



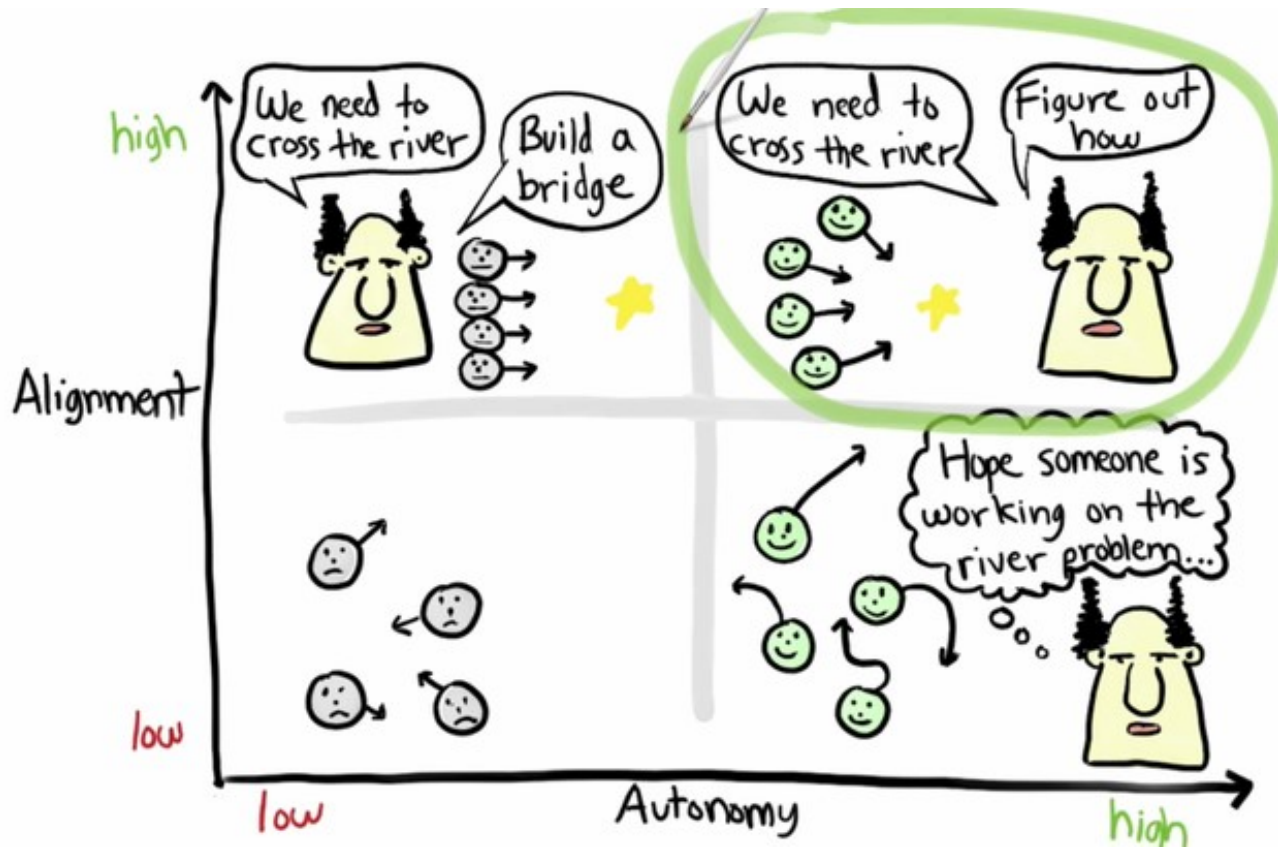
Kde je v agilitě zákazník?

