daktela

Customer Care Insights 2027

Plány lídrov zákazníckej starostlivosti v regióne CEE

by daktela



Zákaznícka starostlivosť sa mení rýchlym tempom, na ktoré sa len podľa odhadov pripravuje ťažko. Z našich každodenných rozhovorov so zákazníkmi vnímame, aké zložité môže byť dnes robiť správne strategické rozhodnutia. Každý sa pýta na to isté: Uvažujeme o prioritách správne? Neujde nám vlak v AI? A do čoho investuje konkurencia?

Väčšina firiem však tieto otázky rieši iba interne a bez možnosti porovnania. **Rozhodli sme sa to zmeniť a otvoriť diskusiu s tými, ktorí zákaznícke centrá reálne riadia**, od manažérov zákazníckej podpory, Head of Customer Care, CTO až po COO a majiteľov firiem.

Výsledkom je otvorený pohľad **132 profesionálov z úspešných firiem naprieč regiónom CEE**, ktorí sa podelili o to, kam budú v roku 2027 smerovať ich investície, rozvoj tímov aj využitie AI a nových technológií v oblasti customer care. Okrem konkrétnych plánov otvorene pomenovali aj svoje obavy a oblasti, v ktorých vidia najväčšie príležitosti pre rozvoj zákazníckej starostlivosti.

Verím, že vám tieto dáta poslúžia ako užitočný benchmark a pomôžu vám pri plánovaní a rozhodovaní, kam v roku 2027 nasmerovať energiu a investície vo vašej vlastnej firme.

Jiří Havlíček CEO, Daktela

KĽÚČOVÉ ZISTENIA

AI ako priorita #1

Pre 75 % firiem predstavuje AI a automatizácia jednu z troch hlavných priorít na rok 2027. Investovať do nej plánuje 77 % firiem – viac ako do akejkoľvek inej oblasti.

Rýchlosť ako hlavná konkurenčná výhoda

78 % profesionálov z odboru považuje za hlavný zdroj konkurenčnej výhody rýchlosť odpovede a vyriešenia požiadavky. Hneď za ňou nasleduje ľudský prístup a empatia s 56 %.

Brzdou sú systémy a dôvera, nie rozpočet

42 % firiem brzdí v AI ambíciách integrácia s existujúcimi systémami, 40 % obavy o presnosť a prijatie AI zákazníkmi. Prekážkou teda nie sú peniaze, ale systémy a dôvera.

Ľudia zostávajú, rutinu preberá AI

Väčšina firiem (63 %) chce zachovať veľkosť tímu a rastúci objem požiadaviek zvládať s pomocou AI. Znížiť počet ľudí vďaka automatizácii plánuje len 15 %. Zodpovedá tomu aj smer investícií – 72 % firiem s konkrétnym AI plánom mieri najskôr na podporu operátorov, nie na automatizáciu kontaktu so zákazníkom.

Hľadanie rovnováhy medzi AI a človekom

Zákaznícka starostlivosť v roku 2027 nebude stáť len na botoch a automatizácii. Hoci automatizácia zrýchľuje vybavovanie požiadaviek, pre 56 % firiem zostávajú ľudský prístup a empatia druhým najčastejšie uvádzaným zdrojom konkurenčnej výhody. Popri samotnej automatizácii tak budú firmy riešiť aj jej vyváženie s ľudským faktorom.

Starostlivosť ako generátor príjmov

71 % lídrov súhlasí, že sa zákaznícka starostlivosť do roku 2027 stane zdrojom príjmov. Tradičné vnímanie zákazníckej podpory ako nevyhnutného nákladu sa mení na investíciu s jasnou a merateľnou návratnosťou.

