

# ZAŽIJTE EXCELENTNÍ CX



CX 24



Studie CX24: Mastering CX in 2024 ukazuje, jak díky skvělé zákaznické zkušenosti (CX) navázat silné emoční pouto se zákazníkem. Díky tomu si pak zajistit vyšší loajalitu. Mezi emočně připoutanými je totiž 1,7krát více loajálních zákazníků než u ostatních. A navíc získat zákazníky nové. Protože polovina lidí svou zkušenost sdílí, tu pozitivní, ale - bohužel pro značky - i tu negativní.

## **Investovat do zákaznické zkušenosti se vyplatí.**

Dočtete se, co dělají lépe než ostatní ty nejlepší banky, e-shopy, retailové řetězce a placené televize. Víte, co je ale ještě lepší, než si to přečíst?

## **Zažít si excelentní zákaznickou zkušenost přímo u těch nejlepších.**

Celá studie má být hlavně inspirací. Co funguje jinde, a jak by to mohlo fungovat u Vás.

A také, co zákazníci vidí jinde, a mohli by brzy chtít i od Vás. Zákaznická očekávání se přelévají mezi značkami i sektory, a je dobré si zmapovat terén.

## **Vyrazte do terénu, inspirujte se a bavte se!**

Abyste se zvyšujících se nároků zákazníků nemuseli bát, připravili jsme pro Vás zábavnou bojovku. Stanovištěm je Homepark Zličín, kde najdete zástupce TOP10 značek ze studie: **Dr. Max, Datart, Decathlon a IKEA.**

V každém obchodě Vás čeká pár jednoduchých úkolů, které Vám odhalí vychytávky dané značky. Ať už povyšuje nákup na skutečný zážitek, má pořešený omnichannel, odměňuje věrnost, nebo má skvělé zaměstnance, anebo šikovně pracuje s ESG.

## **Dejte nám vědět, jaké to bylo.**

***Disclaimer:** Samozřejmě se vše nemusí povést na 100 % a někde zážitek může pokulhávat. V globální studii Voices of Experience připustilo 28 % CX expertů, že má jejich firma problém doručit slibovanou zkušenost. Něco se povést nemusí, ale co se musí, je postavit se k problému čelem. Jako to třeba dělá TOP značka ze studie Rohlík.cz.*



## **CHCETE TAKY EXCELOVAT V CX?**

Můžete začít objednáním studie CX24, a nebo rovnou konzultací u Lucky a Renči.



**LUCIE  
OSOBOVÁ**

+420 604 612 696

Lucie.Osobova@ipsos.com



**RENATA  
NOVOTNÁ**

+420 602 379 139

Renata.Novotna@ipsos.com

# ZAŽIJTE EXCELENTNÍ CX!

Dle studie CX24 od průměrných  
odlišuje TOP značky toto:

Komplexní zážitek | Něco navíc

Personalizace | Odměna věrnosti

Zaměstnanci | Omnichannel

Efektivní řešení problémů | ESG

Úkoly na následující hrací kartě Vám  
ukáží, jak to dělají v praxi.

Čeho si u každé značky všimát?



HOME PARK ZLIČÍN Skandinávská 15a

1

## DR. MAX

Máme pro vás recept na nízké doplatky

Lékárny Dr. Max mají **recept také na dobrou zákaznickou i zaměstnaneckou zkušenost** (CX & EX). Z pohledu CX jsou její služby považovány za špičkové. Velmi dobře pracuje s **propojením online a offline světa, zvláště za pomoci věnostního programu**. Ten aktivně využívá 59 % zákazníků. A navíc podporuje využívání i širokým sortimentem, když propaguje, že „**z e-shopu nemusí přijít jen léky**“. Z pohledu EX je dle očekávání dobře hodnocena odbornost lékárníků, ale také to, jak se Dr. Max očima zákazníků o zaměstnance stará.

2

## DECATHLON

Děláme sport dostupnější

Opravdu **naplňuje svůj brand promise** a dělá sport dostupnějším – uspokojí různorodé a individuální potřeby za dobré ceny. **Velmi dobře jsou hodnoceni zaměstnanci na prodejnách**, a to i v porovnání s nejbližším konkurentem Sportisimem. V retailu je velká konkurence věnostních programů od hypermarketů, ve srovnání přímo se Sportisimem je **práce s věrností** u Decathlonu hodnocena lépe. Celkově **přináší komplexní zážitek** a boduje na všech emočních silách, nejvíce v Sounáležitosti a Potěšení.

3

## DATART

Opravdový elektrospecialista

Nákup elektroniky v Datartu je **sázka na jistotu**. A jistota dobré zkušenosti je pro zákazníky klíčová. Tuto jistotu mají zákazníci bez ohledu na využívaný kanál, **v omnichannelu je totiž Datart opravdový specialista**. A kdyby se náhodou něco nepovedlo, zákazníci to neznejistí, protože u Datartu věří v **efektivní vyřešení problémů**.

