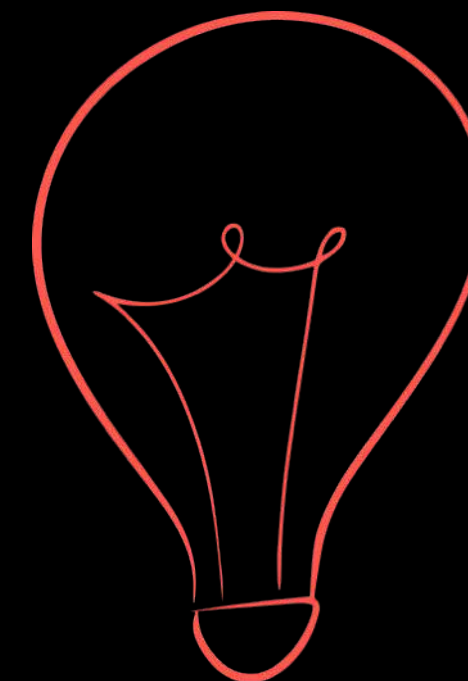


Ako dostať orientáciu na zákazníka do bežného fungovania vašej organizácie?



Čo pre vás znamená CX?

3-4 odpovede v chate odblokujú ďalší slide. 🙌

Ako máte zvládnuté CX vo vašej organizácii?

Podel'te sa o váš pohľad v chate. 🙌



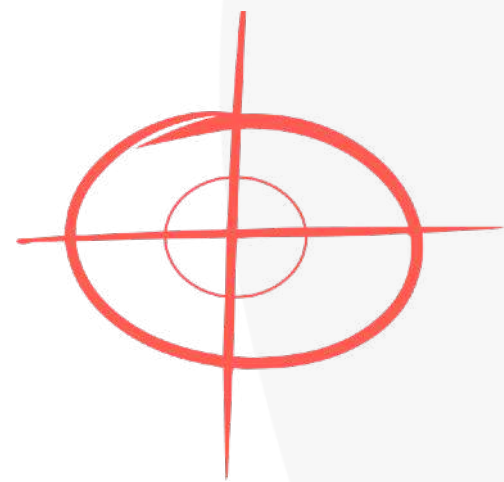
77% zákazníkov tvrdí, že neefektívne CX im

znižuje kvalitu života

*Oracle



Ak chceme viac kvalitných služieb v súkromnom aj verejnom sektore.



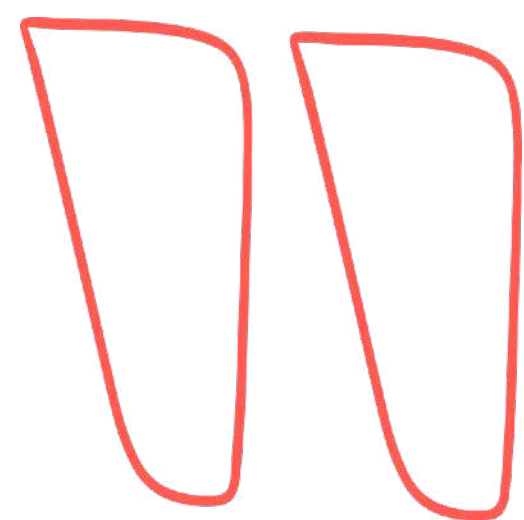
**potrebujeme viac
CX zrelých organizácií.**

2 roky po CX transformácii

50% nárast zdravia organizácii verejného sektora

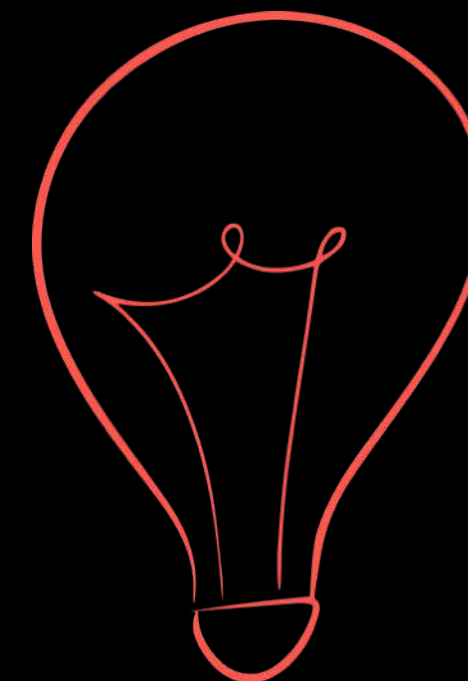
*McKinsey





- ✓ Lepšia spokojnosť zamestnancov.
- ✓ Vyššia angažovanosť tímov.
- ✓ Extra podpora na to, aby sa zamestnancom darilo v ich rolách.
- ✓ Zníženie nákladov na obsluhu príp. reklamácie zákazníkov.
- ✓ Viac kapacít na rozvojové projekty.

Ako dostať orientáciu na zákazníka do bežného fungovania vašej organizácie?

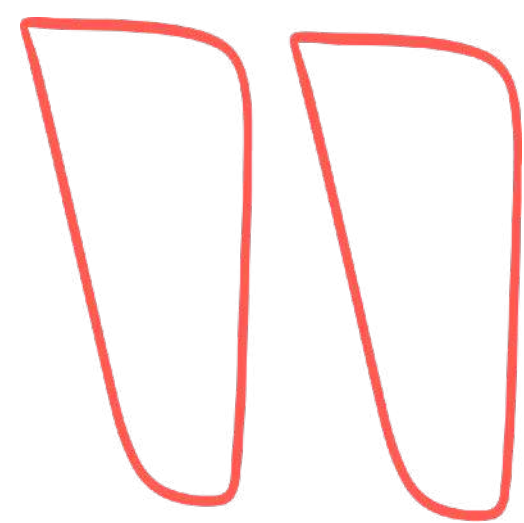




Adam Brocka

Managing Partner
Kiuub

**“Pomáhame firmám rozumieť
svojim zákazníkom tak, aby
ponúkali zmysluplné služby.”**

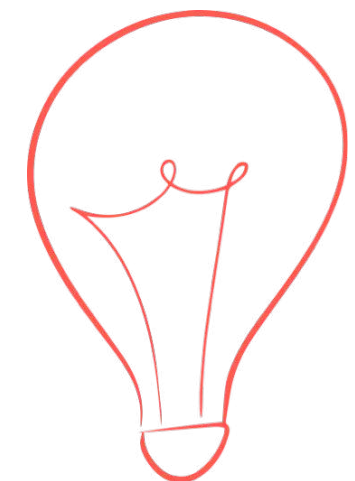


Dodali sme viac ako 50 inovačných projektov.

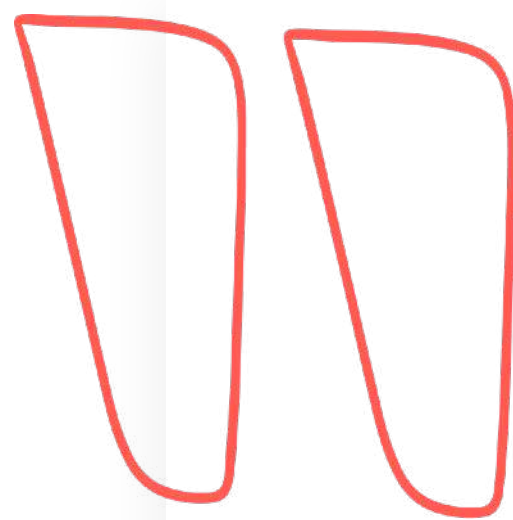


Ako dostať hlas občanov do rozvoja mesta?

Platforma na podporu participatívneho plánovania.