Stratégia a investície

Kam v roku 2027 smeruje zákaznícka starostlivosť a do čoho budú firmy investovať

Pri tvorbe stratégie a rozdeľovaní rozpočtov v zákazníckej starostlivosti sa už nedá spoliehať na krátkodobé a reaktívne riešenia. Rastúce očakávania zákazníkov na rýchlosť a dostupnosť totiž narážajú priamo na požiadavku vedenia držať náklady pod kontrolou a fungovať efektívnejšie. Zároveň je čoraz ťažšie sa odlíšiť – **to, čo bolo pred pár rokmi nadštandardom, dnes zákazníci berú ako samozrejmosť.**

Plánovanie na rok 2027 si tak vyžaduje jasne určiť, do čoho má zmysel investovať energiu aj peniaze, a zladiť nové technológie so starostlivosťou o samotné tímy. Investície pritom nie sú len otázkou rozpočtu. Rozhoduje aj to, či je firma schopná odstrániť prekážky a prepojiť systémy tak, aby nová technológia vôbec mala na čom stavať.

V prieskume sme sa preto lídrov odboru pýtali na ich smerovanie, plánované investície, hlavné brzdy aj na to, v čom vidia najväčšie konkurenčné výhody pre nadchádzajúce obdobie.



77 %

firiem plánuje v roku 2027 najviac investovať do AI a automatizácie



78 %

považuje rýchlosť odpovede a vyriešenia požiadavky za hlavný zdroj konkurenčnej výhody

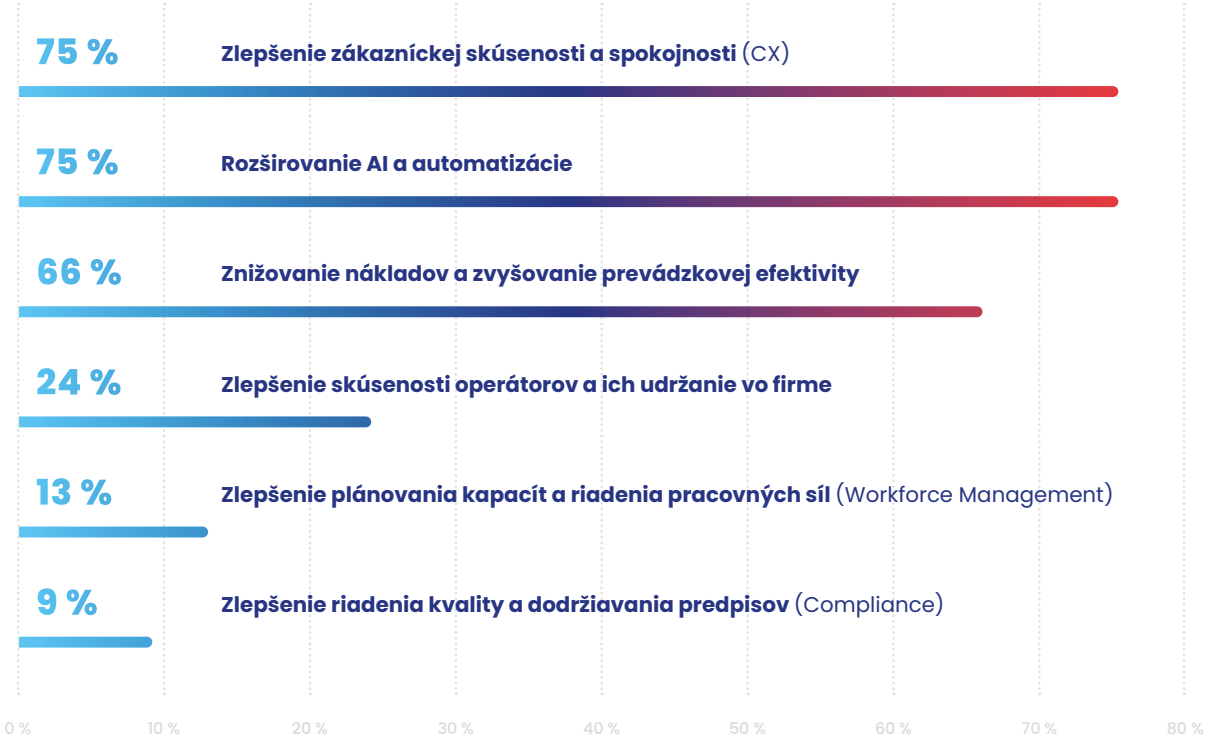


71 %

súhlasí, že sa zákaznícka starostlivosť do roku 2027 stane zdrojom príjmov, nie iba nákladovým strediskom

Aké sú hlavné priority vašej zákazníckej starostlivosti na rok 2027?