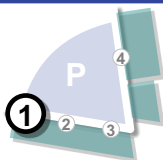
4

## IKEA

Pro lepší každodenní život

Tuto značku můžeme označit za **ESG lídra**. Kromě toho je IKEA považována i za **dobrého zaměstnavatele**. IKEA tedy nevytěpšuje jen domovy a život zákazníků svým nábytkem, ale myslí i na dobro zaměstnanců a celé planety. Navíc posouvá i samotné nakupování. Nejde jen o nábytek, ale o **skutečný zážitek včetně doprovodných služeb**.

## DR.MAX



### Věrnost

5 min

Zkuste si něco koupit. Třeba vitamíny na jarní únavu. Poradili Vám? A je to výrobek pod vlastní značkou?

Ptali se Vás při placení na věrnostní kartičku? Nabídli Vám její zřízení, řekli výhody?

Pokud ne, zeptejte se Vy. Zmínili vyzvednutí online objednávek zdarma nebo dali leták s akčními cenami pouze pro členy?

### Něco navíc:

15 sec

Rozhlédněte se, najdete do 15 sekund nabídku nad rámec léků?

(podívejte se doleva na 3 regály dermatokosmetiky).

Naplnění očekávání zákazníků dle studie Ipsos CX 24 :

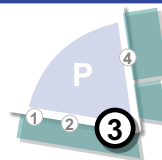


96 %

Vaše hodnocení:



## DATART



### Než vyrazíte: Omnichannel:

5 min

Zkuste si objednat něco na prodejnu a vyzkoušejte službu Rychlart s doručením do 30 min. Co třeba nabíjecí kabel za pár korun?

### Věrnost a personalizace:

Byl Vám během objednávky nabídnutá sleva jen pro Vás nebo členství ve VIP programu?

### Na prodejně: Omnichannel a cross-sell

5 min

Víte hned, kde vyzvednout?

Bylo Vám při výdeji donabídnuto něco relevantního?

### Pro odvážné: Řešení problémů

Zeptejte se, jestli ten kabel můžete rovnou vyměnit, že jste se spletli. Šlo by to jednoduše?

Naplnění očekávání zákazníků dle studie Ipsos CX 24 :

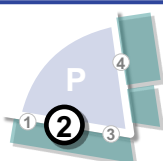


94 %

Vaše hodnocení:



## DECATHLON



### Věrnost

60 sec

Do minuty po příchodu najděte 2 výhody členství. Nevíte? Zvedněte oči k obrazovce za vstupem.

### Zaměstnanci:

Potkejte 2 zaměstnance, navázali oční kontakt?

15 min

Vyrazili byste na kolo? Poradte se, rozumí tomu? Je OK s objednávkou online? Nabídne servis?

### Něco navíc & ESG:

Najděte 3 věci, které dělá Decathlon navíc k prodeji. (Servis, Rent, 2nd Life, Buy Back, kafe)

### Zpětná vazba:

Nebylo to dnes 100 %? Máte možnost to dát obchodu vědět, aby se příště zlepšil?

Naplnění očekávání zákazníků dle studie Ipsos CX 24 :

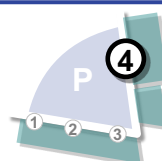


96 %

Vaše hodnocení:



## IKEA



### Věrnost, ESG a něco navíc

15 min

Hned za vstupem najděte, jak IKEA:

1. Odměňuje členy IKEA Family (např. výhody na zdi u tabletu s registrací)
2. Pečuje o planetu (prezentace udržitelné kolekce nebo sekce Staráme se o lesy)
3. Usnadňuje nákupní zážitek (možnost zabavit děti v koutku nebo self-service kiosek)

Vyhledlo Vám? Při obědě opět najděte, jak IKEA:

25 min

1. Odměňuje členy (šťastné pátky, 5+1 káva)
2. Pečuje inkluzivně o všechny (bezmasé kuličky i koutek pro ohřev dětské stravy)
3. Zpřijemňuje nákupní zážitek (třeba wifi)

Naplnění očekávání zákazníků dle studie Ipsos CX 24 :



92 %

Vaše hodnocení:





## BONUS!

Dejte si za  
odměnu kafe na  
cestu zpátky.

## STARBUCKS

2 min

### Personalizace

Dejte si za odměnu kafe na cestu zpátky.  
Napsali Vám na kelímek jméno?  
Tato značka je totiž nejlepším ukázkou  
Personalizace, prioritní oblasti pro CX v 2024.

### ESG

A pokud nemáte na kelímku vlastní jméno,  
možná máte vlastní kelímek a díky tomu slevu.  
Značka je totiž smyslně aktivní i v ESG.



Vaše hodnocení:



# DOBRÁ PRÁCE!

Teď Vás čeká ten nejtěžší úkol: Přenést tuto inspiraci do Vaší  
zákaznické zkušenosti. Rádi se do toho pustíme s Vámi!



## CHCETE TAKY EXCELOVAT V CX?

Můžete začít objednáním studie CX24,  
a nebo rovnou konzultací u Lucky a Renči.



LUCIE  
OSOBOVÁ

+420 604 612 696

Lucie.Osobova@ipsos.com



RENATA  
NOVOTNÁ

+420 602 379 139

Renata.Novotna@ipsos.com