

Interim CAIO – Měření dopadu

Interim CAIO – Měření dopadu

ROI framework pro klientský engagement. Předává se v Den 7 onboardingu (viz [interim-caio-onboarding.md](#)).

Pro koho: CFO, CEO, board člen. Někdo, kdo se ptá „jak budeme měřit, jestli se to vyplatilo“. **Co tahle stránka řeší:** Když klient v Den 7 zeptá, mám 1 stránku, ne improvizaci. Tři měsíce/šesti měsíční engagement má **4 kategorie metrik, 3 časové body** (T0 / T+30 / T+90), **1 vlastník per metrika**.

Princip

„Měříme **změnu způsobu práce**, ne výkon AI nástrojů. AI je nástroj. Hodnota je v tom, **kdo s ní dělá co jinak.**“

3 pravidla: 1. **T0 baseline je povinný.** Bez něj není měření, je dojem. 2. **Metrika má 1 vlastníka.** Pokud ji nikdo nevládní, neexistuje. 3. **Měříme pravidelně, ne nárazově.** T+30 a T+90 jsou fixní review body, ne odhad.

4 kategorie metrik

● 1. Čas – kde se přesouvá pozornost lidí

Otázka: „Kolik exec/manažerského času uvolnil AI z rutiny do strategie?“

Metrika	Měřitelné jak	T0 baseline	T+30 target	T+90 target
Hodiny CEO/CFO/exec na rutinu/týden	Time tracking nebo self-report (5-day journal)	Kalibrovat Den 5	-20 %	-40 %
Hodiny key sponsora na koordinaci AI iniciativ	Calendar audit	Den 1 audit	+5 h cílená práce	+10 h
Time-to-decision (od otázky po rozhodnutí)	Decision log (datum otázka → datum decision)	3 random rozhodnutí Den 3	-30 %	-50 %

Vlastník: Sponsor (CFO / COO / CTO podle struktury).

● 2. Kvalita rozhodování – kontext za rozhodnutími

Otázka: „Rozhodujeme líp, nebo jenom rychleji?“

Metrika	Měřitelné jak	T0 baseline	T+30 target	T+90 target
% strategických rozhodnutí s decision dokumentem (ADR-style)	Audit posledních 10 rozhodnutí	typicky 0–20 %	50 %	80 %
Re-do rate (rozhodnutí opakovaná do 90 dní kvůli novým informacím)	Decision log retrospektiva	Q1 audit (uplynulý kvartál)	–25 %	–50 %
Decision completeness score (context / options / risks / next steps)	Self-rate 0–4 per rozhodnutí	Den 5 baseline	průměr 2.5	průměr 3.5

Vlastník: CEO nebo board chair (kdo schvaluje strategická rozhodnutí).

● 3. Throughput – kolik práce protéká firmou

Otázka: „Stíháme víc, nebo to jen vypadá?“

Metrika	Měřitelné jak	T0 baseline	T+30 target	T+90 target
Strategické iniciativy paralelně bez ztráty kvality	PM tool (Asana / Linear / Jira)	Den 1 inventář	+1	+3
Time-to-first-draft (od briefu po první draft jakéhokoliv strategického dokumentu)	Document timestamps	3 random examples Den 3	-40 %	-60 %
Lead time meetingů (od „měli bychom o tom mluvit“ po rozhodnutí)	Calendar + Slack analysis	5 nedávných příkladů	-30 %	-50 %

Vlastník: COO nebo Chief of Staff.

4. Kultura – kdo a jak AI používá

Otázka: „Není to jen CEO a CTO? Mění se způsob práce v celé firmě?“

Metrika	Měřitelné jak	T0 baseline	T+30 target	T+90 target
% FTE používající AI $\geq 1 \times$ /týden vědomě	Anonymní 2-otázkový survey	Den 7 survey	+30 % od T0	+60 %
Počet interních AI promptů sdílených v knihovně	Repo audit (Notion / Slack / Confluence / GitHub)	Den 1 inventář (typicky 0)	10+	30+
Počet projektů s AGENTS.md / context dokumentem	Repo audit	Den 1 inventář	30 % aktivních projektů	80 %

Vlastník: HR / People & Culture nebo lead enabler.

