

#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: **Hyperpersonalizace**



Personalizace

Osobní přístup značky k zákazníkovi

PERSONALIZACE

víme, kdo jsi

Dobrý den, Petro,
máte 20% slevu na
vaše oblíbené boty.



HYPERPERSONALIZACE

víme, co potřebuješ dřív, než ty

PERSONALIZACE

víme, kdo jsi



© 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.

Dobrý den, Petro!
Boty, které se vám včera
líbily, jsou do dnešního
deště jako dělané.
Náhoda? Nemyslíme si!



LG

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.

3 základní formy hyperpersonalizace podle způsobu zapojení uživatele

Pasivní

Relevantní, okamžitá a konzistentní komunikace napříč všemi kanály

Aktivní

AI asistenti propojují interaktivitu s kontextem a emocemi zákazníka

Imerzivní

AR, VR a 3D vizualizace přinášejí imerzivní zážitky přizpůsobené preferencím zákazníků

pasivní hyperpersonalizace



Relevantní komunikace v každém momentu



Doporučení a výhody na míru

Systémy doporučení využívají data o chování a nákupech zákazníků k nabídce personalizovaných produktů a odměn



Cílená produktová nabídka

Využití zákaznických dat k vytváření **relevantních reklam, úpravě cen** a poskytování **geo-lokalizovaných nabídek**

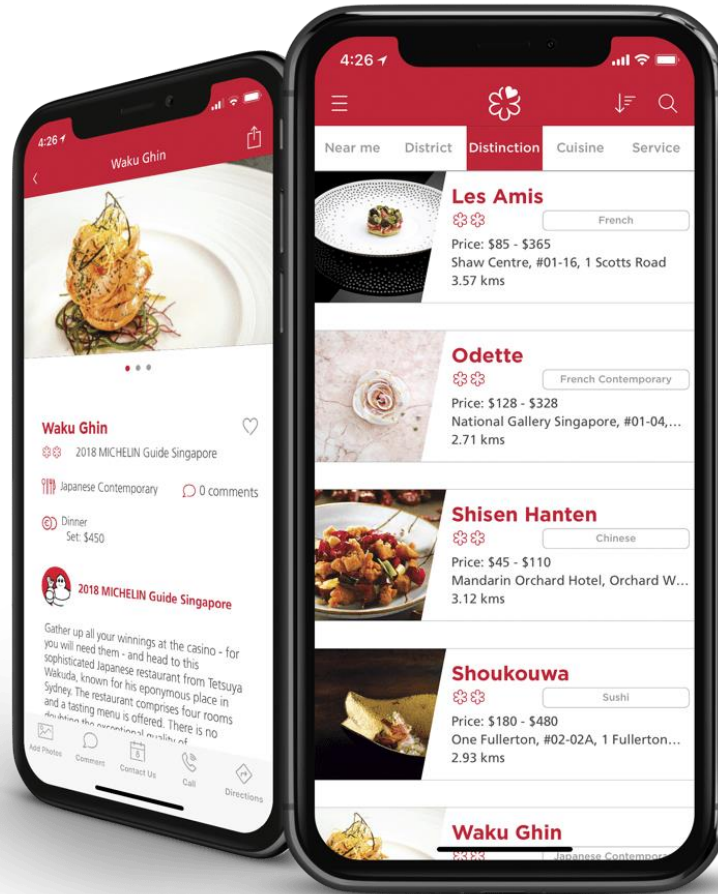


Přizpůsobené digitální prostředí

Webové stránky i aplikace se **dynamicky mění** podle chování, preferencí a polohy, aby nabízely co nejrelevantnější obsah

The screenshot shows the Very website interface. At the top, there's a navigation bar with 'very' logo, user account options, and a search bar. Below the navigation, there's a promotional banner for 'Nicky wrap up it's cold out there' featuring a woman in a brown jacket. Below the banner, there's a 'THANKS FOR VISITING TIMBERLAND.COM' message with a note: 'We noticed you were checking out this item—and we still have a limited supply in stock.' Below this, there's a product image of a man wearing a brown jacket, with the text 'MEN'S MOUNT OSCAR WATERPROOF JACKET \$148.00' and an 'ADD TO CART' button.

