

#GXpresso

# V šálku CXpressa najdete jen výběrová témata

- 30 minut inspirace pro všechny, kteří se chtějí udržet v obraze o novinkách, trendech a zajímavostech ze světa (nejen) zákaznické zkušenosti
- Budeme se potkávat zhruba jednou měsíčně
- Chceme vám přinášet to, co funguje z pohledu zákazníků i businessu



Hledáme  
inspiraci



Servírujeme to,  
co funguje



Společně kultivujeme CX  
mindset firem v ČR

# Jsme KPMG, jaké (možná) neznáte



- **Fungujeme jako agentura** jen se zázemím **globální firmy**
- **Forrester** označuje KPMG jako **CX leadera**. Ne kvůli velikosti, ale **kvůli přístupu**
- Neděláme konzultantské slidy, přinášíme **reálnou změnu**
- Zkoumáme trh a vy si výsledky můžete stáhnout v studii **[nejlepší.cx](https://www.kpmg.cz/nejlepsi)**

# Šest pilířů zákaznické zkušenosti



## Personalizace

Osobní přístup značky k zákazníkovi



## Integrita

Je značka důvěryhodná?



## Čas a úsilí

Jak náročná je zákaznická cesta?



## Řešení problémů

Za jak dlouho a jakým způsobem dokáže značka vyřešit zákazníkův problém?



## Očekávání

Dokáže značka naplnit nebo dokonce předčít očekávání zákazníka?



## Empatie

Chápe značka situaci zákazníka? Dokáže značka přizpůsobit zákaznickou zkušenost jeho potřebám?

# #Gxpresso

Dnešní téma: **Empatie**



## Empatie

Chápe značka situaci zákazníka? Dokáže značka přizpůsobit zákaznickou zkušenost jeho potřebám?



**Empatie:**

**Dokáže značka projevovat porozumění systémově?**

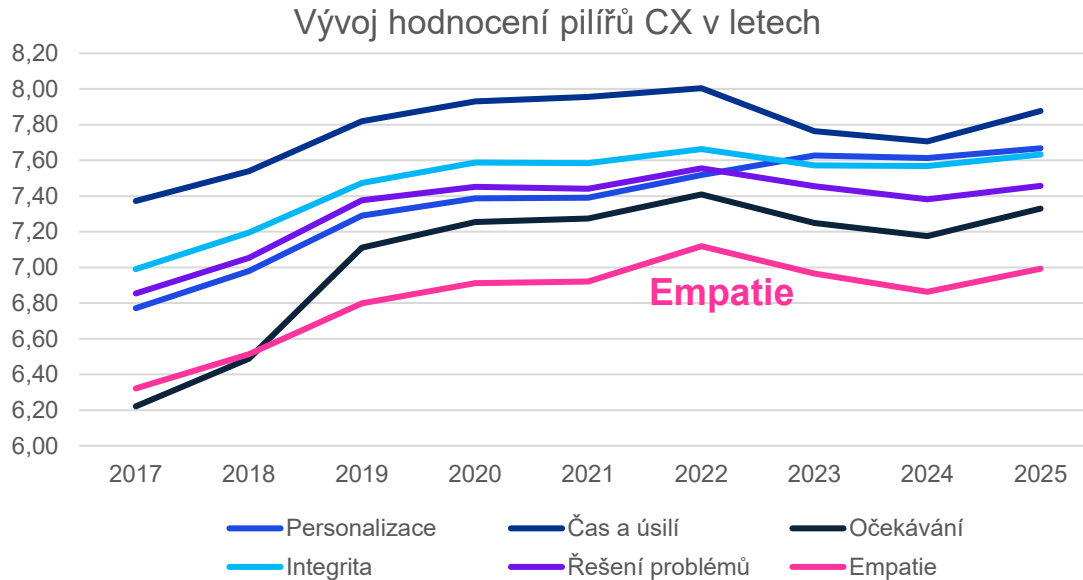


© 2025 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

# Empatie v TOP CX studii 2025: ...je o konkrétních činech

## Graf pod lupou

Pilíř Empatie je **dlouhodobě nejslabší** v hodnocení značek na českém trhu



## Top značky studiev v Empatii

- **Zdraví, strava a krása:** on-line prodejci potravin, optiky, lékárny a prodejci kosmetiky.