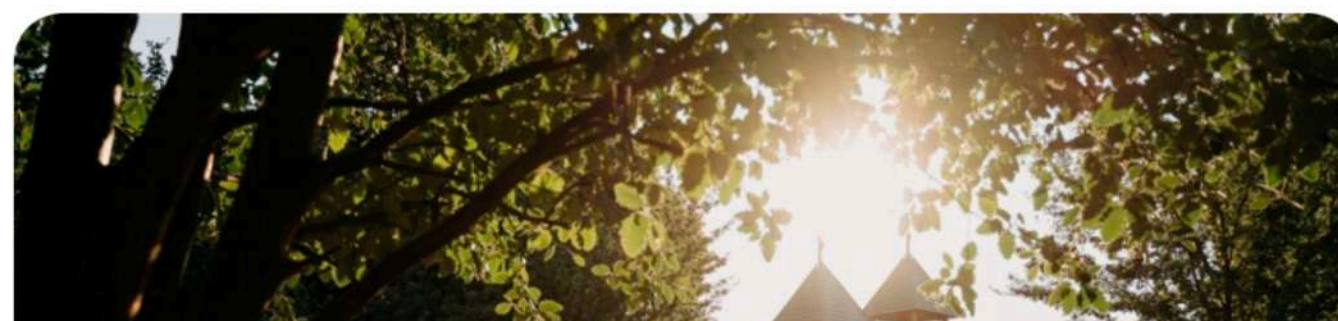
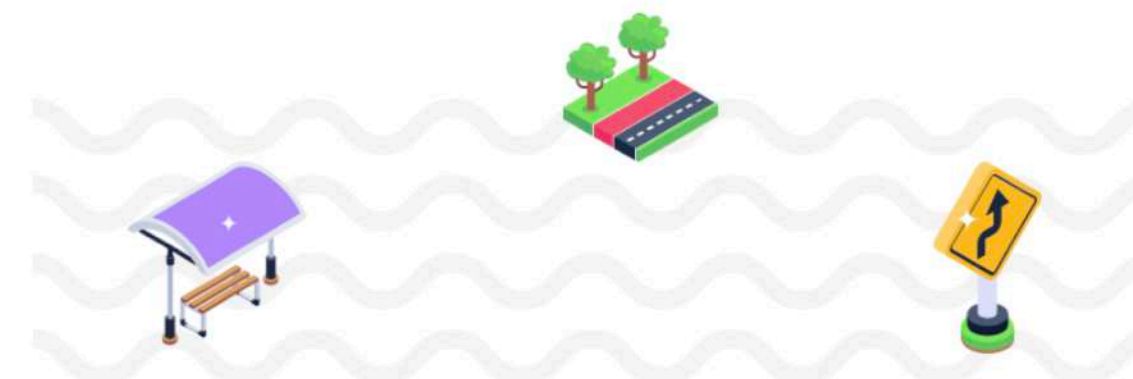
k



Udalosti vo vašom okolí

Ako vnímate projekty, ktoré pre vás tvoríme?

Záleží nám na vašom názore, pretože naším cieľom sú čo najlepšie podmienky na život v meste pre všetkých jeho obyvateľov.



Plánovanie verejného priestoru

Aktuálne sme spustili pilotný ročník rozsiahleho procesu participácie, počas ktorého majú obyvatelia možnosť pridávať vlastné nápady. Pre pilotný ročník sme vybrali tému verejného priestoru. Očakávame návrhy týkajúce sa riešenia...



September - Apríl 2023



Plánovanie verejného priestoru

[Chcem vedieť viac](#)



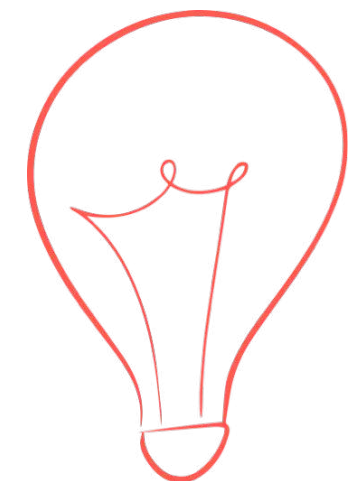
Mesiac detských ihrísk

Dotazník k detským ihriskám



Ako podporiť zmenu návykov občanov?

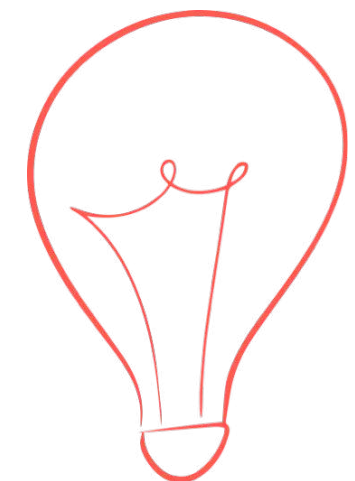
Mestská mobilita, digitálna platba dane, stratégia podpory MSP.



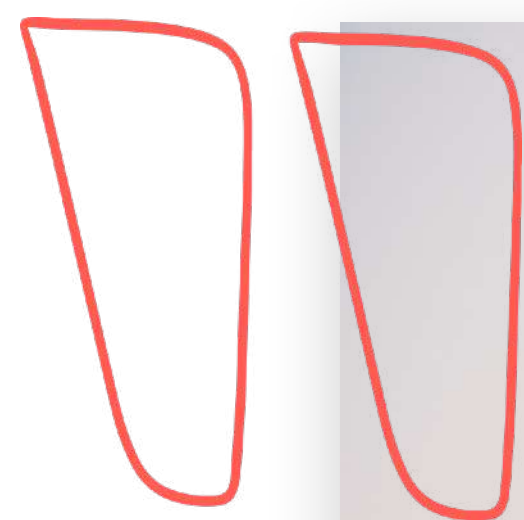
k

Ako zlepšiť CX klientov polikliniky?

Mesto do budovy ročne investuje viac ako 200 tisíc €, ale vnímanie zákazníkov sa nemení.

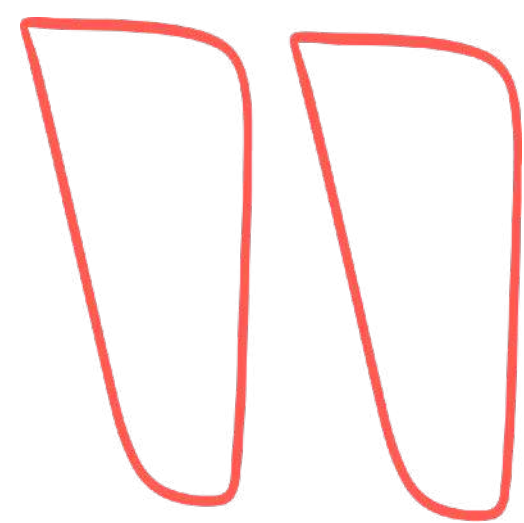


k

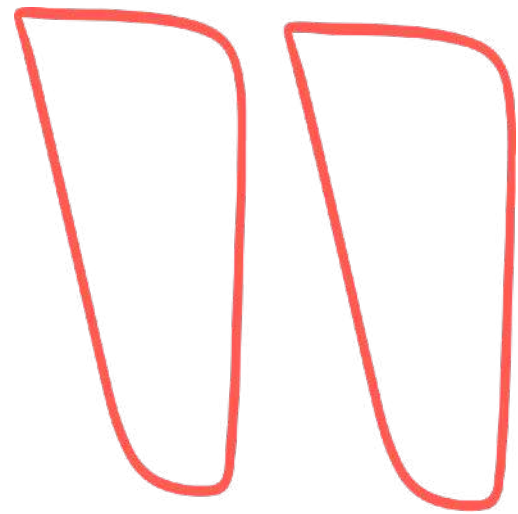


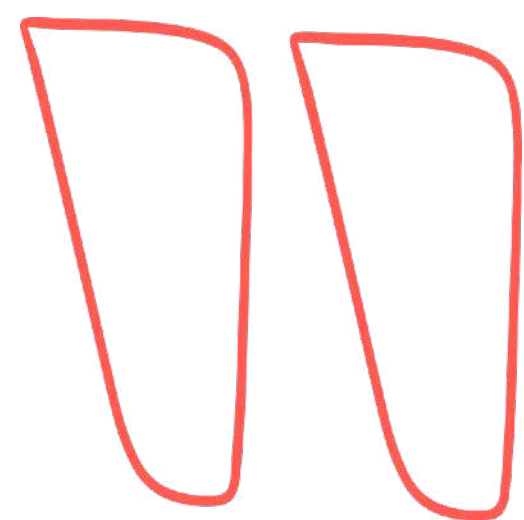
*Ako zlepšiť CX zákazníkov polikliniky?