Michelin Guide: Ví, co vám bude chutnat **a proč**



PROČ & JAK TO FUNGUJE

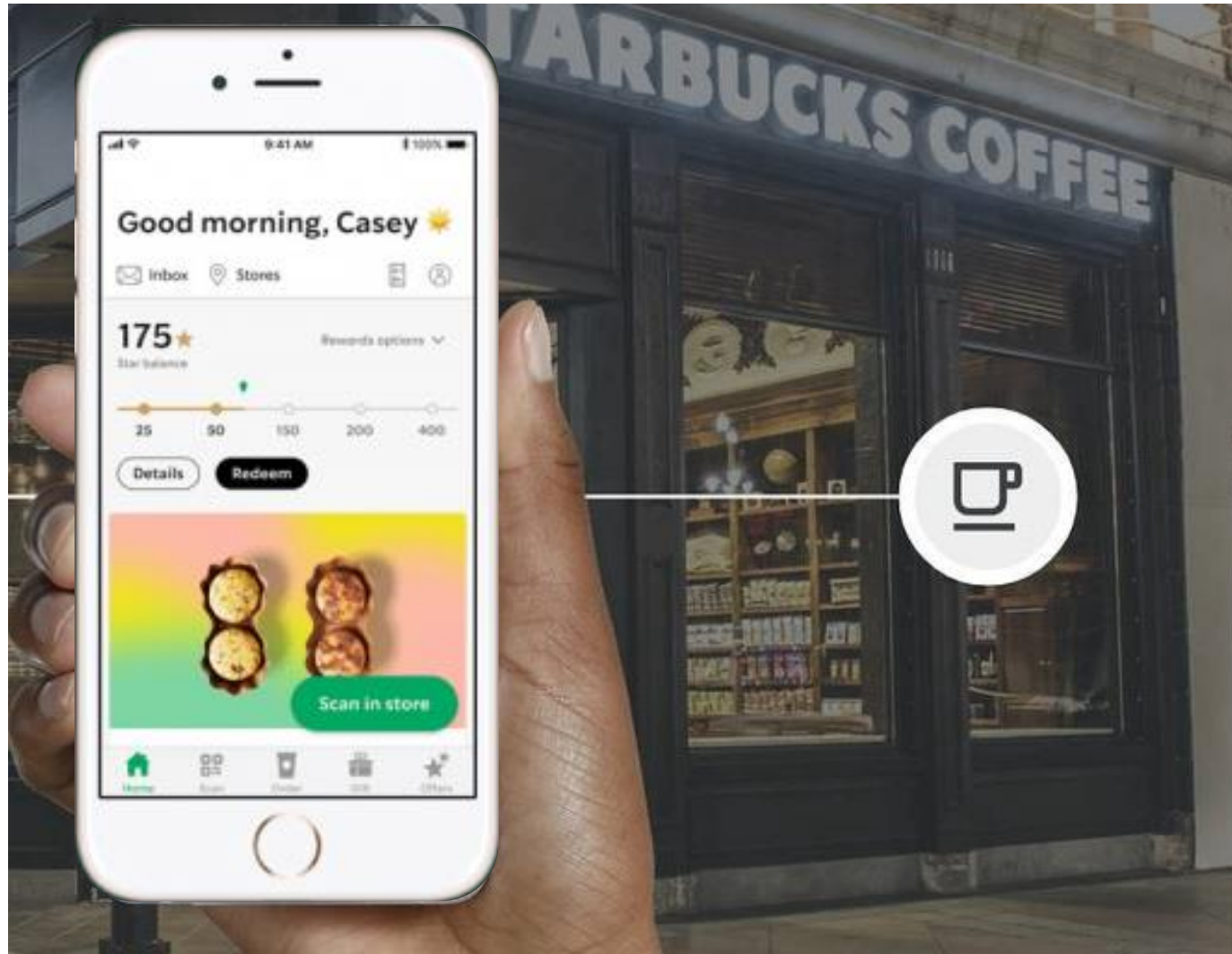
- Michelin používá **Taste AI** pro personalizovaná doporučení
- Analyzuje 575M kulturních entit, spotřebitelské nálady a **kulturní preference**
- Hodnotí styl, atmosféru a design místo geolokace
- Nabízí rozdílná doporučení i na stejné ulici podle vkusu zákazníka

VÝSLEDEK?

- Přechod od tradičních geografických doporučení k hlubší personalizaci
- Zavedení Taste AI **zvedlo počet rezervací o 273 %**



Starbucks: DeepBrew AI jako srdce personalizace



PROČ & JAK TO FUNGUJE

- DeepBrew AI personalizuje nabídky v aplikaci podle chování a preferencí zákazníků
- Bere v úvahu **vnější faktory** jako počasí, lokální události a polohu uživatele
- Funguje jako **osobní barista**, který nabízí správný nápoj ve správný čas
- Personalizované slevy a **gamifikované odměny** zvyšují motivaci k nákupům
- **Optimalizuje provoz**: plánuje směny a upravuje nabídku podle aktuálních potřeb

VÝSLEDEK?

- Mobilní aplikace generuje **31% prodejů v USA**
- DeepBrew zvýšila **zapojení zákazníků (15%)** a **ROI marketingu (31%)**



Stitch Fix: Zná váš styl lépe než vy

Online personal styling that
GETS YOU

Take your style quiz

11:48
stitchfix.com
Home Fix Freestyle
Your Fix is estimated to arrive: September 22
Welcome, Christine
Your style. Your fit.
Shop what you love in Freestyle
• We learn about outfit styles you love.
• Instantly buy items picked for you.
• Freestyle gets more you over time.
Shop now

PROČ & JAK TO FUNGUJE

- Stitch Fix kombinuje AI a lidský odborný vhled pro personalizaci módních doporučení
- Buduje **detailní stylový profil** zákazníka pomocí registrace (90 datových bodů) a gamifikace
- **Outfit Creation Model** přizpůsobuje obsah i rozhraní webu podle vkusu uživatele
- AI generuje 1M kombinací outfitů denně
- **Profesionální stylisté** upravují výběr vygenerovaný AI a doplňují osobní tón i kontext

VÝSLEDEK?

