



Customer Care Insights 2027

Planurile liderilor din Customer Care din regiunea CEE

by Daktela



CUVÂNT ÎNAINTE

Customer care-ul se schimbă într-un ritm la care e greu să te pregătești doar pe baza estimărilor. Din discuțiile zilnice cu clienții noștri vedem cât de complicat poate fi astăzi să iei deciziile strategice corecte. Toată lumea se întreabă același lucru: ne gândim corect la priorități? Nu cumva pierdem trenul AI? Și în ce investește concurența?

Majoritatea companiilor caută însă răspunsurile doar intern, fără posibilitatea de a se compara. **Am decis să schimbăm asta și să deschidem discuția cu cei care conduc efectiv centrele de contact**, de la manageri de suport clienți și Head of Customer Care, până la CTO, COO și proprietari de companii.

Rezultatul este perspectiva deschisă a **132 de profesioniști din companii de succes din regiunea CEE**, care ne-au spus încotro își vor direcționa în 2027 investițiile, dezvoltarea echipelor și utilizarea AI și a noilor tehnologii în customer care. Pe lângă planurile concrete, și-au numit deschis și temerile, precum și zonele în care văd cele mai mari oportunități.

Sper că aceste date vă vor fi un benchmark util și vă vor ajuta să decideți unde să vă direcționați energia și investițiile în 2027, în propria companie.

Jiří Havlíček

CEO - Daktela

Ce arată datele: AI și bariere



AI este prioritatea #1 pentru companii

Pentru 75% dintre companii, AI și automatizarea se numără printre primele trei priorități pentru 2027. 77% plănuiesc să investească în acest domeniu, mai mult decât în oricare altul.



Viteza, principalul avantaj competitiv

78% dintre profesioniști consideră viteza de răspuns și de rezolvare a solicitărilor principală sursă de avantaj competitiv. Imediat după vin abordarea umană și empatia, cu 56%.



Frâna sunt sistemele și încrederea, nu bugetul

42% dintre companii sunt încetinite în ambițiile AI de integrarea cu sistemele existente, iar 40% de temerile privind acuratețea AI și acceptarea ei de către clienți. Obstacolul nu sunt banii, ci sistemele și încrederea.

Ce arată datele: oameni și venituri



Oamenii rămân, rutina trece la AI

63% dintre companii vor să-și păstreze echipa și să gestioneze volumul tot mai mare de solicitări cu ajutorul AI. Doar 15% plănuiesc reduceri de personal. Iar 72% dintre cele cu un plan AI concret pornesc de la sprijinirea operatorilor, nu de la automatizarea contactului cu clientul.



Echilibrul perfect dintre AI și om

Customer care-ul din 2027 nu se va baza doar pe boți. Deși automatizarea accelerează rezolvarea solicitărilor, pentru 56% dintre companii abordarea umană și empatia rămân a doua cea mai des menționată sursă de avantaj competitiv.



Customer care-ul, generator de venituri

71% dintre lideri sunt de acord că, până în 2027, customer care-ul va deveni o sursă de venituri. Percepția suportului ca un cost necesar se transformă într-o investiție cu un randament clar și măsurabil.

Strategie și investiții

Încotro se îndreaptă Customer Care-ul în 2027 și în ce vor investi companiile

La elaborarea strategiei și împărțirea bugetelor în customer care nu se mai poate miza pe soluții reactive, pe termen scurt. Așteptările tot mai mari ale clienților privind viteza și disponibilitatea se lovesc direct de cerința conducerii de a ține costurile sub control. În același timp, e tot mai greu să te diferențiezi, **ce acum câțiva ani era peste standard, astăzi clienții consideră de la sine înțeles.**

Planificarea pentru 2027 cere să stabilești clar în ce are sens să investești energie și bani și să îmbini noile tehnologii cu grija pentru echipe. Contează și dacă firma reușește să elimine obstacolele și să conecteze sistemele, astfel încât noile tehnologii să aibă pe ce construi.

De aceea i-am întrebat pe liderii din domeniu despre direcția lor, investițiile planificate, principalele frâne și avantajele competitive pentru perioada următoare.



77%

dintre companii plănuiesc ca în 2027 să investească cel mai mult în AI și automatizare



78%

consideră viteza de răspuns și de rezolvare a solicitărilor principală sursă de avantaj competitiv