- 💡 61,4% Komplikovaný prístup
- 💡 76,4% Neprehľadné pravidlá
- 💡 75,6% Jednotnosť polikliniky
- 💡 75% Transparetnosť systému
- 💡 45% Komunikácia s lekármi
- 💡 91% Doba čakania

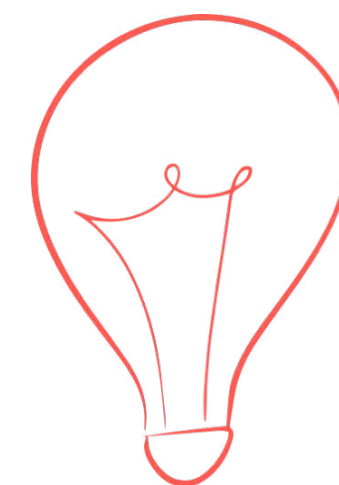




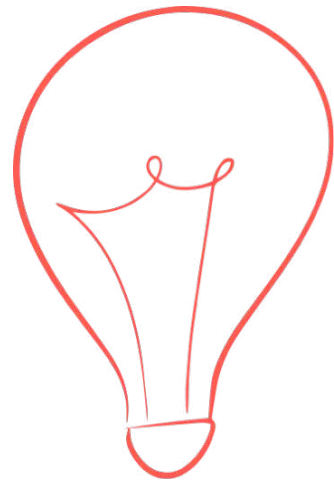
- 🎯 Efektívny príchod a odchod klientov
- 🎯 Vylepšenie čakární
- 🎯 Návrh navigačného systému
- 🎯 Komunikačný koncept
- 🎯 Efektívnejšie využitie priestorov

24-hodinový hackathon.

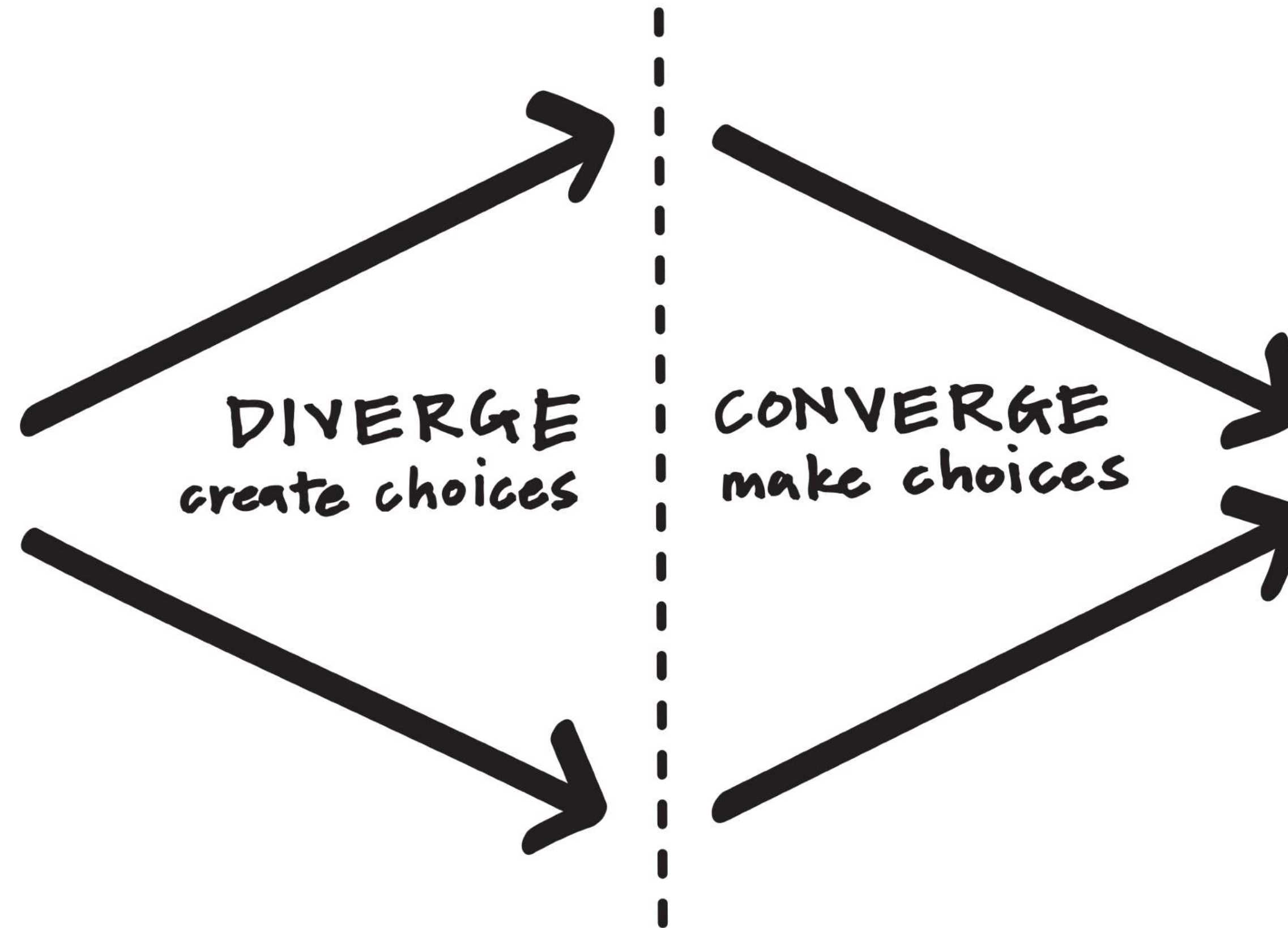
50 účastníků & 10 konceptů.

