

NEWS

Agent za sklem

Jak mluvící a jednající obrazovka konkrétně prospívá majitelům obchodů i jejich zákazníkům a proč je přitom rozhodujícím faktorem důvěra.

22. června 2026, Tobias Engl



Patnáct let dělala obrazovka v obchodě především jedno: zobrazovala to, co někdo předem naplánoval. To se právě zásadně mění. Obrazovka začíná rozumět, odpovídat a jednat. Z výlohy se stává protějšek. Pro majitele obchodů to není hračka, ale hmatatelná páka na tržby, náklady a zákaznický zážitek. A pro zákazníky to znamená pomoc přesně ve chvíli, kdy ji potřebují.

CO TO JE

Od displeje k protějšku

„Agent za sklem“ spojuje tři věci: 1. anonymně vnímá svůj kontext (kolik lidí před ním stojí, jak dlouho, v kterou denní dobu), 2. odpovídá na otázky v přirozeném jazyce, hlasem nebo psaním, a 3. své obsahy stále častěji vytváří sám z živých dat ... ze sortimentu, cen, termínů, tras. Kde to dává smysl, dokonce spouští procesy: předběžně zarezervuje termín, navede ke správnému regálu. Z nekonečné smyčky se stává dialog.

PERSPEKTIVA 1

Z pohledu majitele obchodu

Konec kolotoče s obsahem. Udržovat obsah aktuální byla dosud nekončící práce. Agent si akce, ceny a dostupnost stahuje sám a vytváří z nich ucelená sdělení, aniž by někdo musel denně sahat na soubory.

Vyšší relevance, vyšší konverze. Místo jednoho sdělení pro všechny ukazuje agent to správné ve správný okamžik – podle denní doby, stavu zásob a kontextu. Relevantní oslovení v místě rozhodování se bezprostředně projeví na účtence.

Odlehčení personálu. Opakující se otázky: Kde najdu ...? Kolik stojí ...? Kdy je ...? zodpovídá agent nepřetržitě. Tým získává čas na to, co lidé umějí lépe – radit a pečovat.

Konečně spolehlivá měřitelnost. Agent anonymně ví, kolik lidí ho vidělo a použilo a které obsahy fungují. Z pocitu se stává doklad; základ pro lepší rozhodování a tam, kde se to hodí, i pro reklamní výnosy z vlastní plochy.

PERSPEKTIVA 2

Z pohledu zákaznice a zákazníka

Okamžitá odpověď, bez aplikace, bez fronty. Člověk se zeptá a dostane jasnou informaci ve svém jazyce: správný produkt, nejkratší cestu, nejbližší volný termín. Žádné stahování, žádné čekání u pultu.

Osobní, ale nikoli dotěrný. Pomoc působí vstřícně, aniž by byl kdokoli rozpoznáván nebo měřen. Agent reaguje na otázku, ne na obličej.

Přístupný pro všechny. Velké písmo, funkce předčítání, vysoký kontrast a mnoho jazyků na jednom zařízení činí informace bezbariérovějšími než jakákoli tištěná cedula a zároveň splňují požadavky na přístupnost.

Užitečný, ne reklamní. Protože agent nejprve vyřeší otázku, vzniká důvěra – a právě tato důvěra dává doprovodnému doporučení teprve účinnost.

JÁDRO VĚCI

Důvěra je rozhodující faktor

Čím více obrazovka sama mluví a jedná, tím důležitější je, zda jí lze důvěřovat. V Evropě to není okrajové téma. Agent za sklem smí být zvědavý na otázku, ale ne na osobu. Měří se anonymně a agregovaně. Zrakové kontakty a doba setrvání, žádná interpretace demografie nebo emocí, jak to vyžadují EU AI Act a GDPR. Vytvořené obsahy zůstávají dohledatelné a označené, data se zpracovávají lokálně a v EU. Ochrana dat se tak nestává brzdou, ale prodejním argumentem.

Právě v tom spočívá síla ScreenWay! Vzorec, který mluvící obrazovku nese – izolování, kontrolovatelní agenti, lokální zpracování, evropská datová suverenita – je v architektuře navržené podle principu local-first již zakotven. Agent za sklem není změnou platformy, ale přirozeným dalším krokem.

Bergx2 staví od roku 1998 právě na tomto základu: local-first, v souladu s GDPR a na přání on-premises. Podívejte se v bezplatném demu, jak se z vašich ploch stane protějšek: screenway.com · vertrieb@screenway.com.

ZDROJE

ISE 2026 / invidis – agentní AI v CMS, asistenti MCP. – spatialagents – obrazovka jako mluvící protějšek, voice-first. – blinksigns – autonomní systémy. – Nento – hyperpersonalizované, generativní obsahy.

Nařízení (EU) 2024/1689 (EU AI Act), čl. 5 – omezení rozpoznávání emocí / biometrické kategorizace; GDPR – minimalizace údajů, transparentnost, souhlas.