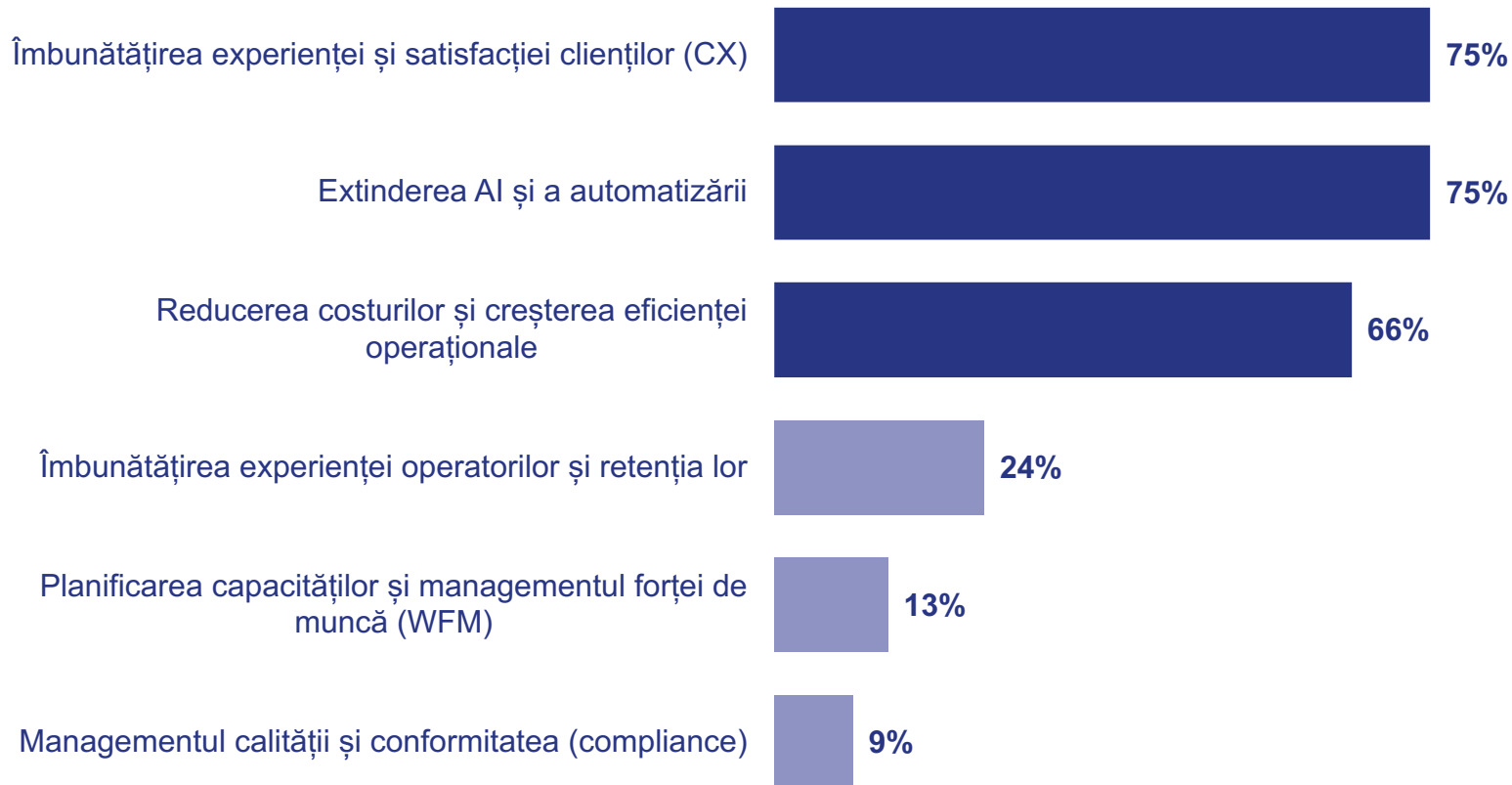


71%

sunt de acord că, până în 2027, customer care-ul va deveni o sursă de venituri, nu doar un centru de cost

Prioritățile pentru 2027

Care sunt principalele priorități ale customer care-ului dvs. pentru 2027?



75%

Îmbunătățirea experienței și
satisfacției clienților (CX)