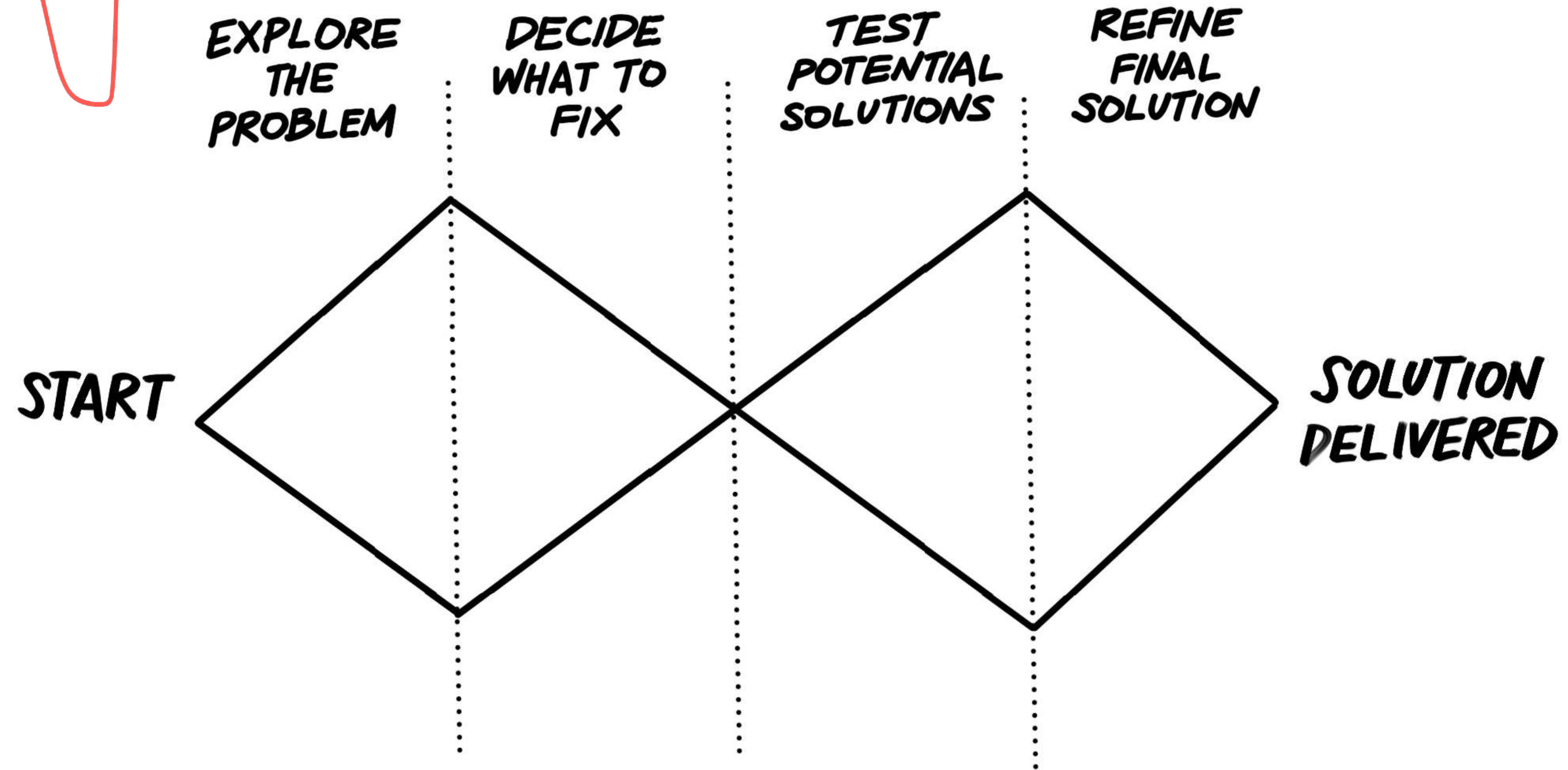
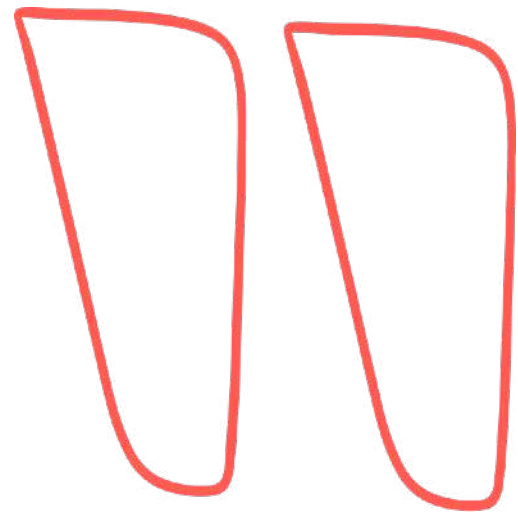


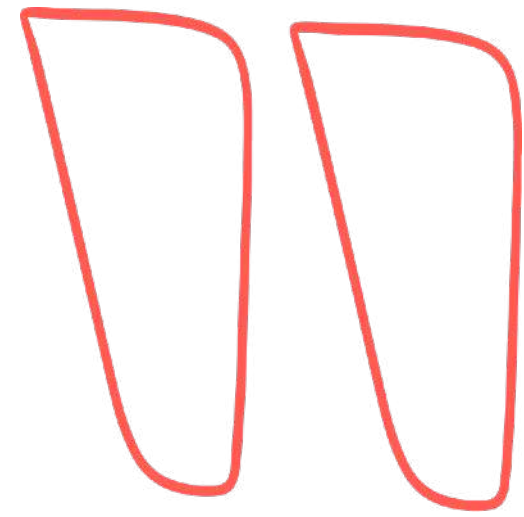
k



Design Thinking



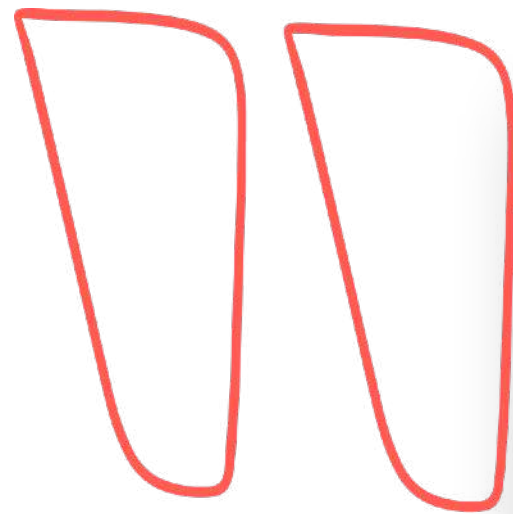




	Decision making	Collaboration	Brainstorming	Designing	Outcomes
Traditional	Performed in a vacuum, based on assumptions	Siloed and lacking trust among peers	Wild or fun ideas are dismissed	Treated as a job title not as a partner	Rigid metrics and goals
Design Thinking	Inclusive and informed	Co-creation and trust	Wild & fun ideas can flourish	Treated as a cross-functional process	Replace perfect for MVP (learn fast)

*Design Thinking vs. Problem-solving





Mapa zákazníkovej cesty

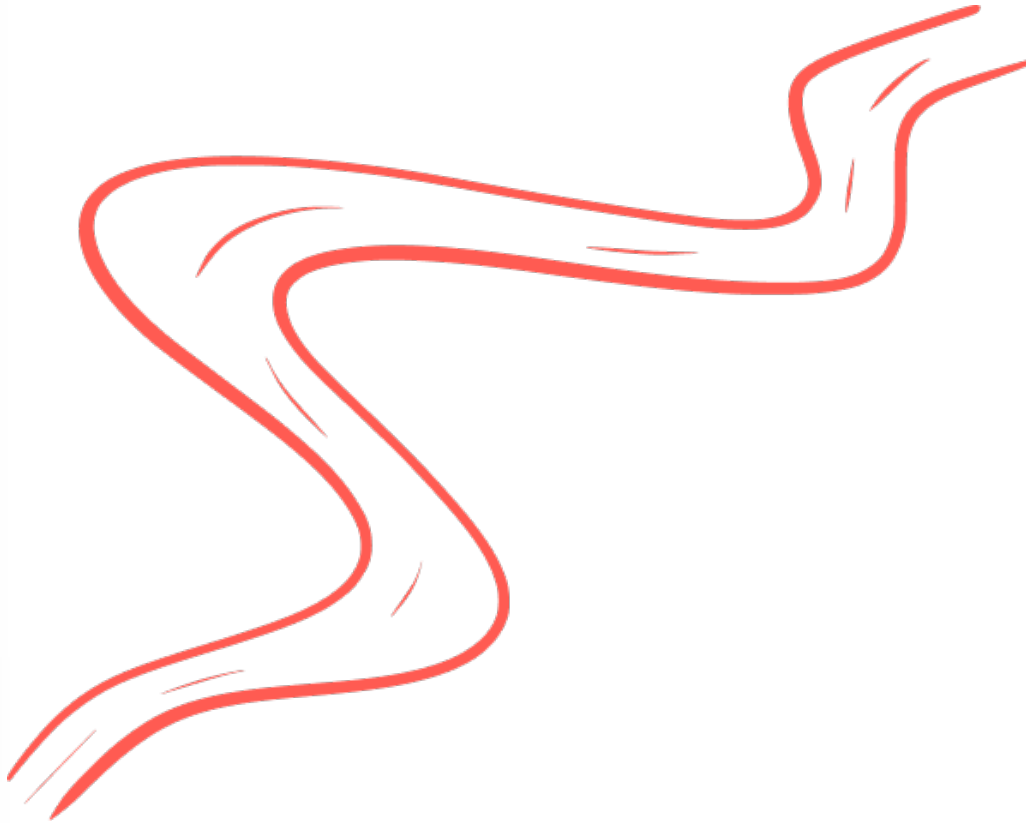
Projekt			
TOUCHPOINTY:	PRED	POČAS	PO
Zaznač konkrétne body kontaktu alebo interakcie, ktoré zažíva zákazník pred, počas a po využití vašich služieb.	V tejto fáze sa nachádzajú aktivity, ktoré sa udejú predtým, ako zákazník nakúpi váš produkt alebo službu. Kde si vás môže všimnúť? Ako s vami interaguje?	Aktivity, ktoré zažíva zákazník počas nákupu alebo interakcie s vašou značkou. Aké kroky vykonáva? Čo urobí ako prvé, keď navštívi vašu prevádzku?	Zákazník už u využil vaše služby alebo kúpil konkrétny produkt. Interaguje s vašou organizáciou aj potom? Ako? Čo robí váš zákazník po nákupe vašej služby alebo produktu?
HODNOTENIE:			
Skús zhodnotiť v akom stave sú konkrétne touchpointy dnes. Ako sa cíti v jednotlivých fázach váš zákazník? Ak máš k dispozícii konkrétne marketingové, obchodné príp. iné dáta neváhaj ich sem zapísať.	😊 ☹️		
ZÁKULISIE:			
Popíš procesy a aktivity, ktoré vo firme bežia na pozadí konkrétnych touchpointov. Aké úsilie musíte vynaložiť, aby mal s vami zákazník dobrú skúsenosť? Čo robíte preto, aby sa váš zákazník cítil príjemne pred, počas aj po využití vašich služieb?			