## Bottom studie v Empatii

- Subsektor **srovnávačů cen a auto leasingu.**

## Co oceňují zákazníci u těch nejlepších?

### Rohlik.cz

- Jednoduché a vstřícné reklamace bez nutnosti dokazování
- Doručení s přesností až na 15 minut
- Opakované nákupy s předvybraným zbožím na míru

### Air Bank

- Notifikace o neproběhlých platbách
- Okamžitý přesun peněz ze spoření na běžný účet pomocí drag & drop

### Manufaktura

- Pravidelná informovanost, avšak ne příliš často, aby nezahltla
- Zákulisní informace a možnost zapojit se do vývoje nových produktů

### Grand Optical

- Měření zraku zdarma bez podmínky následného nákupu
- Doživotní servis brýlí zdarma

# market highlights



© 2025 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

# Tři trendy v empatii



## Symbióza AI a člověka

Schopnost spojit datovou inteligenci s lidským citem tak, aby technologie pomáhala chápat lidi, ne je nahrazovat.



## Empatie v designu

Empatie zabudovaná do produktu, služby nebo procesu. Reaguje ne na to, *co zákazník chce*, ale na to *co potřebuje*, často i v situacích, kdy si to sám neřekne.



## Bezbariérová zkušenost

Empatie projevovaná odstraněním překážek, stresu a zbytečného napětí. Projevení pochopení toho, že věci nejdou vždy podle plánu.

# SymbiÓza AI a Ālověka



# KLM: kompromis mezi rychlostí odpovědi a lidskou tvář

**KLM BB** A revolutionary A.I. ecosystem to secure the service leadership of KLM Royal Dutch Airlines.

Can I help you pack your bag?

2600  
MONTHLY  
CONVERSATIONS

4/5  
STAR RATING  
ON AVERAGE

+200%  
RATING  
IMPROVEMENT

SXSW  
FEATURED INNOVATION  
AT GOOGLE PLAY HOUSE

**KLM BB**

KLM Royal Dutch Airlines is the service innovation leader in passenger aviation. That's why we built a revolutionary A.I. ecosystem. Meet BB: a self-learning system adaptable to almost any device or channel, now and in the near future. On Facebook Messenger BB helps you book a ticket in a conversational way, making this as easy as having a chat with a friend or a travel agent. On Google Home we started helping with something more relevant in a domestic environment: packing your bag. BB is in constant progress; features like native payment, smart forms and migration to Alexa will be rolled out soon.

**KLM**

## PROČ & JAK TO FUNGUJE

- **Blue Bot** umožňuje provést rezervaci letu, působí jako průvodce nákupem a „packing assistant“ skrze chatování přes Messenger.
- **DigitalGenius** v Salesforce navrhuje a automatizuje odpovědi na opakující se dotazy (FAQ) v sociálních kanálech
- Lidský agent může snadno převzít konverzaci a ukázat tak **empii vůči zákazníkovi** při řešení **složitějších otázek**

## VÝSLEDEK ?

- **Rychlejší a efektivnější komunikace** nebo řešení problémů cestujícího s leteckou společností
- **30 000+ vyřešených zpráv týdně**
- **Bez ztráty lidské tváře a empatie** v případě složitějších situací

# NatWest: předvídá finanční problémy než udeří



## PROČ & JAK TO FUNGUJE

- NatWest banka využívá platformu AI **Serene**, která dokáže **detekovat rané příznaky finanční tísně** u klientů a predikovat tak budoucí rizika
- Identifikované případy jsou **předány specialistům**, kteří pak s klienty řeší jejich situaci individuálně a s předstihem

## VÝSLEDEK?

- Vyšší důvěra v banku
- Na základě zjištění AI s prvky behaviorální vědy dokáží bankéři nabídnout **podporu zákazníkům ještě dříve, než by ji vyhledali sami**
- To v nich vzbuzuje pocit, že o ně banka **pečuje a zajímá se**