75%

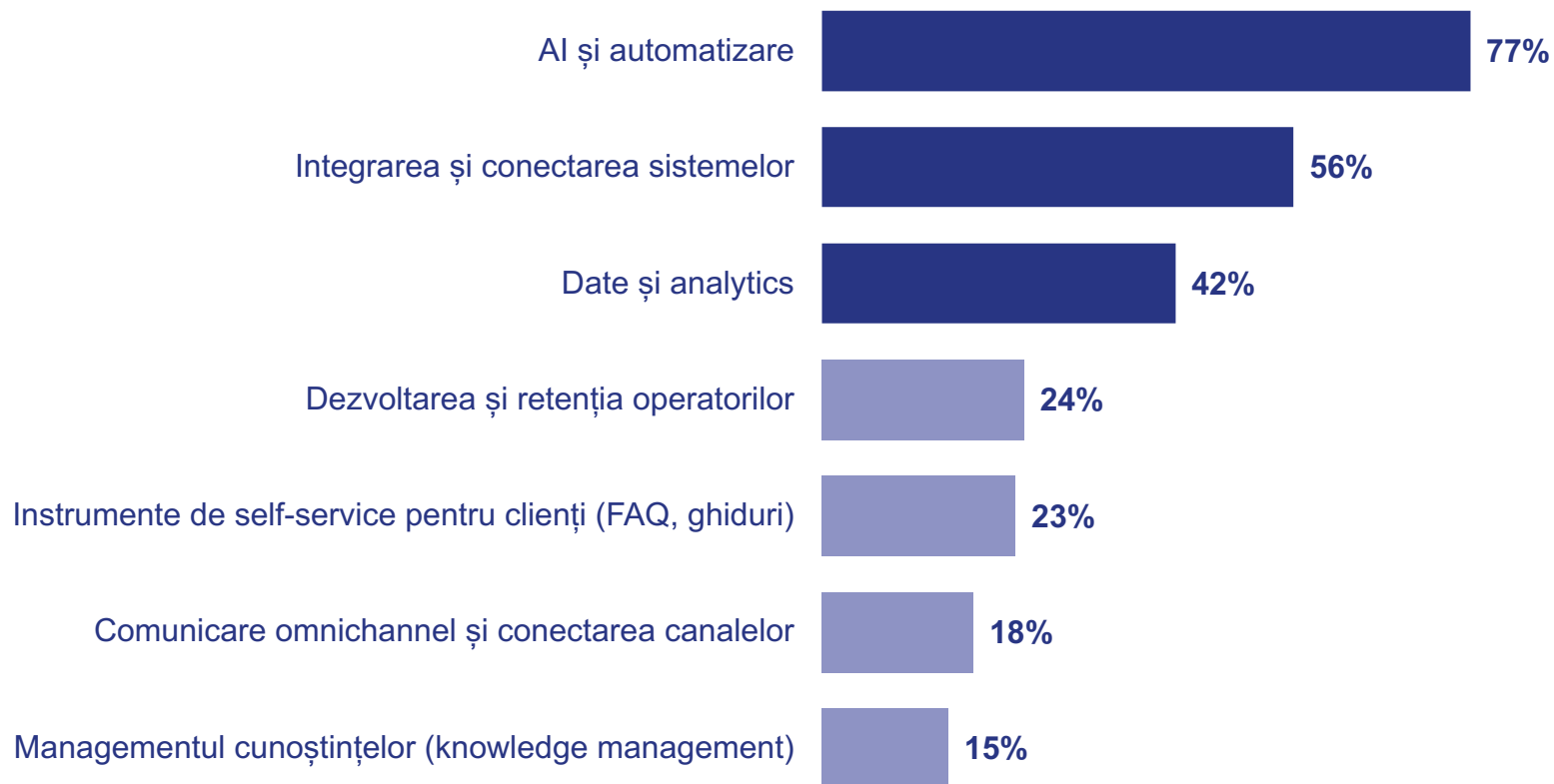
Extinderea AI și a automatizării

66%

Reducerea costurilor și
creșterea eficienței

Unde vor investi companiile

În ce domenii ale customer care-ului plănuiește compania dvs. să investească cel mai mult în 2027?



77%

vor investi cel mai mult în AI și automatizare – mai mult decât în orice alt domeniu

56%

investesc în integrarea sistemelor – baza pe care AI poate construi

Cele mai mari obstacole

Care este cel mai mare obstacol în atingerea priorităților de customer care pentru 2027?



24%

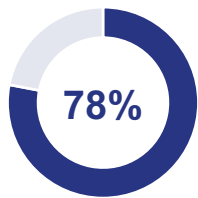
indică bugetul drept principalul obstacol – exact cât cei care spun că nu au obstacole

37%

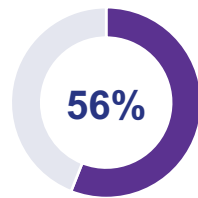
sunt frânați de lipsa competențelor interne (19%) sau de sisteme învechite (18%)

Sursele avantajului competitiv

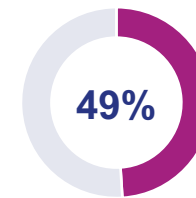
Care vor fi, în opinia dvs., principalele surse de avantaj competitiv în customer care până în 2027?



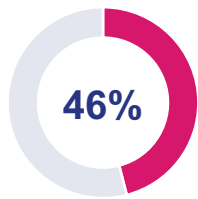
Viteza de răspuns și de rezolvare a solicitărilor



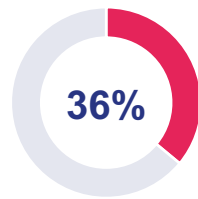
Abordarea umană și empatia



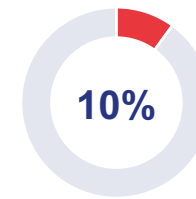
AI și automatizarea în comunicarea cu clienții



Personalizarea pe baza datelor și a istoricului clientului



Experiență consecventă pe toate canalele

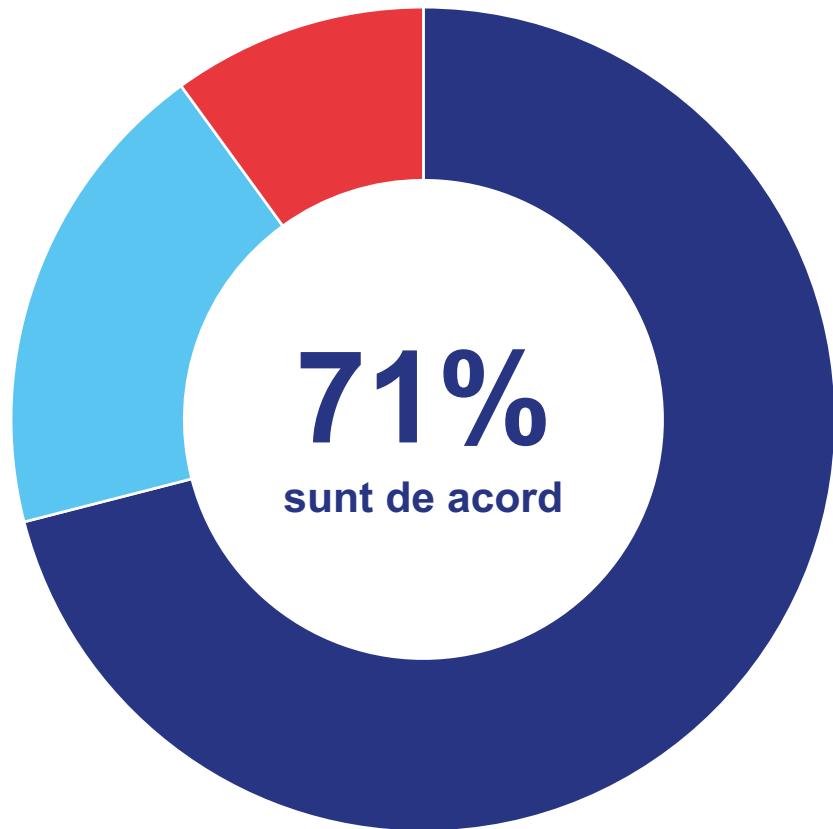


Date și customer insights



Viteza (78%) și abordarea umană (56%) nu sunt în conflict cu automatizarea – dimpotrivă. AI asigură răspunsul instant la întrebările de rutină și le eliberează operatorilor mâinile pentru situațiile în care e nevoie de empatie și judecată umană. Companiile nu investesc în AI ca să înlocuiască oamenii, ci ca aceștia să aibă mai mult spațiu pentru cazurile complexe.