- **+9 % průměrná hodnota objednávky**
- Návratnost objednávek klesla o 30%
- **65% opakovaných uživatelů**



aktivní hyperpersonalizace



AI propojuje interaktivitu s kontextem a emocemi zákazníka

Pasivní

Aktivní

Imerzivní



Osobní poradce

..... Díky **NLP**, **kontextové paměti** a integraci se **znalostní bází** dokážou reagovat osobně a cíleně – podobně jako lidský poradce



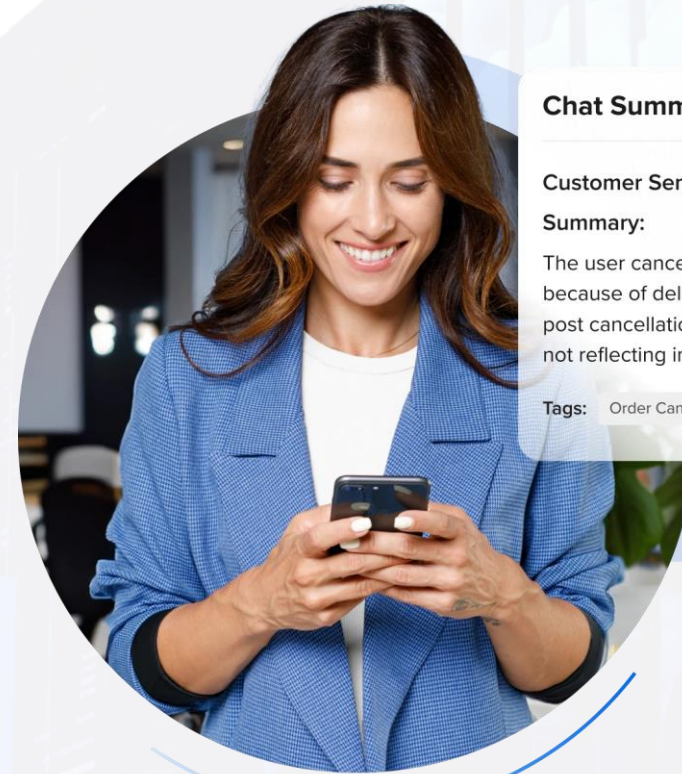
Emočně uvědomělá komunikace

..... AI **rozpoznává emoční tón** zákazníka v textu i hlasu, přizpůsobuje odpovědi a doporučuje další kroky



Segment of one

..... AI asistenti sbírají detailní data a přizpůsobují **nabídku individuálním potřebám**, ne obecným skupinám



Chat Summary



Customer Sentiment : **Frustrated**

Summary:

The user cancelled an active order because of delay in delivery. However, post cancellation, the refund amount is not reflecting in the wallet.