# Česká spořitelna: voicebot šetří čas bankéřům i klientům



## PROČ & JAK TO FUNGUJE

- Česká spořitelna spustila voicebota na platformě OpenAI – dokáže:
  - Přijímat telefonáty za bankéře během jejich nepřítomnosti
  - Proaktivně zavolat klientům
  - Zjišťovat potřeby klientů a poskytnout potřebné základní informace
  - Naplánovat schůzku s bankéřem

## VÝSLEDEK ?

- Voicebot měsíčně odbaví **35 000 hovorů**
- Zvýšení **úspěšnosti zpracovaných hovorů o 50%**

# Empatie v designu



# Bloom & Wild: marketing s respektem k pocitům



## Want opt-out of Mother's Day emails? No problem.

Found in Important Mailbox

Hello Joe

I wanted to get in touch as I know that Mother's Day can be a very sensitive time for some of us. So if you don't want us to send you any Mother's Day reminders this month, we won't. Just let us know by [opting out here](#). Then we'll do the rest.

And don't worry, if you opt out we'll still keep you updated with everything else, like normal.

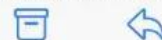
Best wishes,

Lucy

Lucy Evans | Customer Experience Manager

T: 020 7352 9499 • [www.bloomandwild.com](http://www.bloomandwild.com)

We only like to send things people are happy to receive (like flowers through the letterbox!) so if you don't want



## PROČ & JAK TO FUNGUJE

- Některé zákazníky marketingové kampaně v souvislosti se Dnem matek **emocionálně zatěžují**
- Zákazníci dostali možnost **odhlásit se z nadcházejících marketingových sdělení** k příležitosti Dne matek
- Tato kampaň **se stala velmi populární**

## VÝSLEDEK?

- Pozitivní zpětná vazba skrze telefon a e-mail – **5x vyšší průměrný počet odpovědí** v rámci zpětné vazby
- Vzniklo „**Thoughtful Marketing Movement**“ - sdružení více než 100 značek, které dávají možnost odhlásit se z nadcházejících marketingových sdělení v rámci podobných situací

# Warby Parker: optika, která vidí výběr brýlí očima svých zákazníků



## Try 5 frames for free

Build a box with your favorite pairs from our Home Try-On collection, and we'll ship it straight to your door—for free!

[Browse Women](#)[Browse Men](#)[Start with a style quiz >](#)

### PROČ & JAK TO FUNGUJE

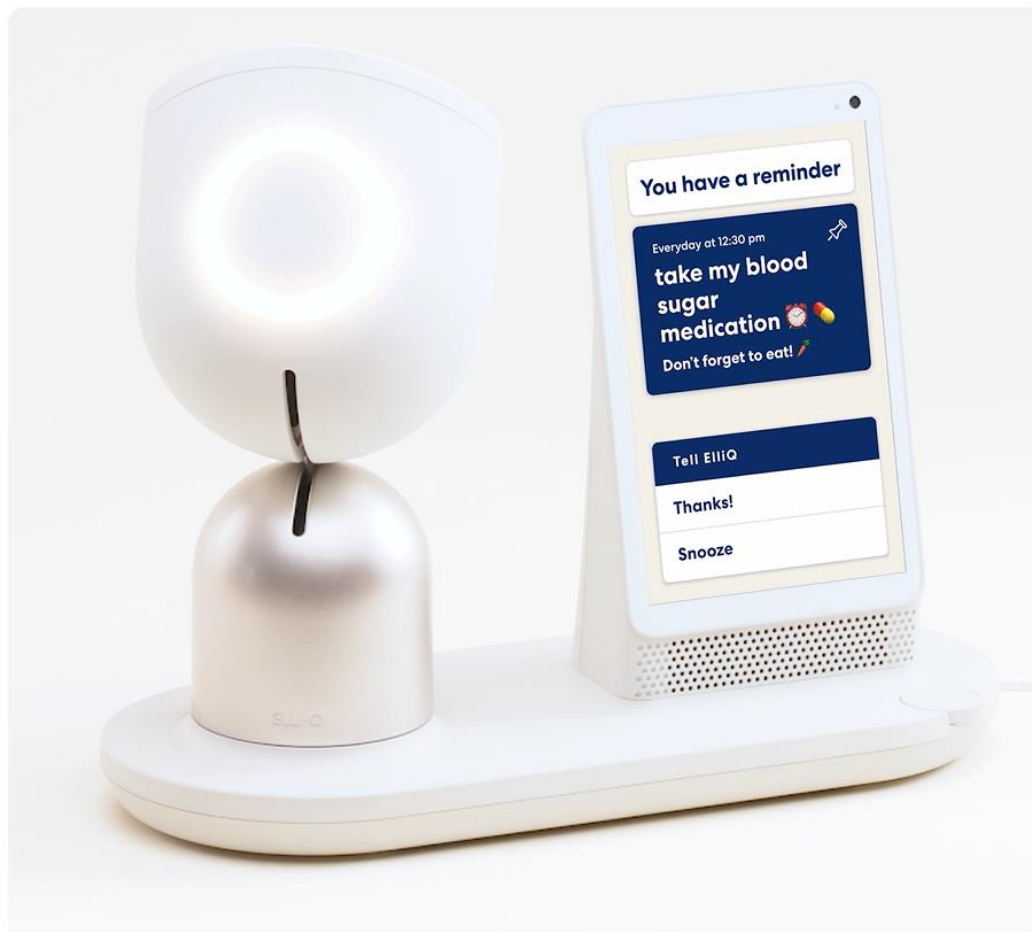
- Warby Parker umožňuje svým zákazníkům vybrat si ze sortimentu **5 různých typů brýlí**, které jim **bezplatně zašle domů na vyzkoušení a zpět**
- Na vyzkoušení mají zákazníci 5 dní, což jim umožňuje **neuspěchat rozhodnutí** na rozdíl od zkoušení v kamenné prodejně, **nechat si poradit od rodiny a přátel a bez zbytečného stresu** navíc