Customer care-ul ca sursă de venituri



În ce măsură sunteți de acord cu afirmația:

„Până în 2027, customer care-ul va deveni pentru companii o sursă de venituri (upsell, retenție, recomandări), nu doar un centru de cost.”

- 71% Sunt de acord
- 19% Nu știu
- 10% Nu sunt de acord



PERSPECTIVA LOCALĂ

Când vorbesc cu companiile din România, văd tot mai des aceeași schimbare: customer care-ul nu mai e privit doar ca un departament care „stinge incendii”, ci ca locul în care se câștigă sau se pierde un client. Fiecare apel, e-mail sau mesaj pe chat este o ocazie de a construi încredere și, de multe ori, de a vinde mai mult.

Rezultatul de 71% nu mă surprinde. Companiile care tratează customer care-ul ca pe un revenue driver au un lucru în comun: **își cunosc clienții din date, nu din presupuneri**. Știu ce îi frustrează, ce îi ține aproape și când e momentul potrivit pentru o ofertă.

AI-ul face posibilă această abordare: preia rutina, le oferă operatorilor context în timp real și le lasă timp pentru conversațiile care contează. Pentru companiile din România, 2027 nu mai e despre dacă să investească în AI, ci despre cât de repede reușesc să o transforme în rezultate de business.

Mihai Nica

Country Manager - Daktela Romania

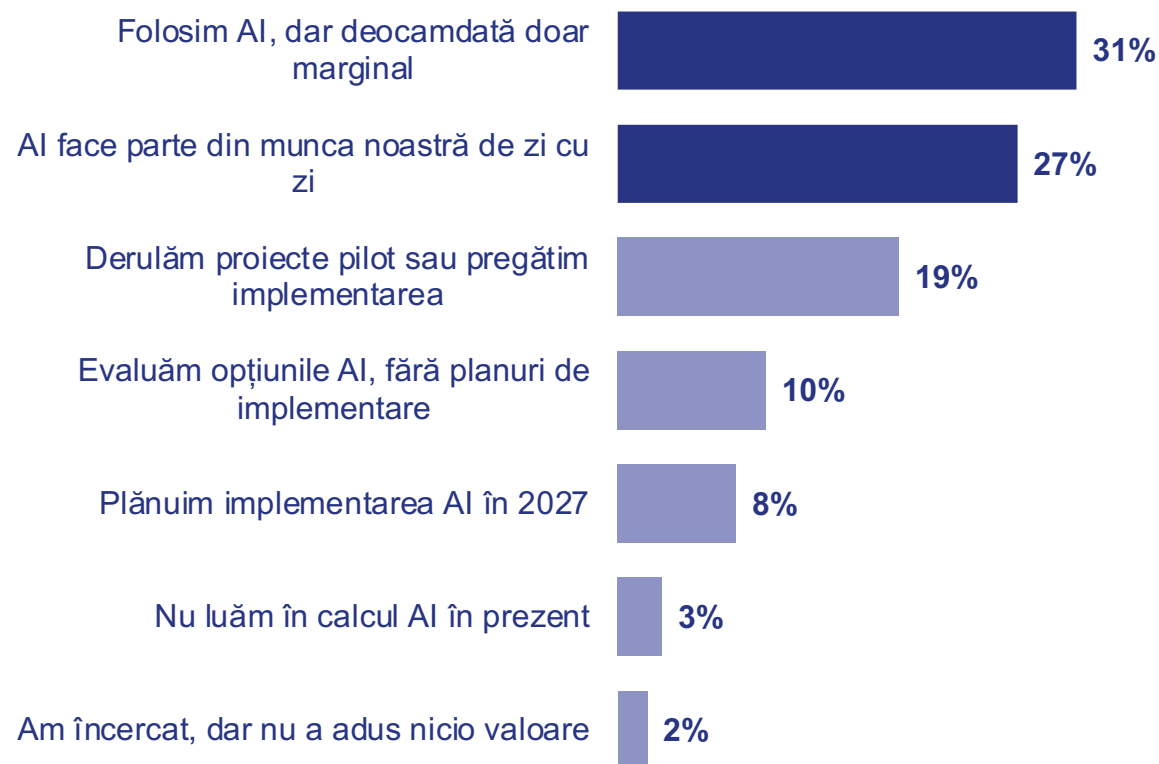
AI și automatizarea în practică

Cât de departe au ajuns companiile cu implementarea AI și ce le împiedică să avanseze?

Despre AI în customer care s-a vorbit în ultimii ani mai ales la nivel de așteptări. Studiul arată că lucrurile se schimbă: majoritatea companiilor au deja experiență cu AI, dar doar un sfert o folosesc în operațiunile de zi cu zi.