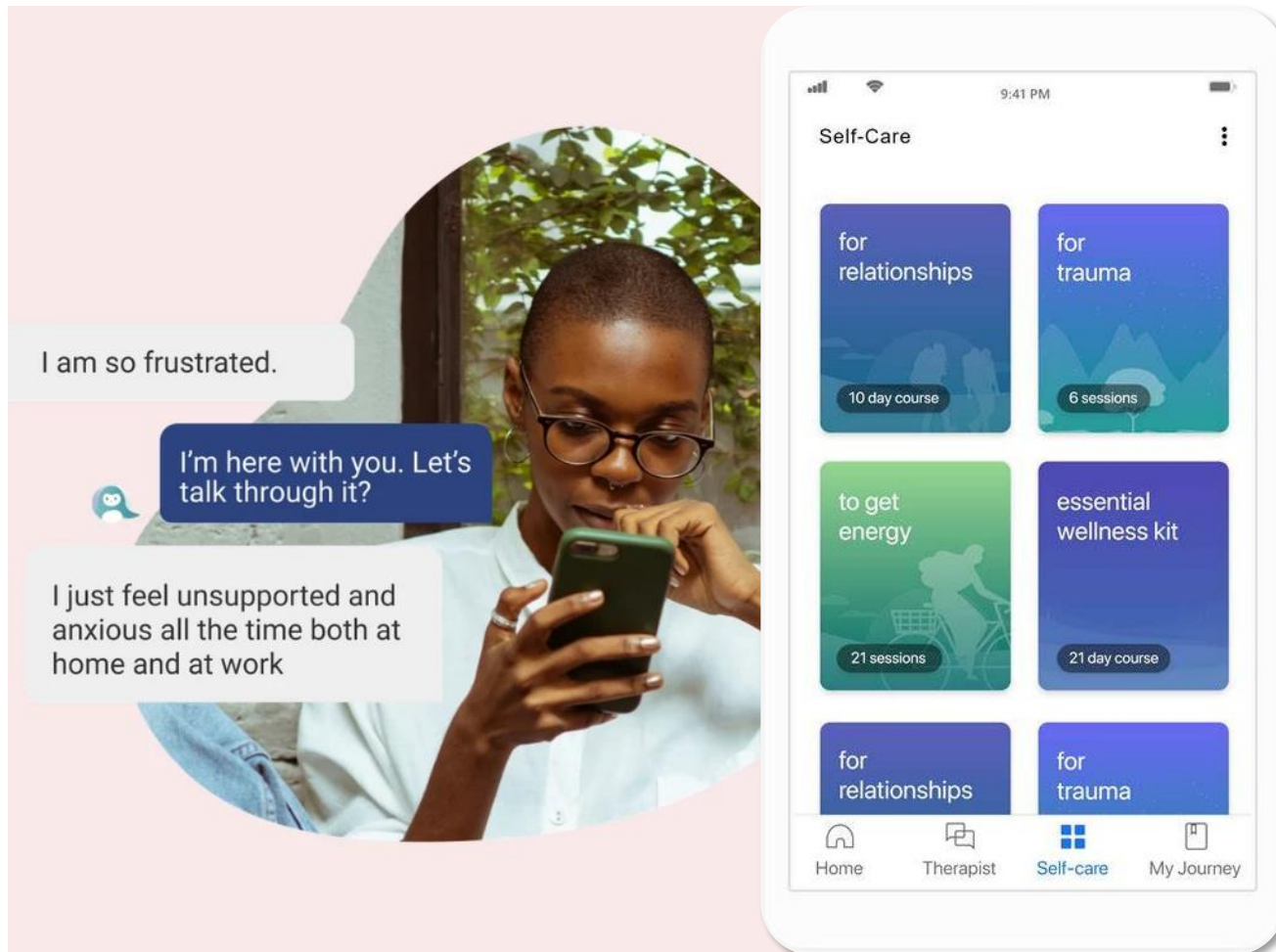
Tags: **Order Cancellation** **Refund**

WYSA: Osobní terapeut v kapse

Pasivní

Aktivní

Imerzivní



PROČ & JAK TO FUNGUJE

- **Emočně inteligentní aplikace** s ověřenými terapeutickými metodami
- Rozpoznává emoce, témata a využívá kontextovou paměť
- Nabízí možnost textového **koučování s profesionály** pro hlubší pomoc
- **AI kopiloti** navrhnou terapeutům vhodné techniky, sledují pokrok a upozorňují na rizika

VÝSLEDEK?

- 11M uživatelů, +90 zemí, 500,000 konverzací
- Symptomy úzkosti a **deprese klesly o 31-40% za 28 dní**



© 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.



Eno: Komunikace podle **vaší osobnosti i nálady**



PROČ & JAK TO FUNGUJE

Eno je hlasový i textový asistent, který spojuje:

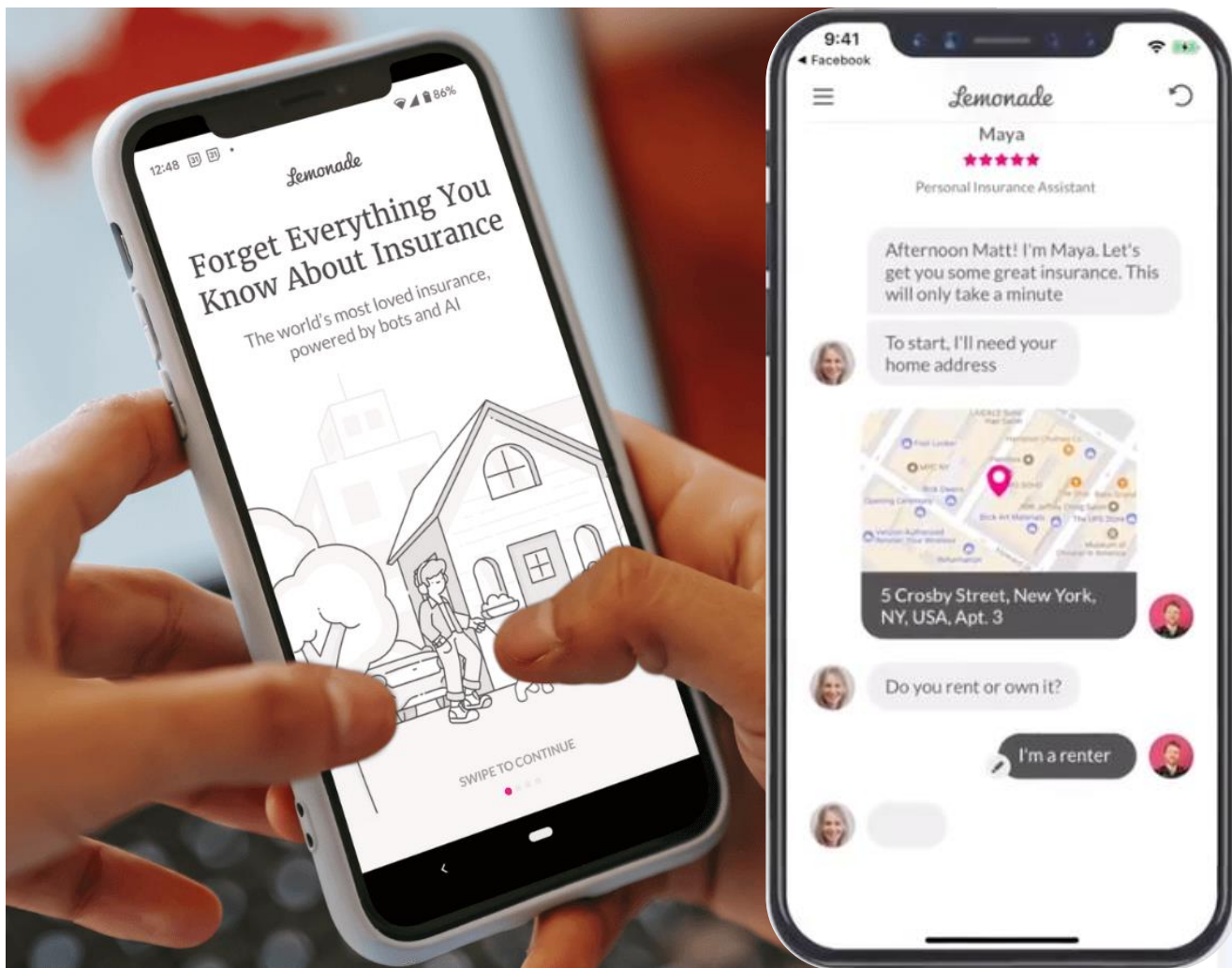
- bezpečný přístup,
- **kontextovou paměť,**
- **porozumění emocím,**
- odpovědi s přívětivou, **genderově neutrální osobností**
- využití humoru a emoji,
- vytváření přirozené a lidské komunikace.

VÝSLEDEK ?

- Eno samostatně vyřizuje dotazy, **snížil zatížení call centra o 50%**
- **14% konverzací nesouvisí s bankovníctvím** ale osobními tématy



Lemonade: Chatboti vytvářejí „segment of one“



PROČ & JAK TO FUNGUJE

- Přístup „Segment of One“ místo tradičních skupin
- AI chatboti zajišťují personalizovaný onboarding a hlášení škod
- Sbírají více dat než tradiční pojišťovny (17,000 vs. 20-50)
- **Maya:** Skrze psychografická a behaviorální data nabízí **pojištění do 2 minut s férovou cenou**
- **Jim:** Analýza multimediálních důkazů + rychlé vyhodnocení nároku + eskalace

VÝSLEDEK?

- Lemonade dosahuje **NPS 70 v rámci pojištění a 76 u řešení škod**, což je výrazně nad průměrem odvětví



imersivní hyperpersonalizace



Imerzivní technologie pro **hlubší personalizaci** zážitku

Pasivní

Aktivní

Imerzivní



Digitální obsah podle situace a potřeby

AR **spojuje digitální obsah s reálným světem** pomocí virtuálních zkoušek, vizualizace prostoru, gamifikace a interaktivní reklamy.



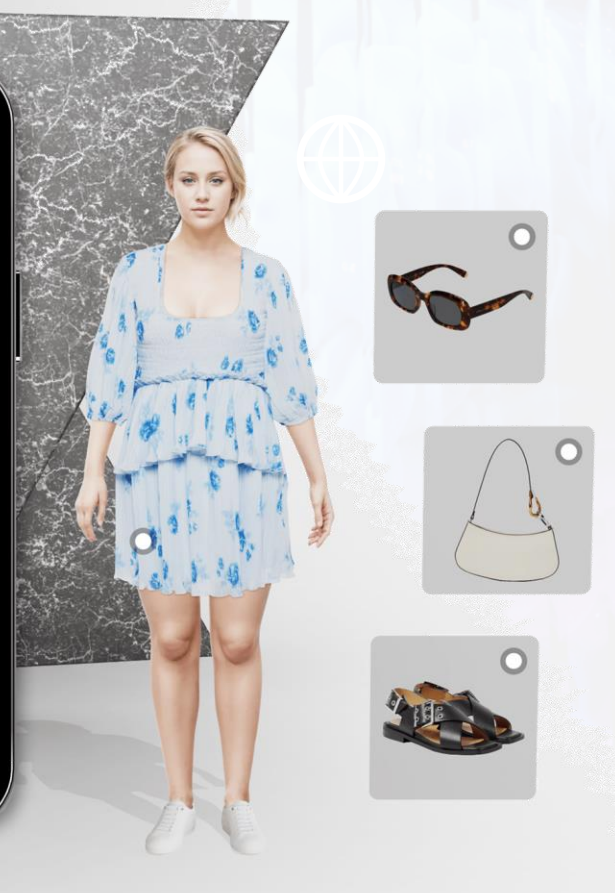
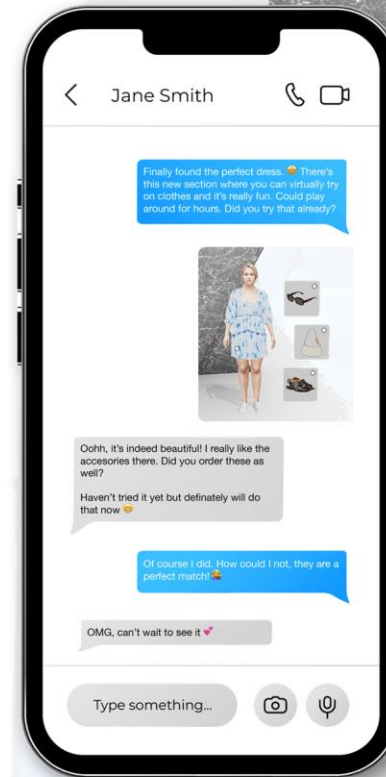
Adaptivní a personalizované prostředí