Mapa zákazníkovej cesty je diagram všetkých miest, kde zákazníci prichádzajú do kontaktu s vašou značkou. Pomôže vám mať prehľad v slabých a silných stránkach vášho biznisu, nájsť inováčné príležitosti, prioritizovať zdroje a sledovať kľúčové biznis ukazovatele.

Ak potrebuješ pomoc, robíme na túto tému workshop, plný praktických tipov, rád a konkrétnych príkladov. Pozri sa na náš web kedy robíme ten najbližší.



kiuub
www.kiuub.com



*Hľadáte príležitosti? Začnite zákazníckou cestou.

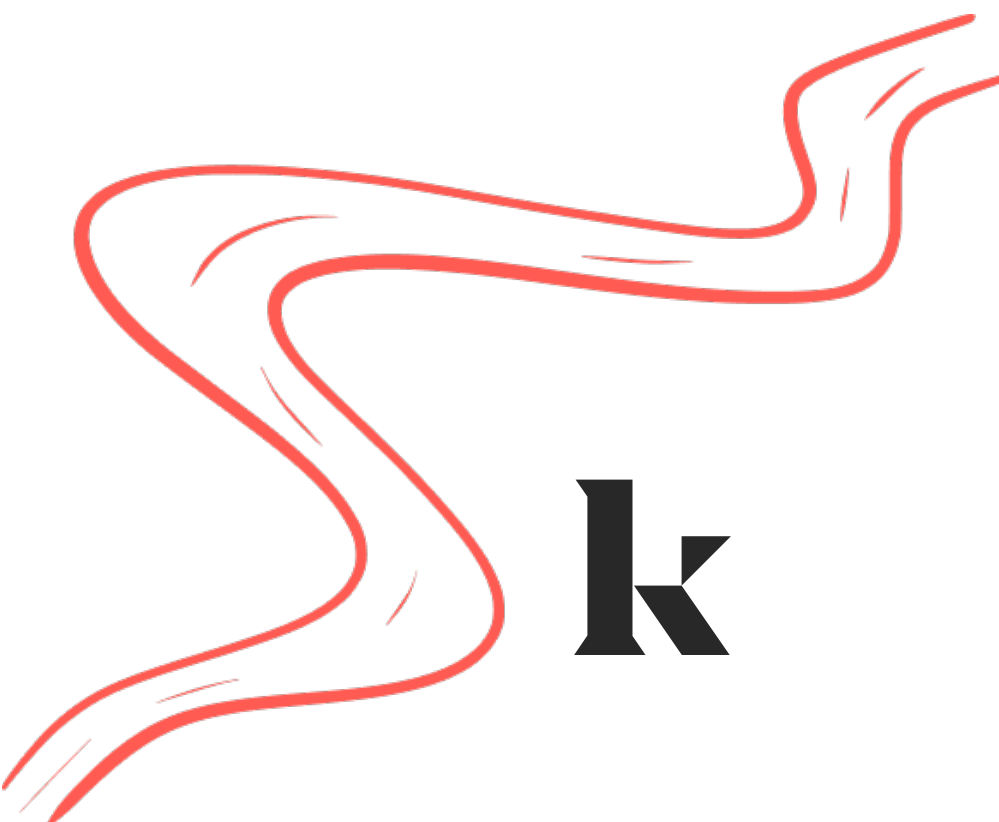


Benefity CJM

□ ZLEPŠENIE
PROCESOV

□ ODPUŠENIE
OD NONWRENUE

□ VYŠŠIA
HODNOTA



k

Benefity CJM

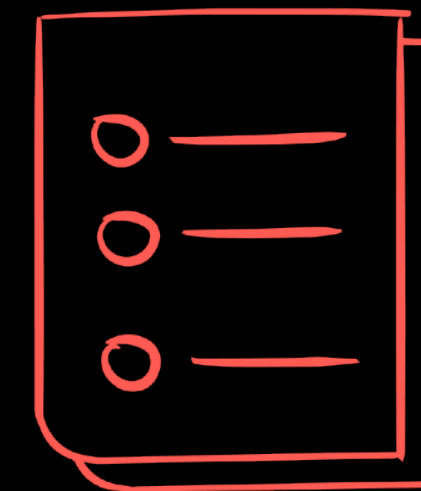
NIEČO
NOVÉ

- DEFINOVANIE ZADANIA
- VIZUALIZÁCIA A SÚVISLOSTI
- IDENTIFIKOVANIE METŔIK Φ

EXISTUJÚCE
SÚŽBY

- ZIEPSENIE DIZAJN VÝSLEDKOV
- POUKOTENIE ZÁHAZNÍKOV
- IDENTIFIKOVANIE KONFIGURÁCIÍ A

7 krokov, ktoré vám pomôžu dostať CX do DNA organizácie.