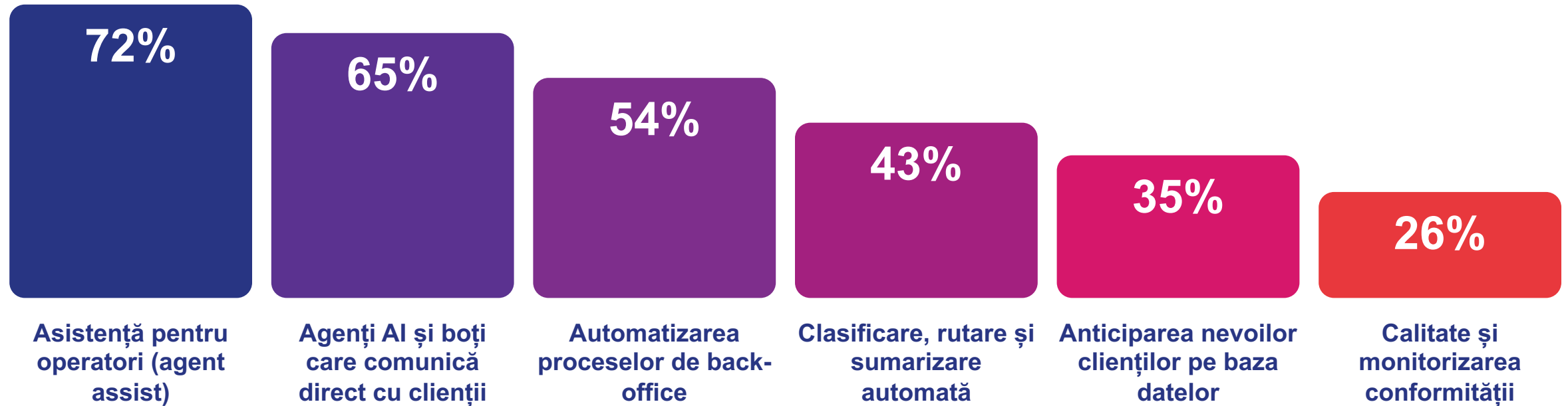
Întrebarea nu mai este dacă să implementezi AI, ci cum să o scoți din faza de pilot și din utilizarea marginală și să o aduci în munca de zi cu zi. De unde să începi ca să aducă rezultate repede și cu riscuri minime – și ce trebuie rezolvat înainte de implementare.

Cum ați descrie stadiul actual al utilizării AI în customer care-ul dvs.?



Unde va fi implementată AI

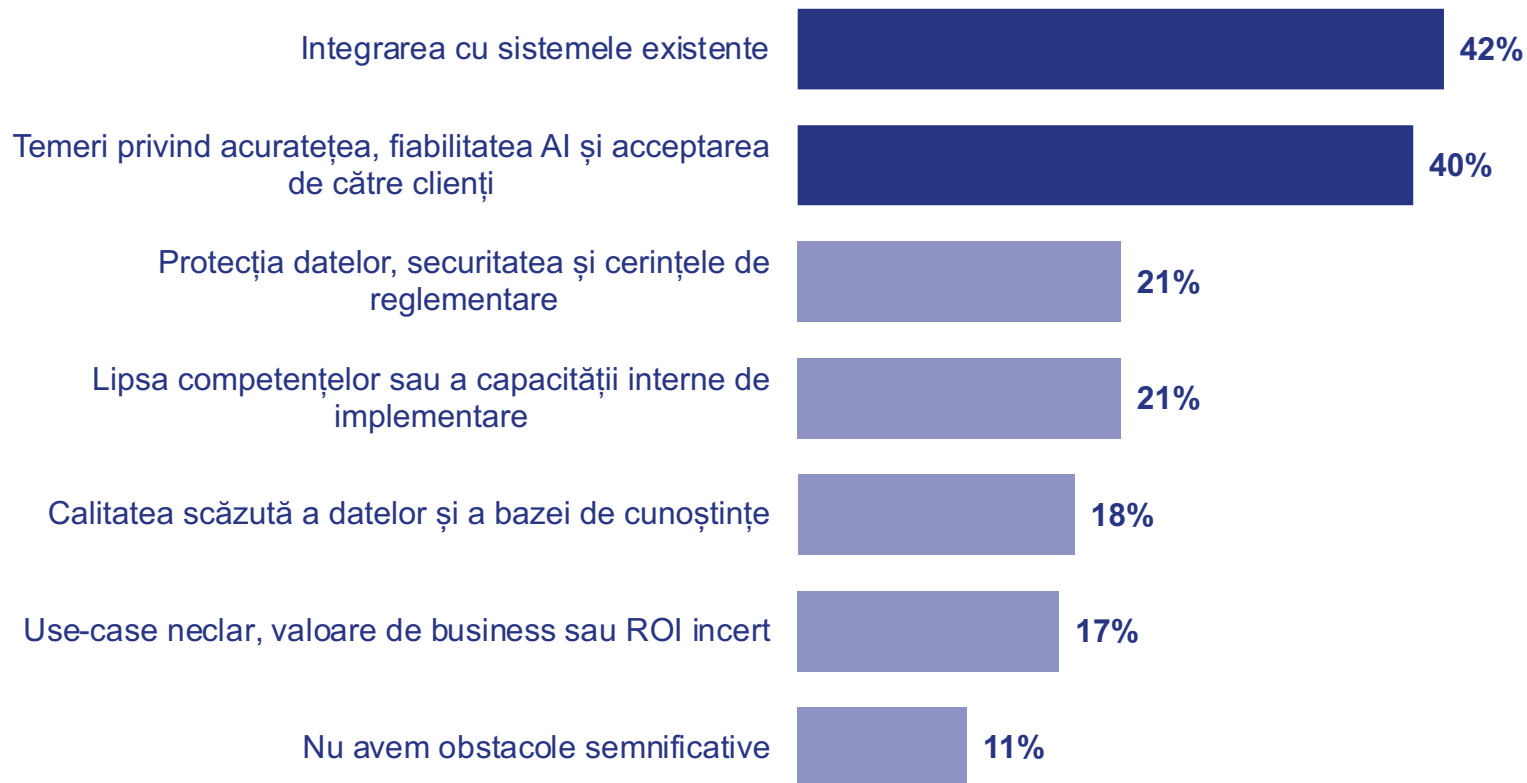
În ce domenii plănuiește organizația dumneavoastră să implementeze sau să extindă AI în customer care până la finalul lui 2027?