Lukáš Cingr, Hana Wasserburger

—

24. 1. 2019

Dilema autonomie a směřování



Dobrá zákaznická zkušenost přináší pozitivní výsledky

Růstová dynamika po sektorech za poslední 3 roky (UK)

Růst tržeb
Top 100 CX
vs. FTSE 100

Finanční služby



2x větší

Maloobchod (bez potravin)



3,5x větší

Cestovní ruch



1,5x větší

● FTSE 100 ● Top 100 nejlepších zákaznických zkušeností ve Velké Británii

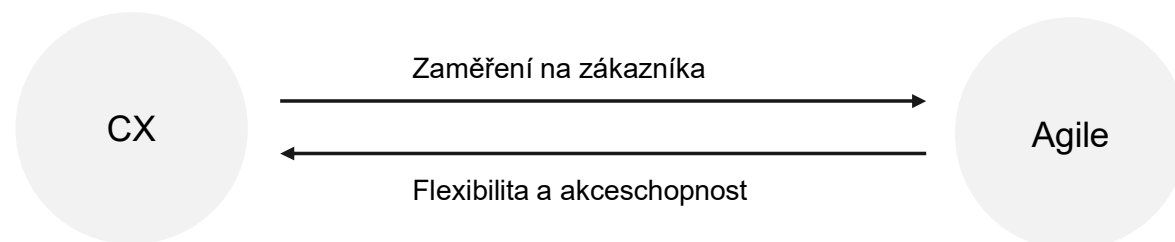
Agilita a zákaznická zkušenost se navzájem podporují