VR vytváří **pohlcující virtuální prostředí** pro zkoušení produktů, aktivní zapojení a sociální interakce

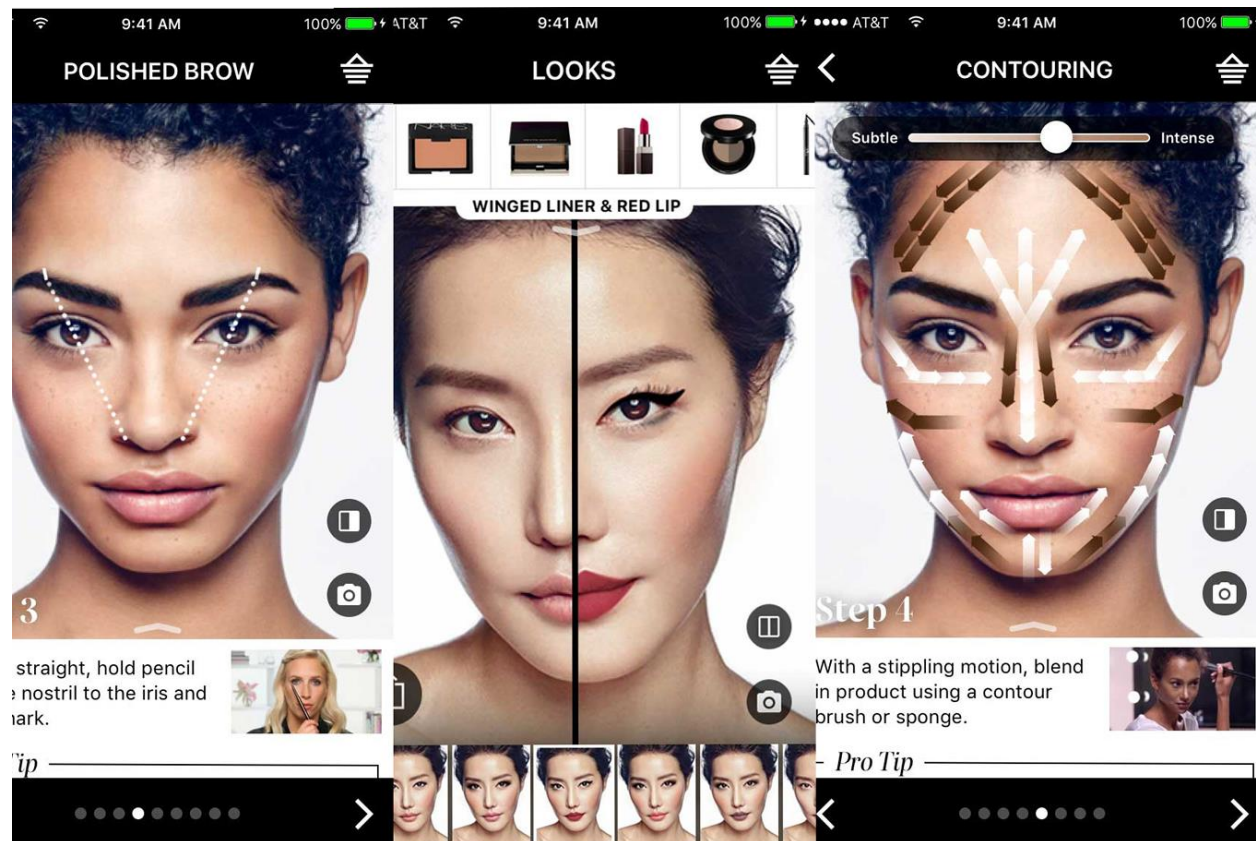


Virtuální design produktu

3D vizualizace umožňuje zákazníkům **interaktivně přizpůsobit produkty** – od vlastního designu až po 360° vizualizace



Sephora: Virtuální testování produktů = motivace k nákupu



PROČ & JAK TO FUNGUJE

- **Virtual Artist** umožňuje 3D virtuální zkušební make-upu s tutoriály, a personalizovanou nabídkou produktů
- **Skin IQ** analyzuje selfie, diagnostikuje stav pleti a navrhuje efektivní plán péče
- **Modiface zrcadla v prodejnách** umožňují virtuální zkušební produktů s různými texturami, a možností přímé aplikace

VÝSLEDEK ?