### VÝSLEDEK?

- Nižší míra nespokojenosti a vrácených produktů
- **Vyšší důvěra, loajalita a doporučení značky**

# ElliQ: společník, který vás vyslechne a uloží si vaše vzpomínky

ELLI•Q



## PROČ & JAK TO FUNGUJE

- ElliQ je **stolní AI společník pro starší** dospělé
- Pomáhá uživatelům stimulovat mozek a zlepšovat kognitivní funkce
- Uživatelé se cítí méně osamělí a zažívají formu terapie z domova
- Nabízí možnost virtuálně cestovat nebo si ukládat významné každodenní momenty

## VÝSLEDEK?

- **96%** uživatelů pociťuje **zlepšení zdraví a celkové pohody**
- **73%** uživatelů se cítí **více propojeni s přáteli a blízkými**

# Bezbariérová zkušenost



© 2025 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

# Trader Joe's: vrácení peněz za zboží téměř za všech okolností



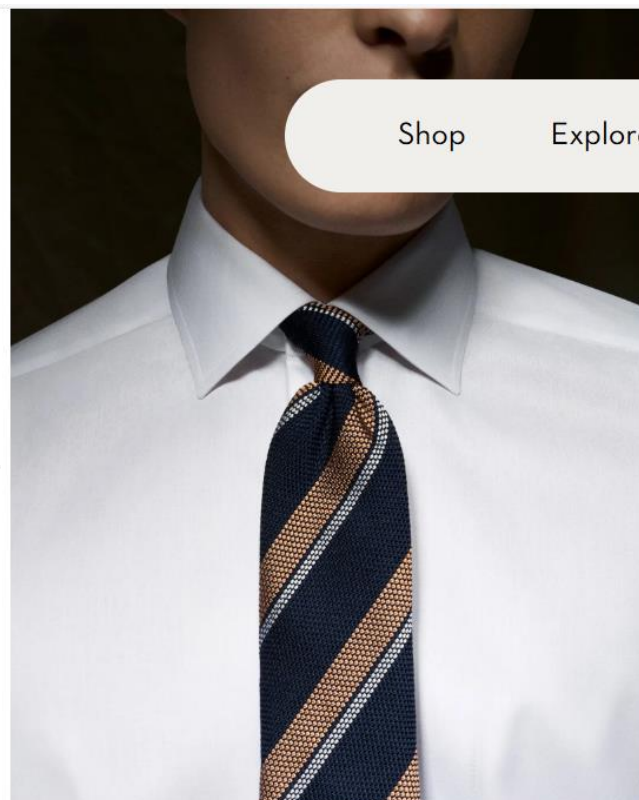
## PROČ & JAK TO FUNGUJE

- Trader Joe's podporuje a motivuje nakupující ke zkoušení nových potravin tím, že nabízí snadné **vrácení peněz za potraviny v jakémkoliv stavu i bez účtenky**
- Supermarket razí filozofii, že jídlo a chuťové preference jsou velice individuální – dává tak prostor zákazníkům **vrátit i to, co jim nesedlo nebo nechutná**, bez zhoršené kvality
- Při vracení zboží zákazníci **nemusejí zdlouhavě vysvětlovat a obhajovat důvod**

## VÝSLEDEK?

- Trader Joe's dlouhodobě patří k nejlépe hodnoceným značkám v USA, a to nejen v oblasti supermarketů nebo retailu