Sběr a review cadence

Bod	Co se děje	Vlastník
T0 (Den 1–7)	Baseline audit všech 12 metrik. Bez T0 měření neexistuje.	Já + sponsor
T+30	Mid-engagement review (90 min). Co se hýbe, co stagnuje, co změnit.	Já + CEO + sponsor
T+90	End-of-engagement review (180 min). Final score + recommendation pro pokračování.	Já + board nebo full exec team
Průběžně	1× měsíčně 30 min check-in. Žádný report, jen ústně.	Já + sponsor

Pravidlo: Pokud T0 baseline není zachycen v prvních 7 dnech → engagement se nezačal. Tohle není perfekcionismus, tohle je profesionální disciplína.

Co tento framework NEMĚŘÍ (záměrně)

- **AI nástroje samotné** (počet licencí, počet promptů na CEO) — vendor metrics, ne business outcome
 - **Spokojenost s AI** — happiness score je vágní, decision quality je tvrdá data
 - **„Inovativnost“** — bez definice měřitelnosti je to PR, ne measurement
 - **Konkrétní revenue lift z AI** — AI ovlivňuje *jak rozhodujete*, ne *co trh udělá*. Garantuju strukturu, ne výsledek trhu.
-

Governance jednostranná příloha

Kdo vlastní data

- **Surová data** (logy, time tracking, surveys) — vlastní klient. Já mám read-only přístup.
- **Strukturovaný kontext** (decision documents, AGENTS.md, agent prompts) — vlastní klient po skončení engagementu. Já mám copy s anonymizací pro own learning.
- **Methodology** (SIA, Context Engineering, frameworks) — vlastním já.

Kdo schvaluje výstupy

- **Decision draft** → CEO nebo sponzor
- **30-day roadmap** → board nebo CEO
- **AI implementace** → respektive owner (CTO / COO / vendor)
- **External komunikace** o engagementu (case study, LinkedIn) → CEO podpis povinný

Eskalační cesta

1. **Operativní problém** (tool nefunguje, missing data) → sponsor během 24 h
2. **Strategický disagreement** (já vs CEO) → board chair / co-founder
3. **Compliance / legal concern** → klient legal + okamžitý stop práce v dotčené oblasti

Audit cadence

- **Passive:** memory / decision log auditovatelný kdykoliv
- **Active:** T+30 a T+90 reviews s board / exec
- **Compliance check:** každý strategický dokument prošel min 6C audit (interní rule)

Privacy / data handling

- **PII** — nikdy v promptech AI bez konsentu klienta
- **NDA** — lokální Claude Code, nikoli cloud (viz `feedback_external_ai_privacy`)
- **Retention** — engagement materials držím 24 měsíců, pak permanent delete (na vyžádání kdykoliv)

Návod pro Den 7 review

Když to klientovi předáváš, použij **tuhle posloupnost**:

1. „*Tady je framework, jakým budeme měřit, jestli se za 6 měsíců vyplatilo 855K.*“ (Nikoli „pojdme se podívat na metriky“.)
2. Otevři 4 kategorie. Ukaž tabulku.
3. „*12 metrik. 3 časové body. 4 vlastníci. T0 baseline tento týden — bez něj měření neexistuje.*“
4. Zeptej se: „*Kterou metriku byste přidal, nebo která vám nedává smysl?*“
5. Po debatě: „*Co z toho je dnes měřitelné, a kde musíme metodu sběru postavit?*“
6. Decision: schválit framework nebo iterovat. Bez schválení nepokračuje T0 baseline.

Tip: Pokud klient řekne „*to je strašně moc*“ → nabídní redukci na 1 metriku/kategorii (4 místo 12). Lepší 4 sledované než 12 nesledovaných.

Compound

Po každém engagementu zaznamenej: - Které metriky byly sporné při schvalování? - Které T+30 targets byly nereálné a proč? - Která metrika se ukázala jako nejcennější (klient ji chce mít i po engagementu)?

→ `3_Context/insights/YYYY-MM-DD-measurement-<klient>.md`