93 % CX iniciativ selhává, protože se společnost neumí rychle přizpůsobit

Forrester

Zákaznická zkušenost je klíčový diferenciator

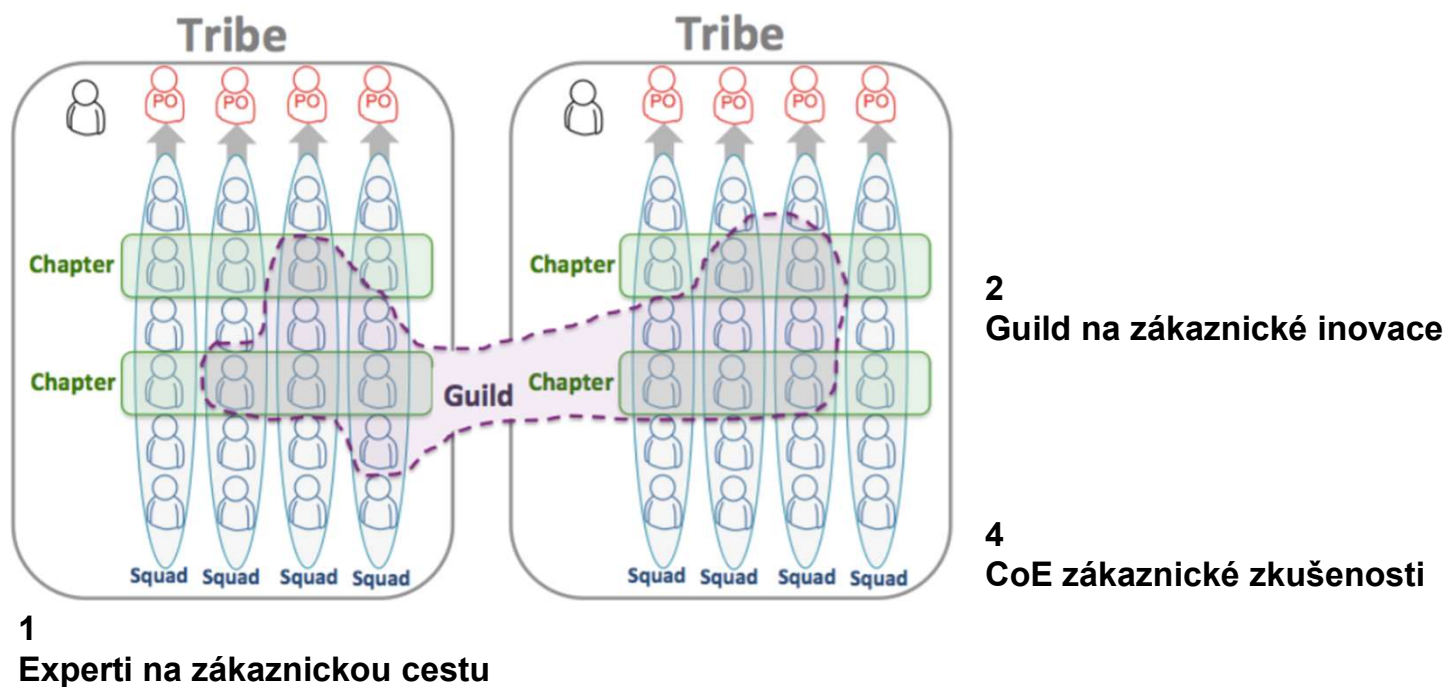
*Harvard Business Review
ING*



Možnosti zapojení zákaznického pohledu v agilní organizaci

3

Architekt zákaznické zkušenosti



Nástroje k zapojení zákaznického pohledu v praxi

Nástroje zákaznické zkušenosti

Principy zákaznické zkušenosti

Jak to má vypadat

Persony

Kdo je zákazník

Zákaznická cesta

Design zákaznických interakcí

Prioritizace z pohledu zákazníka

Zajištění souladu s principy CX

Běžné fungování agilní firmy

Strategie

Quarterly Business Review (QBR)

Epics a plán

Sprinty

User stories

Příklad principů zákaznické zkušenosti



Show me you know me

Ukažte mi, že mě znáte



Tell me what I need to know

Řekněte mi, co bych měl vědět



Make it easy

Usnadněte mi to



Find a solution

Najděte řešení

– Založené na jejich strategii „Na vaší straně“

– Slouží k:

Vyhodnocení
a designu zákaznické
cesty

Prioritizaci investic

Náboru
a rozvoji
zaměstnanců

Příklad struktury zákaznické cesty

Co zákazník dělá?

Fáze
Touchpoints (interakce)
Aktivity
Využívané kanály

Jak je zákazník naladěný?

Očekávání
Emoce zákazníka

Co mu vadí / dělá radost?

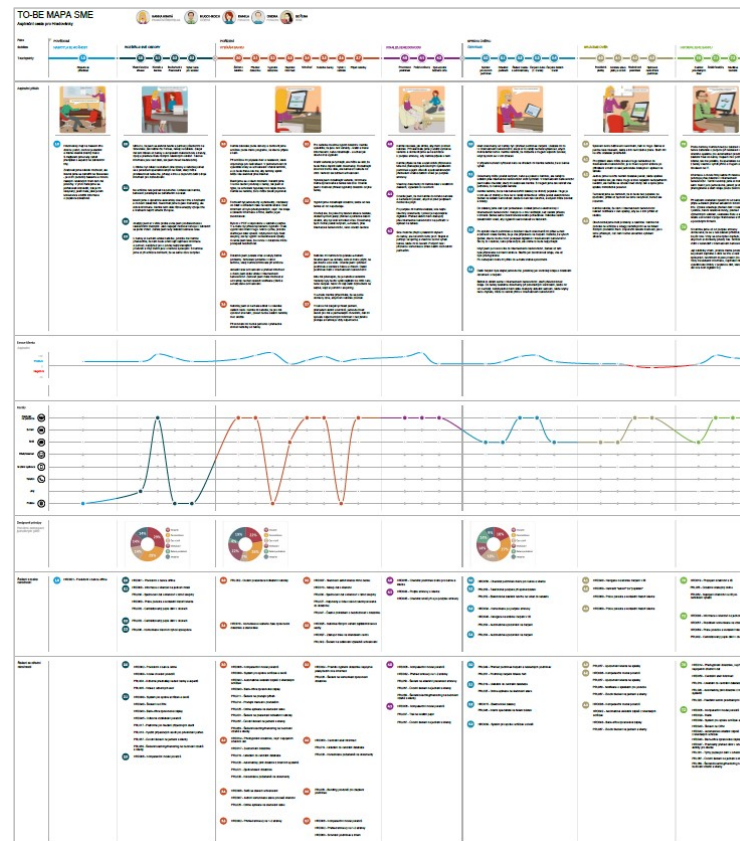
Painpointy
Gainpointy

Co nás interně trápí?