- Zákazníci **tráví o 45 % více času** v aplikaci
- Virtual Artist produkty zaznamenaly **35 % konverzního poměru**
- Vracení make-upu kleslo o 25%



Audi: Od virtuálního auta k reálnému aneb jak vizualizací snu znásobit prodeje



PROČ & JAK TO FUNGUJE

- Virtuální prohlídka vozů pomocí **VR headsetů**
- Realistické zobrazení vozu v různých denních dobách a prostředích
- Personalizovaná **konfigurace exteriéru i interiéru**
- Možnosti úprav designu, materiálů a technologické výbavy
- **Rentgenový pohled** odhaluje technické součásti vozu

VÝSLEDEK ?

- Audi zavedla více než **1000 showroomů** ve své síti prodejců
- Dle Audi Media Center, přispělo využití VR k **70 % nárůstu prodeje**, z toho 60 % tvořili noví zákazníci



Nike: Just do it **přesně podle sebe**



PROČ & JAK TO FUNGUJE

- Zákazník jako **co-designer** svého produktu
- „**Nike By You**“ nabízí vlastní návrh obuvi s barvami, materiály a osobními detaily
- Funkce „**NikeFit**“ provádí sken chodidla pro přesné doporučení velikosti
- Aplikace umožňuje uživatelům „**procházet se**“ ve svém návrhu pomocí AR

VÝSLEDEK?

- Tvoří **22 % globálního trhu** personalizovaných tenisek
- Zákazníci jsou ochotní **platit o 30-50% více** oproti standartním kolekcím

A proč hyperpersonalizovat? **Aktivita. Loajalita. Růst.**

1. Aktivnější zapojení zákazníků

Využívá data o chování, lokaci, a emočních signálech pro přesný odhad preferencí

3. Větší spokojenost, menší úsilí

Zlepšuje klíčové prvky CSAT – doporučení, odměny, komunikace, a odstranění překážek

10-15%

Navýšení tržeb díky hyperpersonalizaci

2. Posílení loajality o 5-15%

Dynamicky předvídá potřeby, přizpůsobuje obsah a okamžitě reaguje na problémy

4. Cílený marketing s 7-13% vyšší odezvou

Přesné nástroje ohodnotí záměr a cílí reklamu pouze na nejkvalifikovanější leady

+60%

Vyšší konverze oproti tradičním kampaním



The screenshot shows the top portion of a Forbes article. At the top left is a hamburger menu icon. In the center is the 'Forbes' logo. To the right is a 'Sign In' button and a search icon. Below the logo is a pink badge that says 'Published Feb 06, 2025'. Underneath is the category 'LEADERSHIP'. The main title of the article is 'The Personalization Of Everything Has Just Begun'. Below the title, it says 'By Nohar Zmora, Forbes Councils Member. for Forbes Communications Council, COUNCIL POST | Membership (fee-based)'. At the bottom left of the article header, it says 'Published Feb 06, 2025, 07:15am EST'. On the right side, under the heading 'Sources:', there are three links: 'Mc Kinsey | The value of getting personalization right—or wrong—is multiplying', 'Boost up your business with Hyper-Personalization | Trask', and 'Trask | Hyper-personalization can increase your conversion rates by up to 60%'.

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 jsme líní & zahlcení

Insight, na kterém to stojí:

„Nechci vybírat z toho, co máte. Chci vybírat z toho, co máte **pro mě.**“

Možností je všude spousta a každý den znamená **desítky drobných rozhodnutí**.
Hyperpersonalizace funguje proto, že část **rozhodování vyřeší za vás**.