Notă: întrebarea a fost afișată doar respondenților care folosesc AI sau plănuiesc implementarea ei (n=113).

Ce frânează ambițiile AI

Care sunt cele mai mari obstacole care vă frânează ambițiile AI în customer care?



42%

se lovesc de integrarea cu sistemele pe care le folosesc deja

40%

se tem că AI nu va fi suficient de precisă sau că nu va avea încrederea clienților

PERSPECTIVA DAKTELA

Rezultatele corespund cu ce auzim în practică. Cea mai mare frână în implementarea AI este conectarea la sistemele pe care companiile le folosesc deja (42%) și temerea legată de lipsa încrederii din partea clienților (40%).

A doua barieră poate fi depășită cu ajutorul sprijinului pentru operatori **sub forma asistenților AI, pe care contează 72% dintre companii.** Într-un contact center modern, AI pregătește propuneri de răspuns, caută date pe toate canalele sau creează și actualizează automat tichete. Decizia finală rămâne însă la operator. Astfel, o eventuală greșeală e prinsă înainte să o vadă clientul.

Tocmai acest principiu al supravegherii umane le permite companiilor să predea în siguranță AI-ului cea mai mare parte a muncii de rutină și să-și construiască treptat încrederea în rezultatele ei.

Mikuláš Starý

Head of Product - Daktela



Oameni și operațiuni

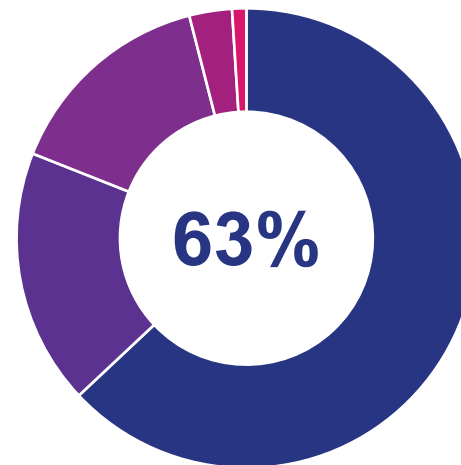
Cum se vor schimba echipele și remunerarea lor

Să găsești și să păstrezi operatori buni în customer care este de mult timp dificil. **Fluctuația de personal este printre cele mai mari, iar printre principalele motive de plecare se numără stresul și volumul mare de muncă.**

Odată cu automatizarea apare întrebarea pe care și-o pune aproape oricine din domeniu: ce va însemna pentru echipă? Concedieri sau același număr de oameni, care vor face mai mult datorită AI?

Răspunsurile arată că **nu se plănuiesc concedieri în masă din cauza AI**. Majoritatea companiilor vor să-și păstreze echipa și să folosească automatizarea pentru volumul tot mai mare de solicitări.

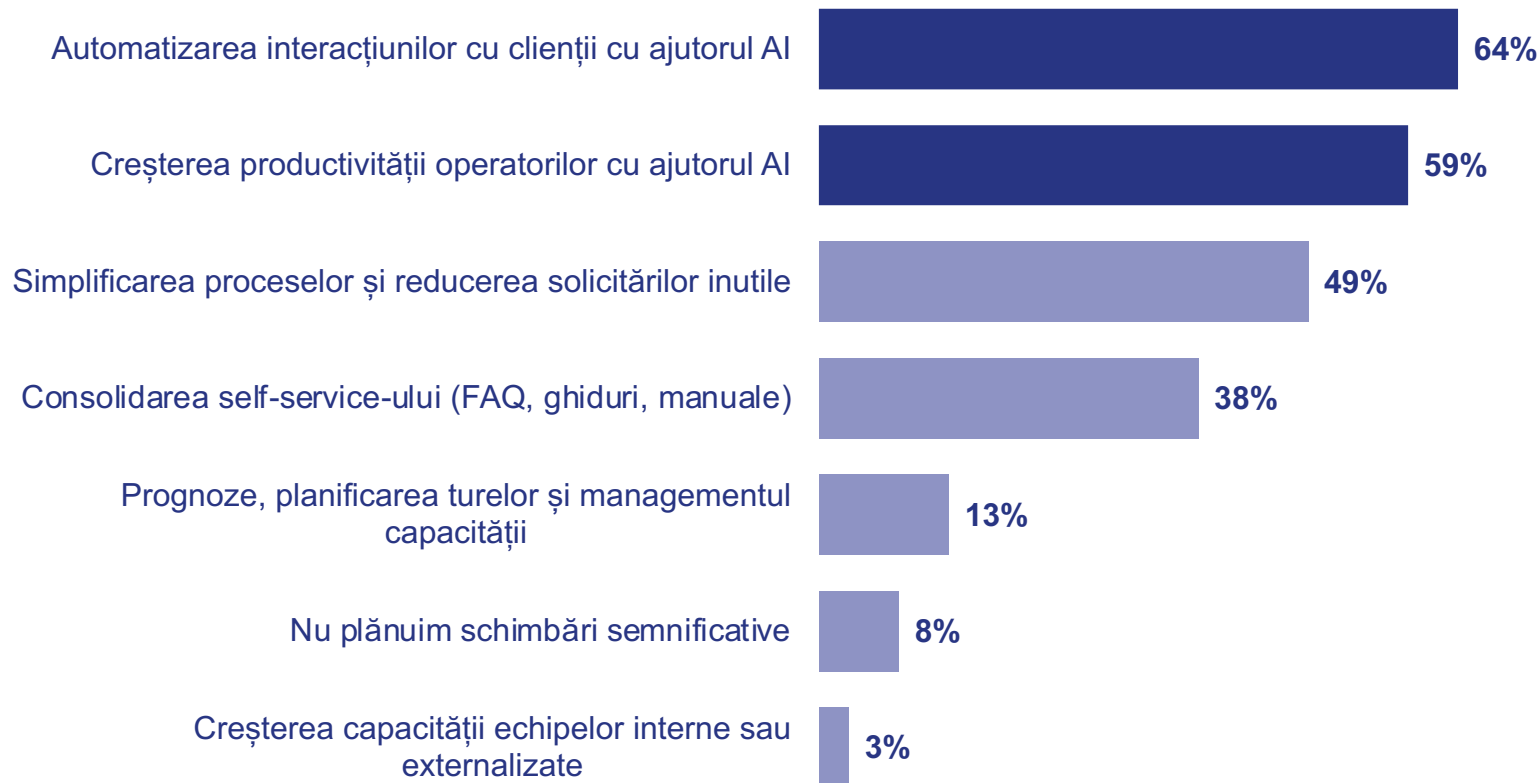
Care va fi principala strategie de resurse umane în customer care pentru 2027?