Voice of Business

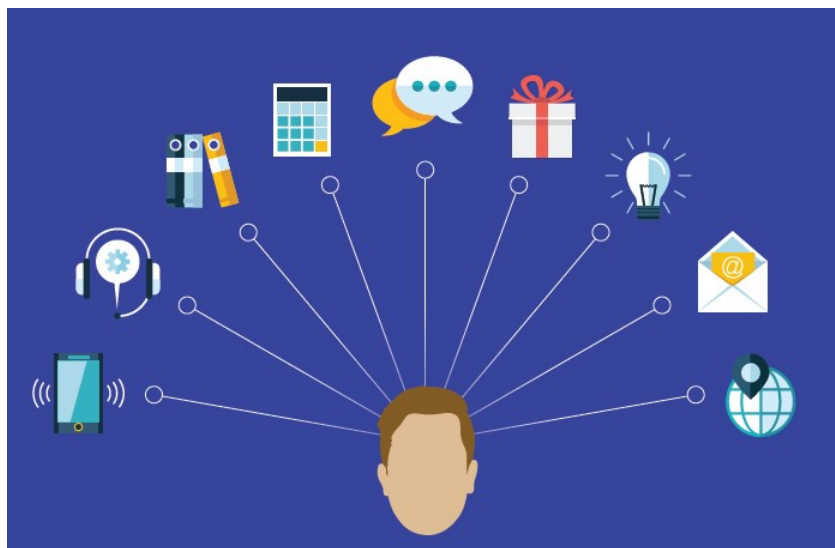
Co s tím uděláme?

Designové principy
Řešení
Dopady

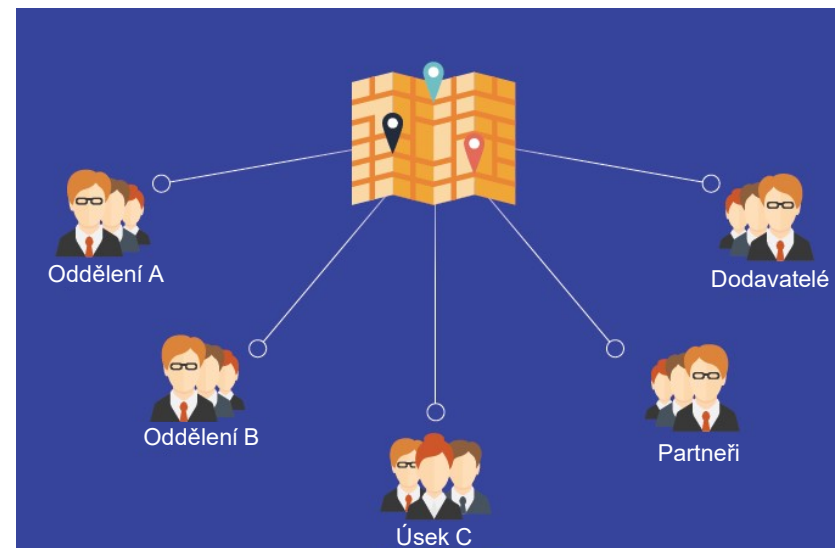


Jak se na CX dívat

Zvenku



Zevnitř



6 pilířů zákaznické zkušenosti



INTEGRITA

Vnímaná i reálná důvěryhodnost



OČEKÁVÁNÍ

Řídit, dostát, příp. předčit očekávání zákazníků



ŘEŠENÍ PROBLÉMŮ

Schopnost obrátit negativní zkušenost v pozitivní – případnou stížnost/reklamaci efektivně vyřešit a zákazníkovo újmu patřičně kompenzovat



ČAS A ÚSILÍ

Snaha minimalizovat úsilí, jež musí zákazník vynaložit; odstranění procesních nedostatků a zbytečných prostojů



PERSONALIZACE

Individuální přístup se snahou vytvořit emoční pouto



EMPATIE

Schopnost emočního porozumění zákazníkovi v jeho situaci