symfoniorkester. Det är verkligen kreativt.

Ödmjukhet viktig egenskap

Kreativitet är något Johan Vallin återkommer till flera gånger. Ödmjukhet är en annan egenskap han värderar högt hos sina medarbetare. Det handlar om respekt för andras kunskap, andra kulturer, personers tid och att människor har andra värden i livet förutom jobbet. Hela bolaget präglas av en ödmjuk inställning.

Utvecklingspotentialen hos Electrolux är stor. Förutom en kreativ miljö och spännande utmaningar finns ett gediget utbildningsprogram, olika nätverk och möjligheten att jobba utomlands. Företaget har 55 000 medarbetare i 155 länder.

– Jag har aldrig stött på något annat bolag som har en lika seriös talangprocess. Personalen värderas högt och uppmuntras att testa nya jobb i olika länder. Bara i mitt team finns 14 nationaliteter, berättar Johan Vallin.

Teamet växer ständigt och med en relativt stor andel erfarna data scientists och data engineers behöver vi förstärkning av unga, nyutexaminerade systemvetare, elektroingenjörer, interaktionsdesigners, statistiker med flera.

Socialt och miljömässigt ansvarstagande

Förutom att förbättra kundernas vardags vill Electrolux ta ansvar för de samhällen företaget verkar i. Electrolux



Johan Vallin, Global Head of Data Science på Electrolux.

Foto: Electrolux

har jobbat med hållbarhet i 15 år och har därför ett försprång jämfört med andra. Som ett led i företagets arbete med att bli koldioxidneutralt 2050, kommer bonusar att baseras på hur väl Electrolux lyckas minska utsläppen.

– Socialt och miljömässigt ansvarstagande är en del av vårt DNA. Vi vill ta hand om människor, natur och miljö på ett så schysst sätt som möjligt. Och vi tar verkligen hand om våra medarbetare, avslutar Johan Vallin.

i

Electrolux är ett ledande globalt vitvaruföretag som i mer än 100 år gjort livet bättre för miljontals människor. Vi utvecklar nya sätt att skapa smakupplevelser, ta hand om kläder och få en hälsosammare hemmiljö. Vi strävar ständigt efter att leda utvecklingen mot ett mer hållbart samhälle genom

våra produkter och vår verksamhet. Genom våra varumärken, som inkluderar Electrolux, AEG och Frigidaire, säljer vi cirka 60 miljoner produkter till hushåll på cirka 120 marknader varje år. Under 2019 hade Electrolux en omsättning på 119 miljarder kronor och cirka 49 000 anställda.



Electrolux

För mer information besök www.electroluxgroup.com