- **63%** Păstrăm echipa și folosim AI pentru volumul în creștere
- **18%** Păstrăm echipa fără schimbări operaționale majore
- **15%** Reducem personalul datorită AI și automatizării
- **3%** Angajăm mai mulți oameni cu contract permanent
- **1%** Externalizăm o parte mai mare din operațiuni

Gestionarea volumului de solicitări

Cum plănuiește organizația dvs. să gestioneze în 2027 schimbările în volumul solicitărilor clienților?



64%

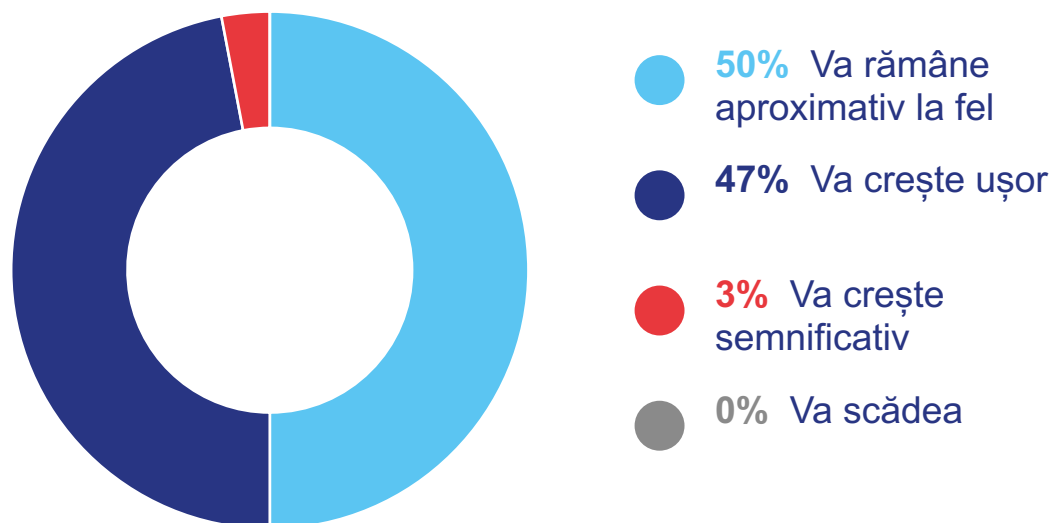
vor automatiza interacțiunile cu clienții cu ajutorul AI

3%

plănuiesc să suplimenteze echipele interne sau externalizate

Salariile operatorilor în 2027

Cum vă așteptați să se schimbe în 2027 salariul mediu al operatorilor din compania dvs.?



Automatizarea nu înseamnă neapărat presiune pe salarii – **niciun respondent nu se așteaptă la o scădere a salariului mediu al operatorilor.** Contează și ce fel de muncă le rămâne oamenilor după implementarea AI.

Dispar solicitările simple și repetitive, la care operatorul se putea relaxa între apelurile solicitante, dar rămân escaladările, situațiile nestandard și clienții nemulțumiți.

Așadar se schimbă și profilul celor pe care îi cauți. **Munca va cere oameni mai independenți și mai experimentați – iar aceștia nu devin mai ieftini pe piața muncii.**