(vyberte max. 3 možnosti)



75 %

Zlepšenie zákazníckej skúsenosti a spokojnosti (CX)

75 %

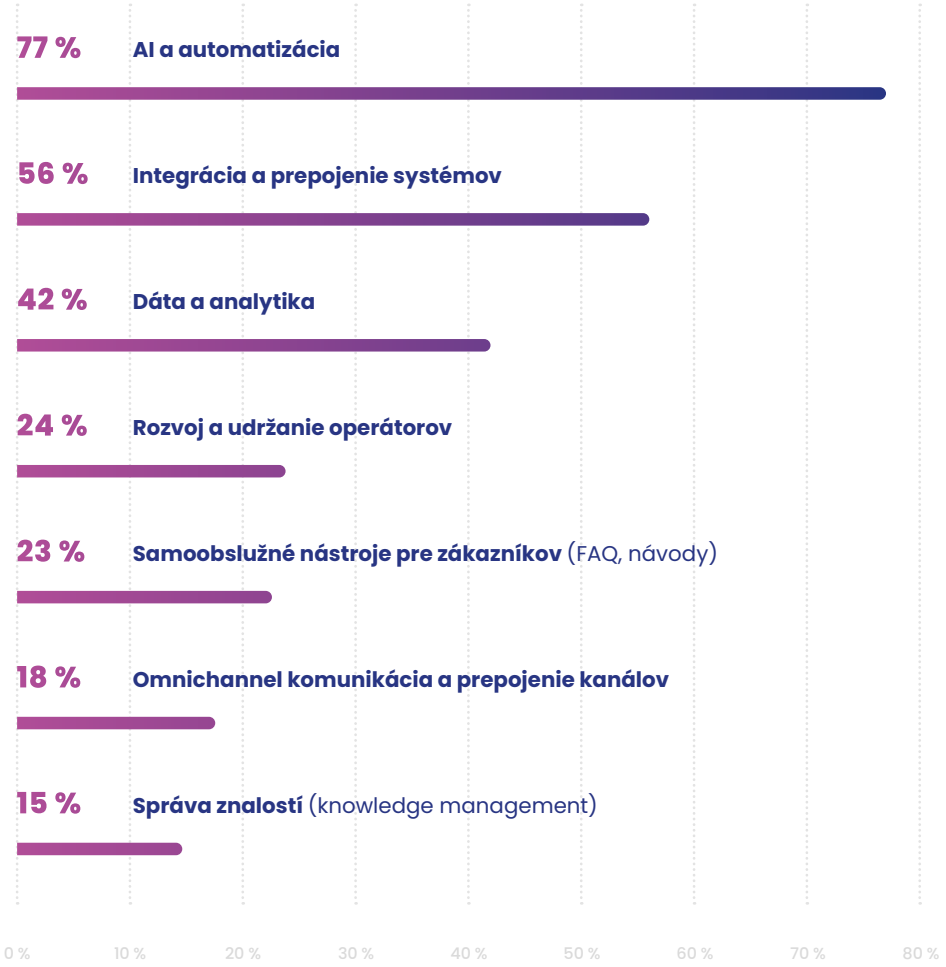
Rozširovanie AI a automatizácie

66 %

Znižovanie nákladov a zvyšovanie prevádzkovej efektivity

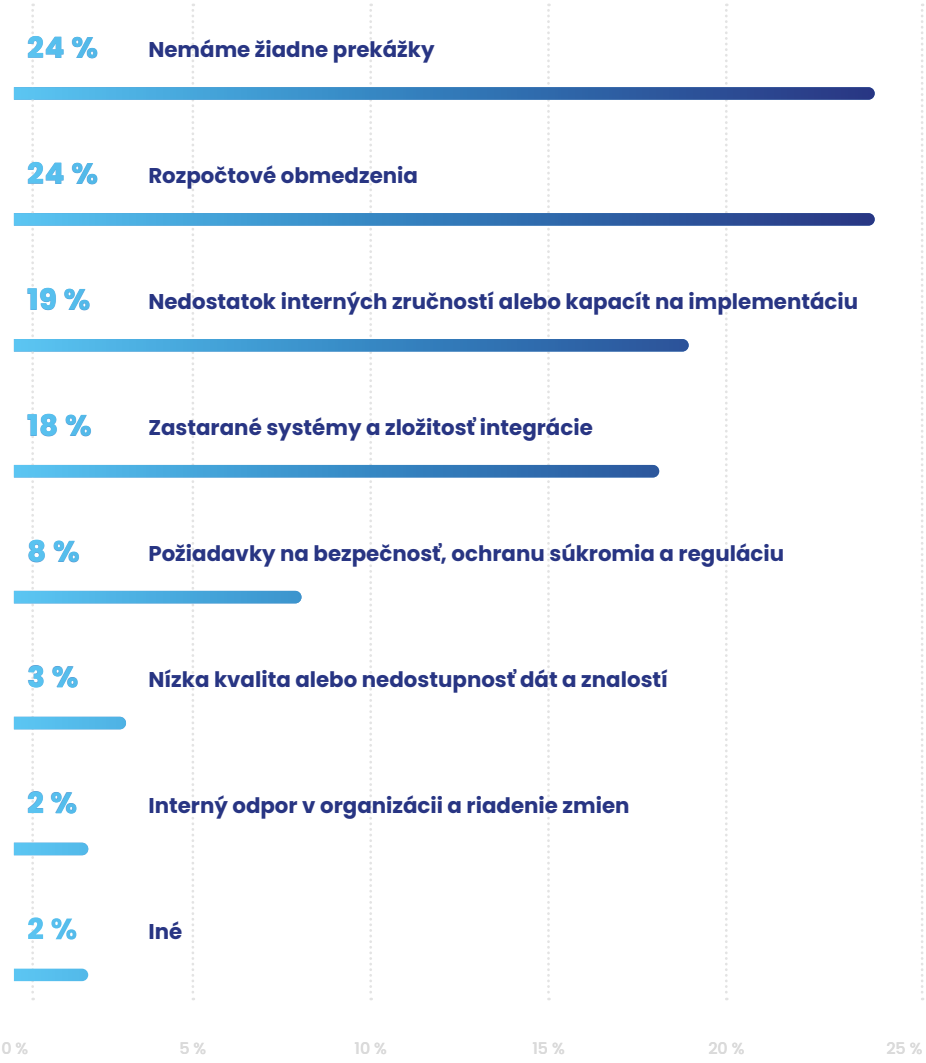
Do ktorých oblastí v rámci zákazníckej starostlivosti plánuje vaša firma v roku 2027 najviac investovať?

(vyberte max. 3 možnosti)



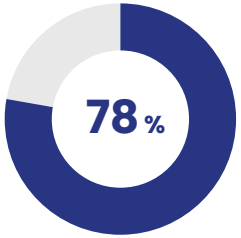
Čo je najväčšou prekážkou pri dosahovaní vašich priorít v oblasti zákazníckej starostlivosti na rok 2027?

(vyberte iba 1 možnosť)

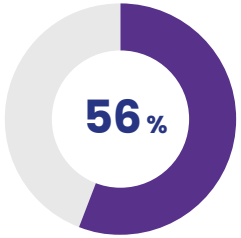


Čo budú podľa vás do roku 2027 hlavnými zdrojmi konkurenčnej výhody v zákazníckej starostlivosti?

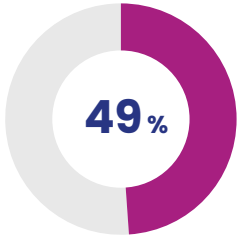
(vyberte max. 3 možnosti)



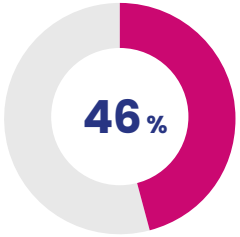
Rýchlosť odpovede a vyriešenia požiadavky