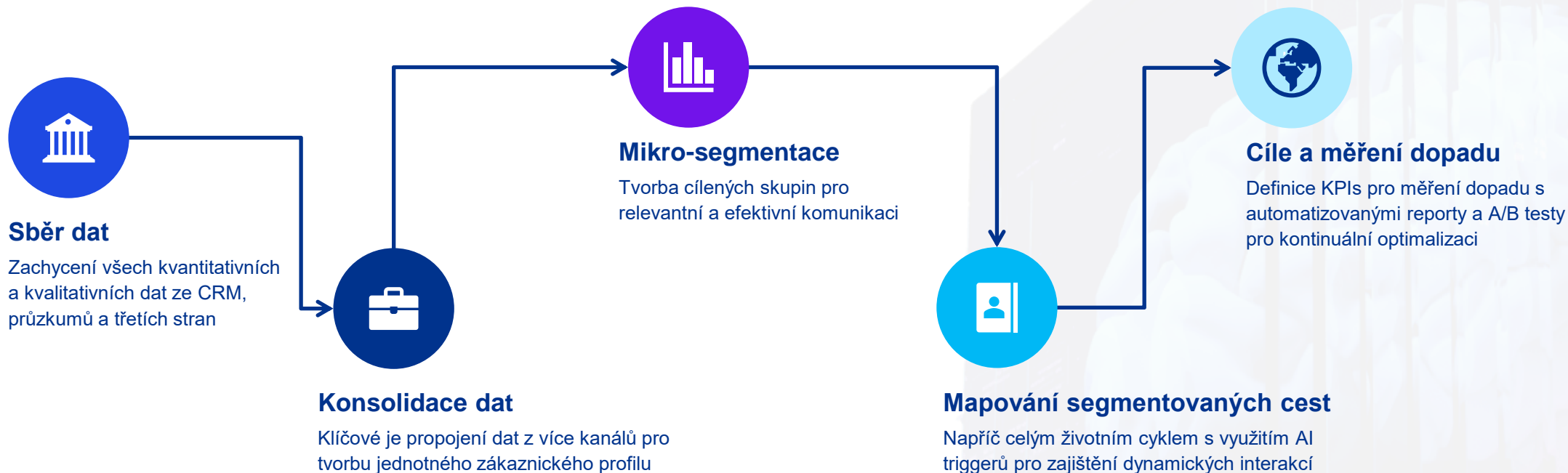
Co dalšího nám to o zákaznících říká?

I přes obecnou nedůvěru k tomu, že o nás společnosti sbírají data, **zákazníci jsou ochotni data sdílet**, pokud za to dostanou **zaznamenatebnou protihodnotu**.

V tomto případě **v podobě na míru šitého přístupu a nabídek**.



Cesta k hyperpersonalizaci: Poznat, rozdělit a zacílit



5 ingrediencí firemního úspěchu

Téma

Ingredience

Příklad

Identifikace příležitostí

Identifikace klíčových fází zákaznické cesty, kde personalizace přináší **největší hodnotu**



Starbucks: Využívá čas, polohu, nákupní zvyky, i počasí k zaměření na **klíčové momenty** zákaznického cyklu

AI interakce napříč kanály

Implementace AI pro **rychlou, dynamickou a škálovatelnou** personalizaci napříč všemi kanály



Capital One: **Cloudová AWS** umožňuje Enu reagovat na události v reálném čase a efektivně se přizpůsobit zatížení

Technologické zajištění

Budování **silné datové a technologické vrstvy**, partnerství a dovednosti pro personalizovaná řešení



Lemonade: Sbírá psychická a behaviorální data **chatboty**, integruje **API data** a sleduje interakce přes **Mixpanel**

Agilní provozní model

Mezioborové týmy schopné rychle optimalizovat procesy a zavádět změny napříč organizací



Sephora: Agilní tým „Stat Sig“ pomocí **metody Scrum** zrychluje vývoj a nasazení personalizovaných řešení

Budování dovedností

Systematický rozvoj digitálních, datových a agilních schopností pro **dlouhodobý dopad**



Audi: Audi LXP nabízí **25,000 vzdělávacích možností** se zaměřením na agilitu, digitální transformaci, a AI

#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.

Hyperpersonalizace začíná **empatií** a dobrým **využitím** **informací, které** **máte**

#XCards

Zkuste si odpovědět na 3 otázky:

- Co víme o zákazníkovi a ještě to nevyužíváme?
- Co mu můžeme nabídnout dřív, než si o to řekne?
- Jakým tónem s ním mluvíme, odpovídá to jeho stylu?



U hyperpersonalizace jde hlavně o **kontext, načasování a proaktivitu.**

Naučte se takhle uvažovat, i když (zatím) nemáte technologický back-up.

Uvidíte, že i tak najdete příležitosti, které bude stát za to využít.

rarity:
common (běžný tip) - rare - expert

Pilíř: Personalizace
Téma: Hyperpersonalizace



#XCards

Prompt pro AI:

Navrhni 3 notifikace nabízející slevu na oblíbený produkt pro zákazníka, který si často objednává v noci, vrací se po delší pauze a reaguje na výhodné nabídky.

Použij tón, který zaujme mladšího zákazníka a bude v souladu s naším profesionálním komunikačním stylem.



Odpověděli jste si na **3 otázky k hyperpersonalizaci** a našli jste příležitosti k využití? **Využijte AI pro vygenerování prvních návrhů.**

Prompt si na podtržených místech upravte podle svých nápadů a potřeb.

rarity:
common - rare (prompt) - expert

Pilíř: Personalizace
Téma: Hyperpersonalizace



Stay tuned...



Vyberte příští téma:

- **Empatie: Srdce nebo algoritmus?**
- **Integrita: Když se brand setkává s realitou**





Jindřich Mašek
CX Design lead & Manager
774 131 720
jmasek@kpmg.cz



Beáta Benediktová
CX Expert
603 575 712
bbenediktova@kpmg.cz

Spojme se