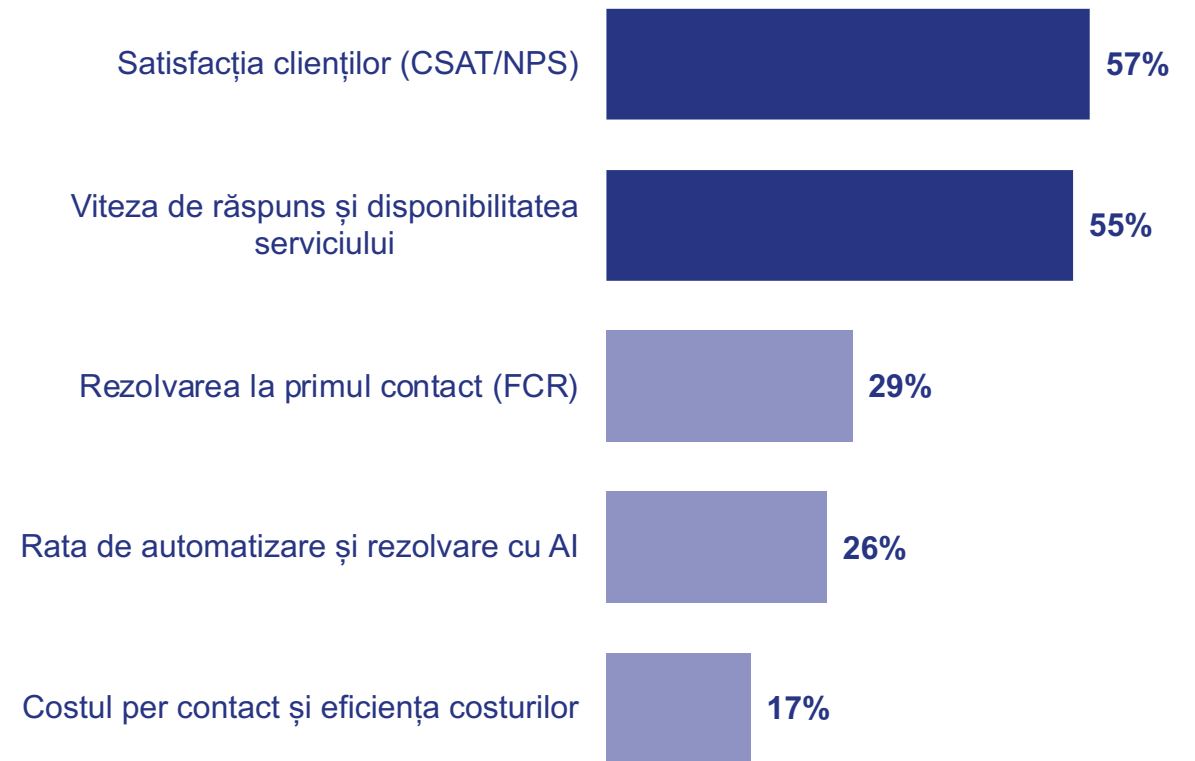
Cum se va măsura succesul

Satisfacția clienților (57%) și viteza de răspuns (55%) vor câștiga cel mai mult în importanță până în 2027, la mare distanță de celelalte metrice.

Apar însă diferențe interesante: deși 66% dintre companii au indicat reducerea costurilor ca prioritate, doar 17% acordă mai multă importanță metricilor de cost. Similar, 65% plănuiesc agenți AI, dar doar 26% văd rata de automatizare ca metrică-cheie.

Cine va vrea în 2027 să justifice investițiile în modernizarea customer care-ului va avea nevoie, pe lângă satisfacția clienților, și de cifre care să arate dacă noile tehnologii aduc cu adevărat randament.

Ce domenii de măsurare a performanței vor câștiga în importanță până în 2027?



Temeri și oportunități

Cel mai mult mă tem, în legătură cu 2027...

- 1 ...că nu vom reuși să menținem echilibrul corect între automatizare și abordarea umană a clienților.
- 2 ...de reglementări și de o interpretare greșită a AI Act (Regulamentul UE privind inteligența artificială).
- 3 ...că nu vom ține pasul cu ritmul amețitor al progresului tehnologic și cu concurența tot mai mare.
- 4 ...de lipsa forței de muncă calificate. Este tot mai puțină, iar instruirea oamenilor noi e costisitoare și cu rezultat incert.
- 5 ...de presiunea tot mai mare pe costuri, în timp ce se așteaptă un customer care tot mai rapid și de calitate.

Cea mai mare oportunitate a anului 2027 este...

- 1 ...un model hibrid eficient. AI rezolvă instant rutina, iar operatorii au spațiu pentru situațiile în care empatia e esențială.
- 2 ...trecerea de la rezolvarea reactivă a problemelor la o relație care anticipează nevoile clientului înainte ca el să ne contacteze.
- 3 ...ofertele personalizate, construite pe datele despre comportamentul clientului, nu pe estimări.
- 4 ...eliberarea capacității operatorilor datorită AI, care au astfel timp pentru munca ce aduce profit real.
- 5 ...faptul că customer care-ul va influența și mai puternic satisfacția, loialitatea clienților și rezultatele întregii companii.



CONCLUZIE

Datele vorbesc clar: **AI este una dintre principalele priorități pentru 2027.** 75% dintre companii au inclus-o aici, la fel ca îmbunătățirea experienței clienților. Realitatea este însă departe de ambiții: **AI face parte din munca de zi cu zi doar la 27% dintre companii.**

Vestea bună este că firmele vor să folosească AI pentru a scăpa de rutină – 72% planuiesc AI ca asistent care simplifică munca operatorilor, iar 65% vor introduce agenți AI care comunică direct cu clientul. Majoritatea le implementează în paralel.

Implementarea este complicată cel mai des de datoria tehnică – 42% dintre companii se lovesc de probleme de integrare cu sistemele existente.

Marea temă a anului 2027 va fi **echilibrul dintre AI și oameni.** 56% consideră abordarea umană principalul avantaj competitiv, iar 40% se tem dacă clienții vor avea încredere în AI. Companiile de succes ar trebui să știe clar ce face AI și ce face omul – și să-și seteze procesele, sistemele și măsurarea în consecință.

Karel Vůjtek

COO - Daktela



*Clienții
tăi contează*

Studiul a arătat că liderii din customer care din CEE ținesc în 2027 trei lucruri: **răspuns rapid, abordare umană și AI care funcționează** în operațiunile de zi cu zi. Frâna nu sunt banii, ci sistemele care nu comunică între ele și temerea că AI nu le va răspunde corect clienților.

Exact asta rezolvăm la Daktela de peste 20 de ani. Omnichannel, analytics și propriile instrumente AI (de la agenți AI la Copilot pentru operatori) într-o singură platformă, fără integrări complicate. Peste 1.600 de companii din Europa se bazează pe noi, de la magazine online locale până la mari branduri internaționale.

Ce loc va ocupa Customer Care în strategia dvs. pentru 2027?

Cu AI din prima zi, poate deveni mai rapid, mai eficient și o sursă reală de venituri.

Programați un demo gratuit la daktela@daktela.ro