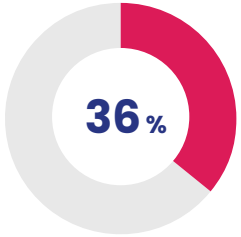
Ľudský prístup a empatia



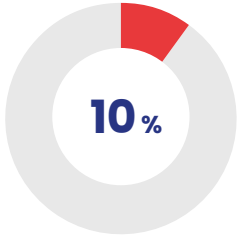
AI a automatizácia v komunikácii so zákazníkmi



Personalizácia na základe dát a histórie zákazníka



Konzistentná zákaznícka skúsenosť naprieč kanálmi

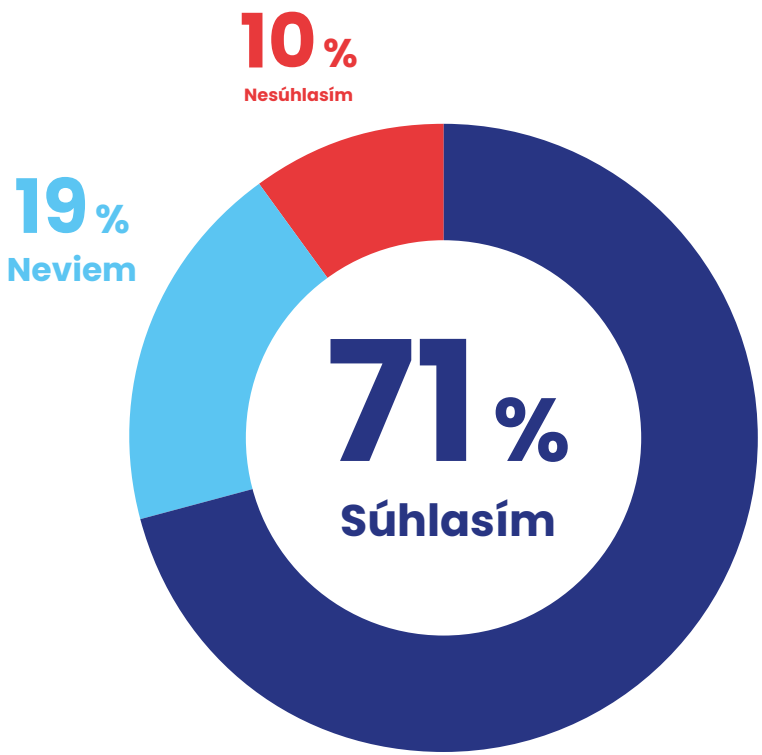


Dáta a zákaznícke insighty

Ako hlavné zdroje konkurenčnej výhody vedú rýchlosť odpovede (78 %) a ľudský prístup (56 %). Ani jedno pritom nie je v rozpore s automatizáciou – práve naopak. AI dokáže zabezpečiť okamžitú odpoveď pri rutinných otázkach a zároveň uvoľniť operátorom ruky pre situácie, kde je potrebná empatia a ľudský úsudok. Firmy teda do AI neinvestujú, aby nahradili ľudí, ale preto, aby mali viac priestoru na riešenie zložitejších prípadov.

Do akej miery súhlasíte s výrokom:

„Zákaznícka starostlivosť sa do roku 2027 stane pre firmy zdrojom príjmov (upsell, retencia, referencie), nie iba nákladovým strediskom.“



Hovor od klienta na zákaznícku linku, keď klient potrebuje pomoc, je moment, kedy nás hodnotí najprísnejšie. V priebehu pár minút si vytvorí obraz o celej firme a práve tu sa rozhoduje, či nám bude veriť aj nabudúce.

Preto je **kvalita služieb dlhodobo jadrom našej stratégie**, aj pre rok 2027. Klient dnes očakáva riešenie „tu a teraz“, bez opakovaného vysvetľovania a čakania.

Automatizujeme jednoduché procesy, zhromažďujeme informácie o klientovi na jednom mieste, aby bola komunikácia s klientom personalizovaná.

Dobrý klientský zážitok sa buduje detailami, a aj pri AI preto **vždy začíname pri klientovi, nie pri technológii.**

Ján Dunka
Head of Call Center, PSS



AI a automatizácia v praxi

Ako ďaleko sú firmy s nasadením AI a čo im bráni posunúť sa ďalej?