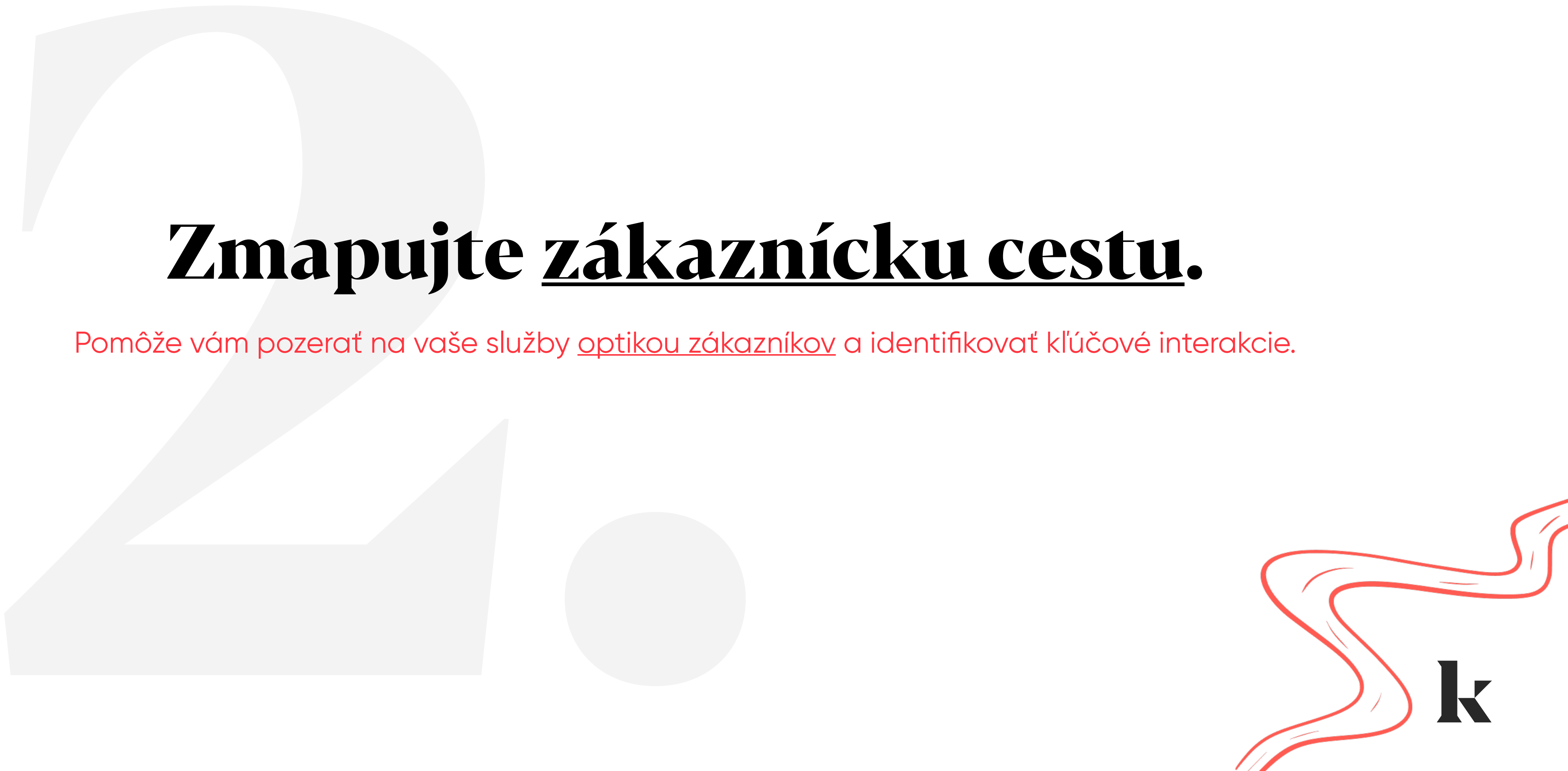
Odpovedzte si na otázku: Kto sú naši zákazníci?

~~Všetci.~~ Každý má iné očakávania. First-timeri vs. starí harcovníci.

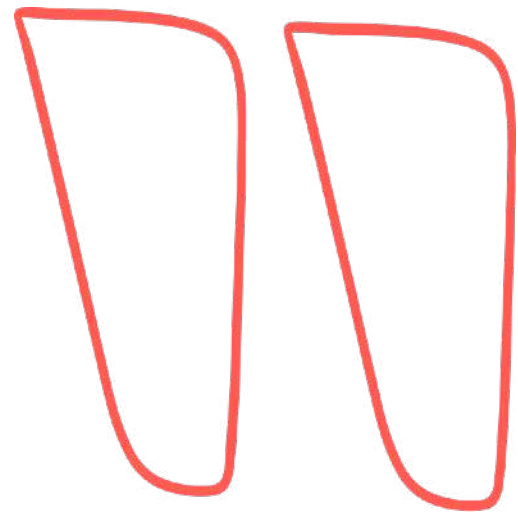


Zmapujte zákaznícku cestu.

Pomôže vám pozerať na vaše služby optikou zákazníkov a identifikovať kľúčové interakcie.



k



OrtoTrnava
ORTOPEDICKÁ
AMBULANCIA
v Trnave
na prílohu
Príloha 1
033/ 5598 302

Nová pohotovosť pre deti
a dospelých
Od 1.6.2015
Nová pohotovosť pre deti
a dospelých
Od 1.6.2015
Nová pohotovosť pre deti
a dospelých
Od 1.6.2015

Nová pohotovosť pre deti
a dospelých
Od 1.6.2015
Nová pohotovosť pre deti
a dospelých
Od 1.6.2015
Nová pohotovosť pre deti
a dospelých
Od 1.6.2015

Nová pohotovosť pre deti
a dospelých
Od 1.6.2015
Nová pohotovosť pre deti
a dospelých
Od 1.6.2015
Nová pohotovosť pre deti
a dospelých
Od 1.6.2015

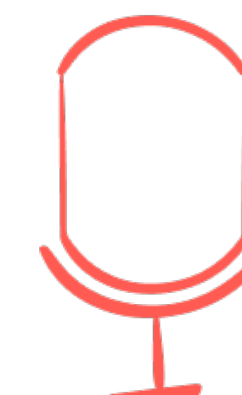
Nová pohotovosť pre deti
a dospelých
Od 1.6.2015
Nová pohotovosť pre deti
a dospelých
Od 1.6.2015
Nová pohotovosť pre deti
a dospelých
Od 1.6.2015

Nová pohotovosť pre deti
a dospelých
Od 1.6.2015
Nová pohotovosť pre deti
a dospelých
Od 1.6.2015
Nová pohotovosť pre deti
a dospelých
Od 1.6.2015

k

Rozprávajte sa so zákazníkmi.

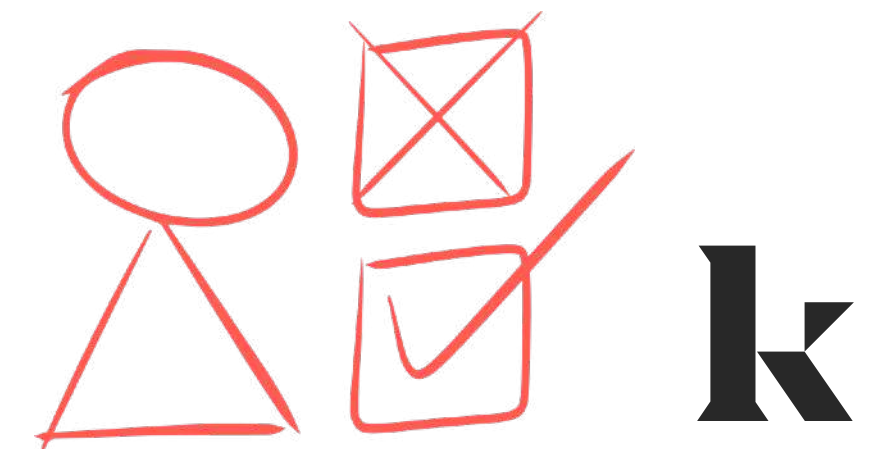
Snažte sa pochopiť, čo sa snažia dosiahnuť využívaním vašich služieb.

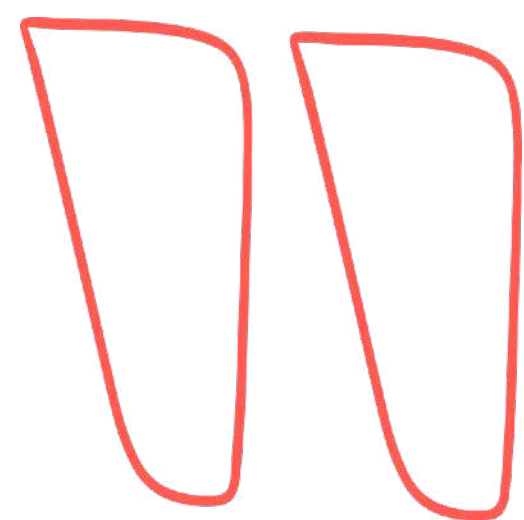




Identifikujte slabé miesta zákazníkov aj organizácie.