# Eton: doživotní „pojištění“ na košile při ztrátě zavazadla



## PROČ & JAK TO FUNGUJE

- Při **ztrátě** odbaveného zavazadla se základním modelem **pánské košile** od Eton má zákazník **nárok na novou zdarma**
- Stačí doložit dokumentaci o ztraceném zavazadle
- Značka působí velmi empaticky v situacích, kdy člověk zažívá nepříjemnosti kvůli ztrátě osobních věcí.


## VÝSLEDEK?

- Eton mění **nepříjemné situace v příležitost** jak ukázat **empatii a péči**

The Journal



Dress Shirts / White Shirts / White Signature Twill Shirt

White Signature Twill Shirt 

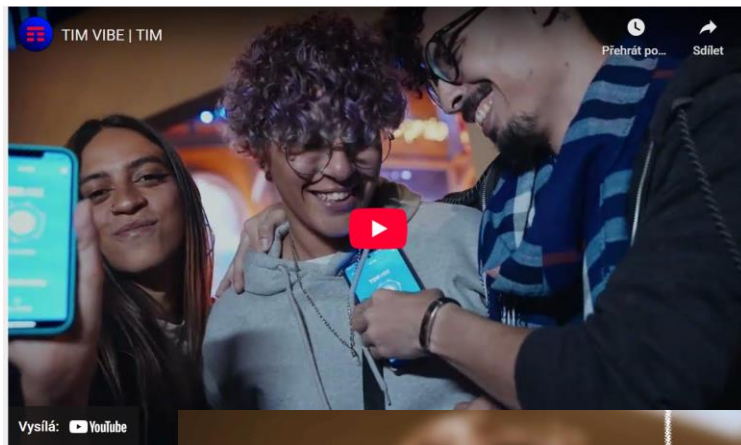
1 700 kr

Color / White



© 2025 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

# TIM Vibe: přenos hudby na vibrace pro neslyšící



## PROČ & JAK TO FUNGUJE

- Bezplatná funkce v mobilní aplikaci brazilského operátora TIM, která **převádí hudbu z okolního prostředí do vibrací.**
- Mohou si ji tak užít i sluchově znevýhodnění a neslyšící.
- **Jednoduché použití pomocí smartphonu bez nutnosti dalšího vybavení.**

## VÝSLEDEK?

- Přináší zážitek a **pocit sounáležitosti** i lidem se speciálními potřebami
- Otevření **nových možností a zážitků** osobám se sluchovým handicapem

# Měkká dovednost nebo tvrdý business faktor?

**78 %**

zákazníků očekává, že značky budou  
„rozumět jejich emocím a potřebám“.

Salesforce, 2024

Jen **23 %** firem aktivně měří  
emocionální rozměr CX.

