

Hesburger kasvatti kokonaismyyntiään uusilla digitaalisilla palveluilla – palkittiin vuoden parhaana

Uunituore selvitys osoittaa, että teknologiakumppani Taisteon kanssa rakennettu kokonaisuus vauhditti ravintoloiden liikevaihtoa merkittävästi.

Pikaruokaketju **Hesburger** on saavuttanut merkittäviä tuloksia rakentamalla täysin räätälöidyt ohjelmistoratkaisut yhdessä turkulais-helsinkiläisen teknologiatoimisto **Taisteon** kanssa. Euroopan laajuinen kokonaisuus on sisältänyt uudet itsepalvelukassat, noutonäytöt sekä ravintolahenkilökunnan työtä helpottavat tilausten keräilytabletit.

Taisteon toteuttama data-analyysi osoitti, että uudistukset kasvattivat myyntiä keskimäärin noin kymmenen prosenttia niissä ravintoloissa, joissa ohjelmistot otettiin käyttöön.

Laskenta on suoritettu 67 ravintolassa, joihin on asennettu uudet järjestelmät vuosien 2022-24 välillä. Myyntilukuja tarkasteltiin neljän viikon ajanjaksoissa ennen uusien digiratkaisujen julkaisua ja sen jälkeen.

Vuonna 2024 koko Hesburger-ketjun verollinen myynti oli 488,6 miljoonaa euroa, josta Suomen osuus oli 295 miljoonaa euroa, joten tulos 67 ravintolasta on myös euromääräisesti huomattava. Hesburgerilla on 487 ravintolaa yhdeksässä eri maassa: Suomessa, Virossa, Latviassa, Liettuassa, Saksassa, Ukrainassa, Bulgariassa, Puolassa ja Romaniassa.

Tulos on myös kansainvälisenä digitalisaatiohankkeena poikkeuksellinen onnistuminen, joka on toteutettu kokonaan Suomessa noin 30 henkilön tiimin voimin. Ratkaisut ovat vakuuttaneet myös alan asiantuntijat: Suomen suurin digitaalisen median kilpailu **Grand One** palkitsi maaliskuussa 2025 Hesburgerin tilaustenhallinnan vuoden parhaana digitaalisena palveluna. Kokonaisuus sai lisäksi kunniamaininnat Paras palvelumuotoilu- ja Paras käyttökokemus -kategorioissa.

Järjestelmien uudistukset ovat tyypillisesti aikaa vieviä ja epävarmoja projekteja, minkä vuoksi monet yritykset päätyvät käyttämään valmiita ohjelmistotuotteita", toteaa Hesburgerin toimitusjohtaja **Kari Salmela**.

"Hesburgerilla olemme kuitenkin halunneet rakentaa alusta asti omat ohjelmistotuotteemme, koska ne palvelevat viime kädessä omaa liiketoimintaamme parhaiten."

Kilpailu pikaruoka-alalla edellyttää tinkimätöntä laatua ja ketteryyttä digitalisaatiohankkeissa.

"Vaativissa tietojärjestelmien uudistuksissa tarvitaan yhtä lailla niin teknologian kuin käyttökokemuksen osaamista", Taisteen toimitusjohtaja **Oscar Salonaho** muistuttaa.

"Lisäksi on tärkeää pitää huolta siitä, että joka käännteessä keskitytään yrityksen liiketoimintaan ja asiakastyytyväisyyteen."

Digitalisaatiohankkeiden onnistumisen mittaaminen on usein haastavaa, koska liikevaihtoon vaikuttavat monet tekijät. Salonaho korostaa analytiikkaosaamisen tärkeyttä:

"Suunnitelmallisuus datan keräämisessä on meillä keskeisessä roolissa – tulosten arvioinnissa on varmistettava, etteivät siihen vaikuta sesongit tai vastaavat muuttujat."

Räätälöity ohjelmistokehitys koetaan yrityksissä usein kalliiksi. Hesburgerille investointi on kuitenkin tulokseen ja yrityksen kokoon nähden ollut erittäin kannattava. Salonaho rohkaiseekin yrityksiä harkitsemaan ennakkoluulottomasti omaa kehitystä vaihtoehtona valmisohjelmistoille.

"Omat laadukkaat digiratkaisut ovat suuri kilpailuetu."



Hesburgerin digitaalisia ratkaisuja rakennetaan tiiviissä yhteistyössä henkilöstön kanssa. Kuvassa vasemmalta oikealle: Ville Kaisla (Taiste), Jenni Kaukoranta (Hesburger), Tiina Viljakainen (Taiste), Saara Alho (Taiste), Anssi Soinu (Arado) sekä Pyry Liukas (Taiste).

Taiste lyhyesti

- Perustettu vuonna 2009
- Työllistää n. 60 henkeä
- Toimistot Helsingissä, Turussa ja Jyväskylässä
- Liikevaihto 7,9 miljoonaa euroa vuonna 2024

Lisätiedot ja haastattelupyynnot

Tuomas Jalamo
Viestintäpäällikkö, Taiste Oy
tuomas.jalamo@taiste.com / +358 44 295 7710

Lehdistökuvat

[LATAA KUVAT TÄÄLTÄ](#)

Linkit

[LISÄTIETOA TILAUSTEN HALLINNAN UUDISTUKSESTA](#)

[GRAND ONE -KILPAILUN VERKKOSIVUT](#)