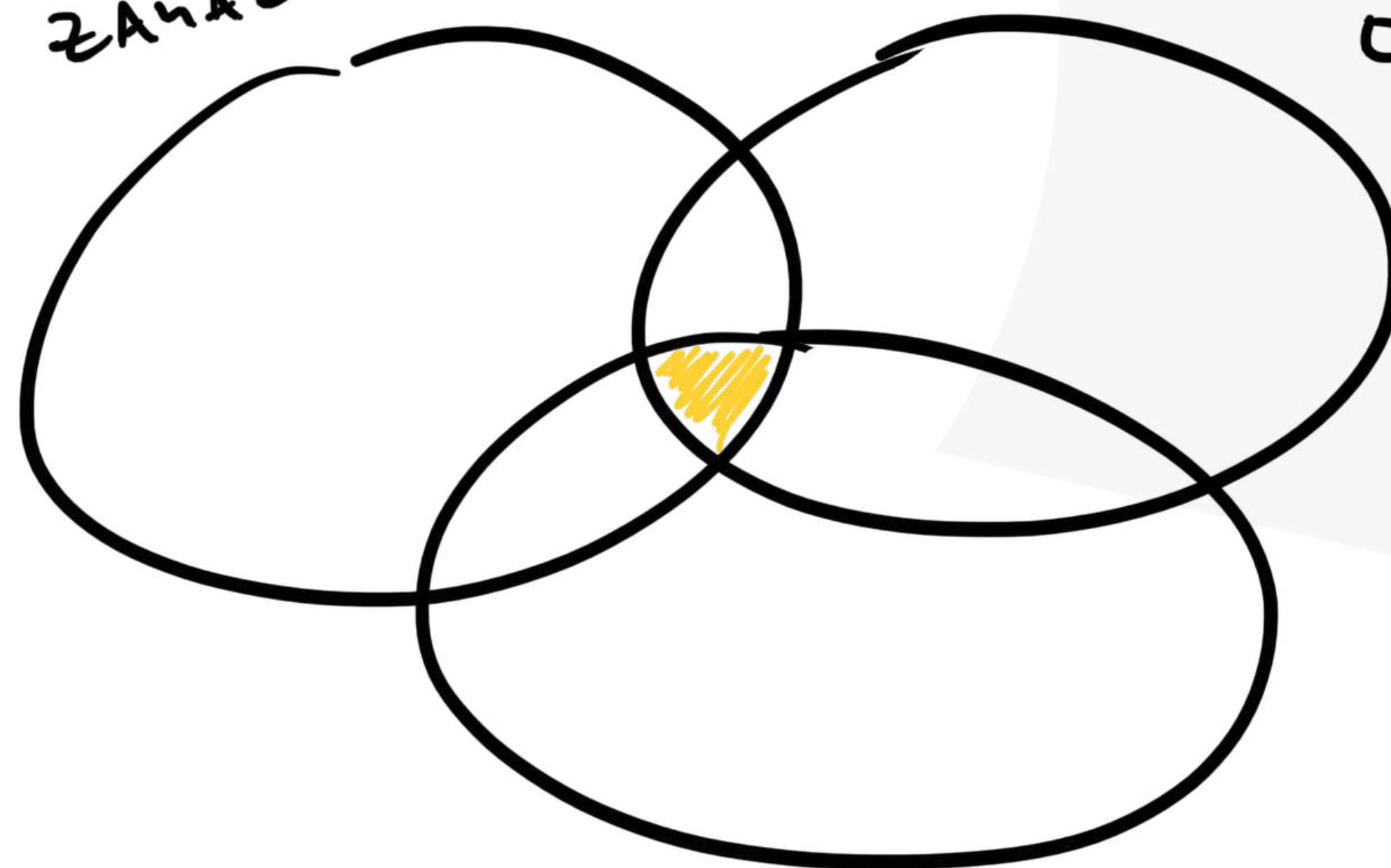
Na CX kultúru budete potrebovať interných fanúšikov. Aké problémy riešia?





1. ČO POTREBUJE
ZÁKLADNÝCH ?

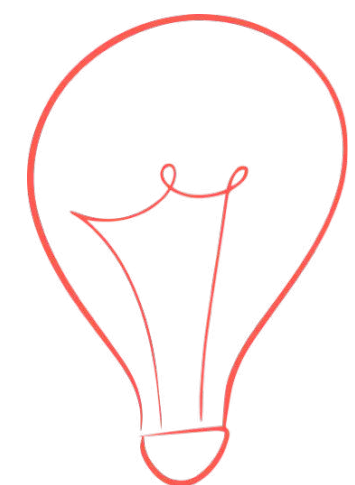
2. O ČO SA USILUJE
ORGANIZÁCIA ?



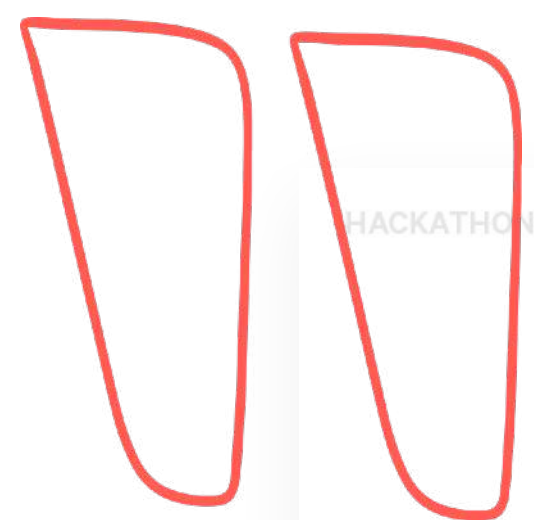
3. AKO TO VIEME
NAPLNÍŤ ?

Navrhňte riešenia, začnite v malom.

Nemusí to byť dokonalé. Pomer kreativity a exekúcie by sa vždy mal rovnať 1.

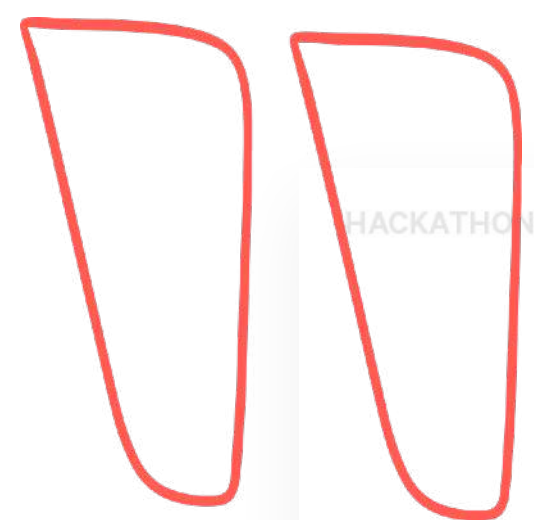


k



HACKATHON



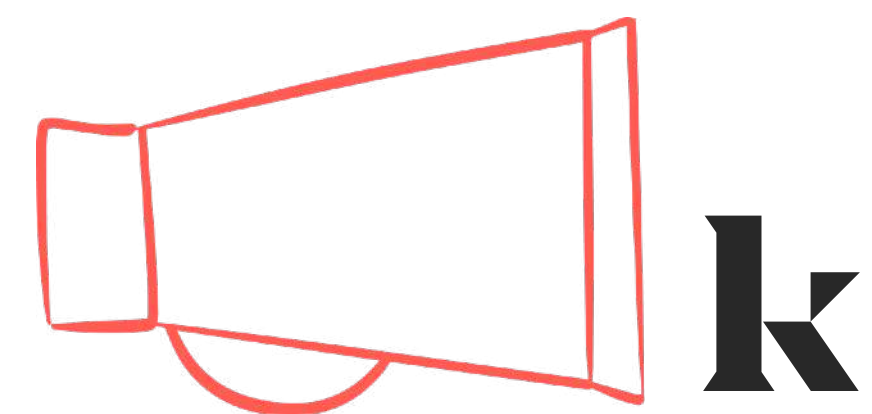


HACKATHON



Ukážte výsledek a dopad.

CX potrebuje osvetu a vy rozvíjať interný dopyt.