Forrester, 2024



**68 %** zákazníků odpouští  
chybu, pokud značka  
komunikuje empaticky

PwC Future of CX, 2023

Empatický jazyk v chatbot  
komunikaci zvyšuje  
**completion rate o 35–50 %**

MIT Media Lab, 2023

**60 %** zákazníků je otevřeno  
interakci s AI, pokud jim to  
pomůže rychleji vyřešit problém.

Klíčem je však design AI, který  
je schopen **simulovat empatii a  
poskytovat relevantní a  
užitečné odpovědi.**

Salesforce, State of the Connected Customer, 2023

# Co v tom vidíme...



© 2025 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

# Proč to funguje? Protože každý chce cítit, že na něm záleží

Insight, na kterém to stojí:

„Nechci být jen zákazník. Chci být **člověk**, kterého vidíte, slyšíte a berete vážně.“

Za potřebou cítit empatii se skrývá jednoduchá lidská potřeba - **být uznán a pochopen.**

## Co dalšího nám to o zákaznících říká?

- I když si zákazníci uvědomují, že mluví s technologií, stále **hledají lidskost** - tón, gesta, způsob odpovědi, který vyjadřuje zájem a respekt.
- **Empatie posiluje důvěru i ochotu odpustit chybu**, protože zákazník cítí, že **za značkou stojí lidé**, ne procesy.



# 3 kroky k řízení empatie

## Navrhujte zážitek, ne jen funkce

Mapujte emoce, které má interakce vyvolat, ne jen funkce, které má nabídnout.

- Identifikujte klíčové emoce v zákaznické cestě; kdy lidé cítí největší nejistotu, frustraci nebo radost.
- Testujte komunikaci i procesy z pohledu emocionálního dopadu, nejen efektivity

### Proč to funguje:

Design orientovaný na pocity vytváří zážitek, který si lidé pamatují.

## Zakořeňte empatii v kultuře

Empatie musí být součástí rozhodnutí a procesů ve firmě.

- Školte zaměstnance v empatické komunikaci, aktivním naslouchání a řešení z pohledu zákazníka.
- Dejte jim pravomoci jednat, odstranit překážku, vyřešit problém, upravit proces.

### Proč to funguje:

Empatie není dovednost jednotlivce, ale systémová schopnost firmy.

## Učte empatii i technologie

Empatii netrénujte jen u lidí, ale i u systémů – přes tón, kontext a etiku.

- U AI a automatizovaných kanálů testujte jazyk, tón a kontextové reakce, aby působily lidsky, ne chladně.
- Spojte data a lidské vhledy, aby systémy „chápaly“ i emoční nuance.

### Proč to funguje:

Zákazníci nerozlišují, jestli mluví s člověkem nebo strojem, dokud interakce působí lidsky.

# #XCards



© 2025 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

**Empatie neznamená, že  
musí odpovídat člověk.  
Znamená, že **zákazník se  
cítí pochopený.****

## #XCards

---

### CX aktivita | Empatie v době strojů

#### Odpovězte si:

- V jakých situacích zákazníci očekávají lidskou empatii a kdy jim stačí strojová odpověď?
- Jak poznáte, že zákazník potřebuje „pochopení“, a ne jen rychlé vyřešení?
- Co se může stát, pokud zákazník dostane příliš robotickou reakci ve chvíli, kdy čeká lidský přístup?



**Empatie není o tom, kdo odpovídá – člověk nebo stroj. Je o tom, zda zákazník cítí, že jeho potřeba byla pochopena.**

**Zkuste si pro váš proces označit body, kde je důležité přidat lidský dotek, a kde naopak stroje obstojí lépe.**

Kde stroj zvládne zákazníka odbavit rychleji a přesněji než člověk?

Kde lidský hlas nebo osobní přístup výrazně zvyšuje spokojenost?

Jak zajistíte, aby přechod mezi „machine → human“ byl pro zákazníka plynulý a bez frustrace?

rarity:

**common (běžný CX tip) - rare - expert**

**Pilíř: Empatie**

**Téma: Empatie v době strojů**

05

# Stay tuned...



**Příští téma:**

- **Speciál TOP 100 zákaznických zkušeností v ČR**



© 2025 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.



**Jindřich Mašek**  
CX Design lead & Manager  
774 131 720  
[jmasek@kpmg.cz](mailto:jmasek@kpmg.cz)



**Beáta Benediktová**  
CX Expert  
603 575 712  
[bbenediktova@kpmg.cz](mailto:bbenediktova@kpmg.cz)

# Spojme se