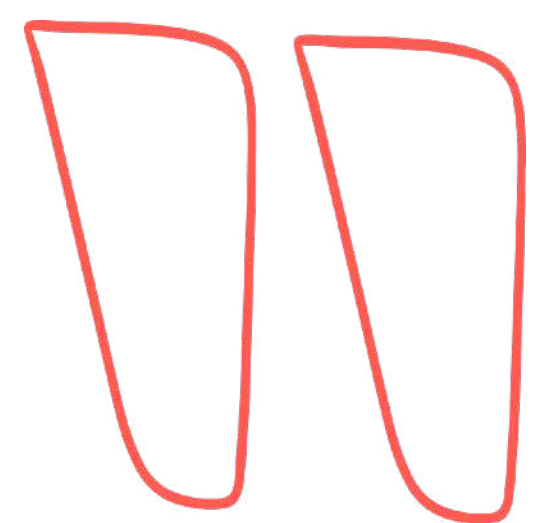


Opakujte, kým nebude čo zlepšovať.

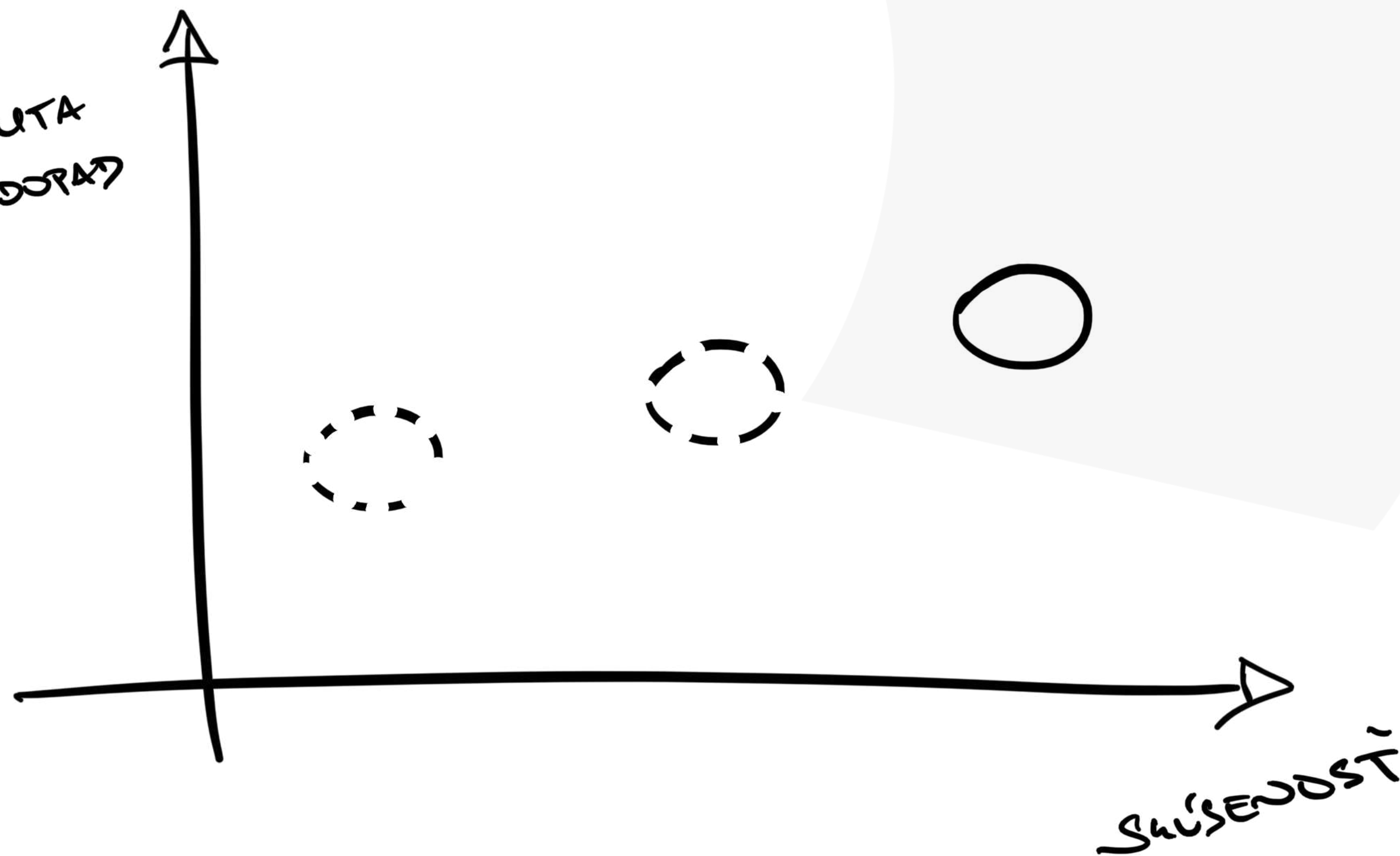
CX/Service design je iteratívny proces, môžete ho využívať dookola a neustále vylepšovať.



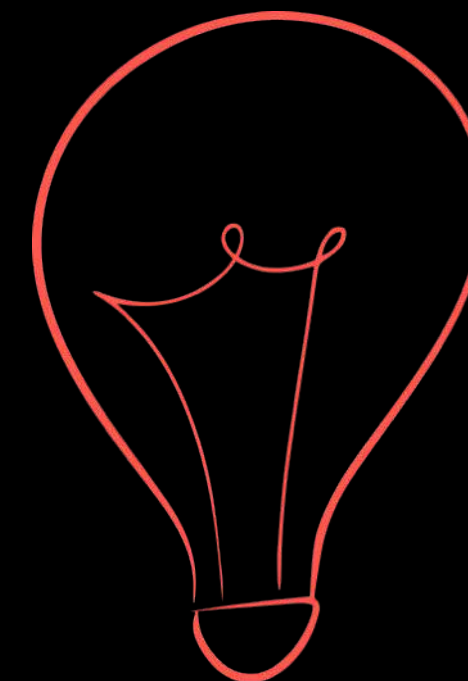
k



KVALITA
& DOPAD



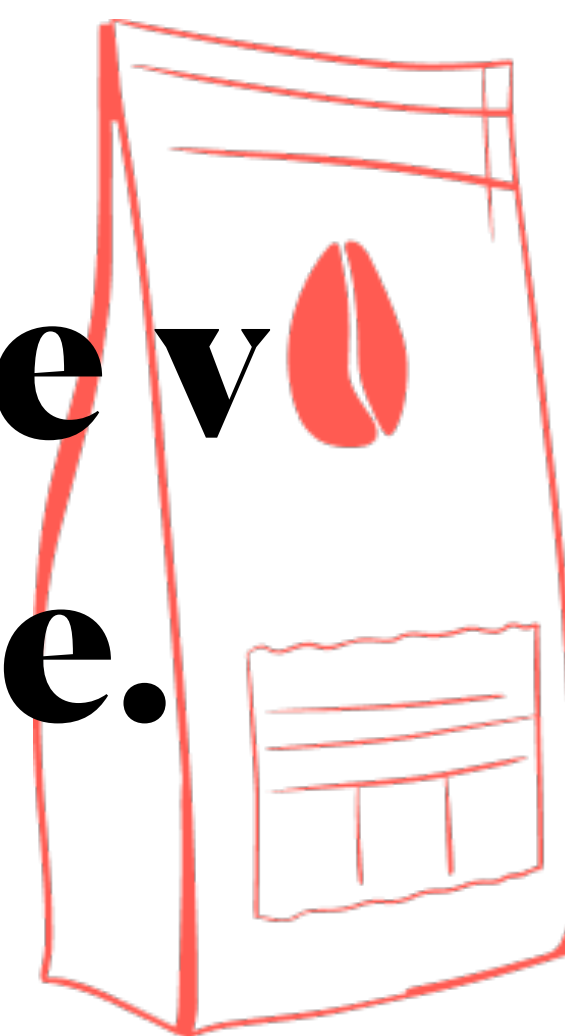
Ako dostať orientáciu na zákazníka do bežného fungovania vašej organizácie?





Naskenujte a spojme sa na LI.

**Zostaňme v
kontakte.**



Ako na mapovanie zákazníckych ciest?



Naskenujte a zistite viac.