O umelej inteligencii sa v zákazníckej starostlivosti hovorí posledných niekoľko rokov hlavne v rovine očakávaní – čo všetko by mohla zvládnuť a ako zásadne zmení podobu odboru. Prieskum ukazuje, že sa to začína meniť: nejakú skúsenosť s AI už má väčšina firiem, ale v bežnej prevádzke ju má zatiaľ iba štvrtina.

Otázkou preto už nie je, či AI nasadiť, ale ako AI dostať z pilotov a okrajového použitia do každodennej práce. Kde začať, aby priniesla výsledok čo najskôr a s najmenším rizikom, a čo je potrebné vyriešiť ešte pred implementáciou.

V prieskume sme sa preto pýtali na tri veci: ako ďaleko sú firmy s AI, kam ju plánujú nasadiť ako prvú a čo im v tom najviac bráni.

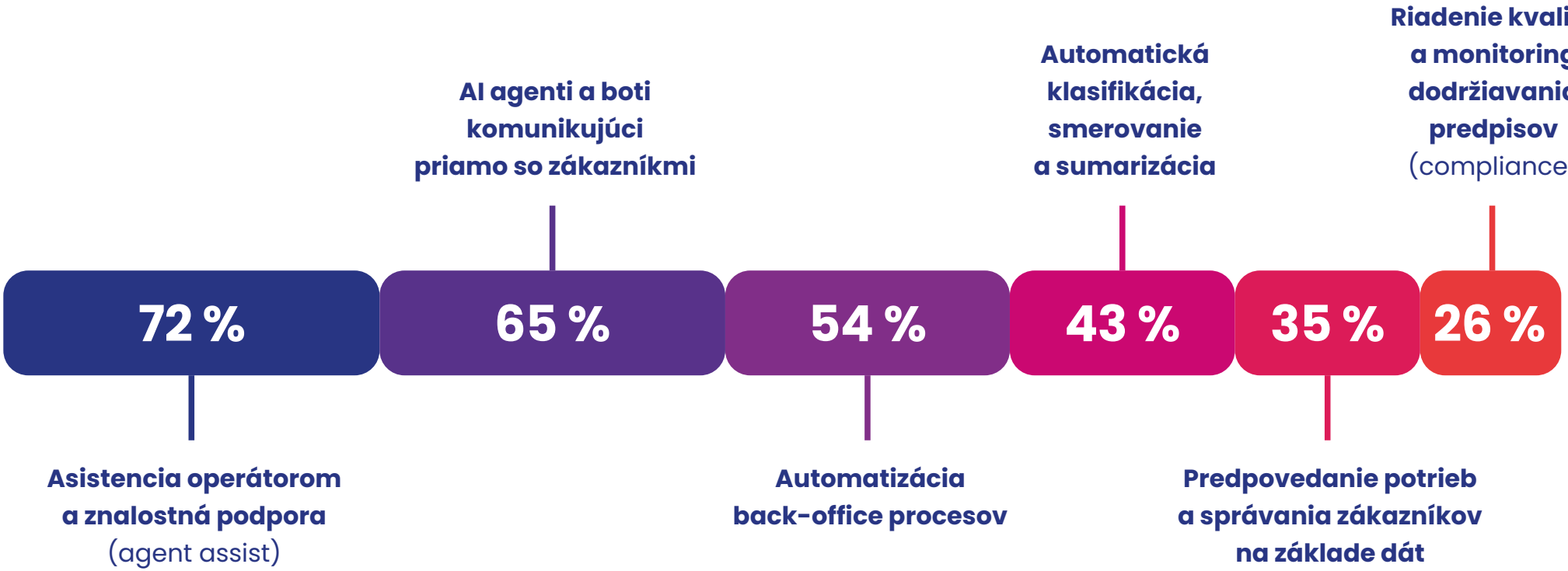
Ako by ste opísali aktuálnu fázu využitia AI vo vašej zákazníckej starostlivosti?

(vyberte iba 1 možnosť)



V ktorých oblastiach plánuje vaša organizácia do konca roka 2027 implementovať alebo rozširovať využitie AI v zákazníckej starostlivosti?

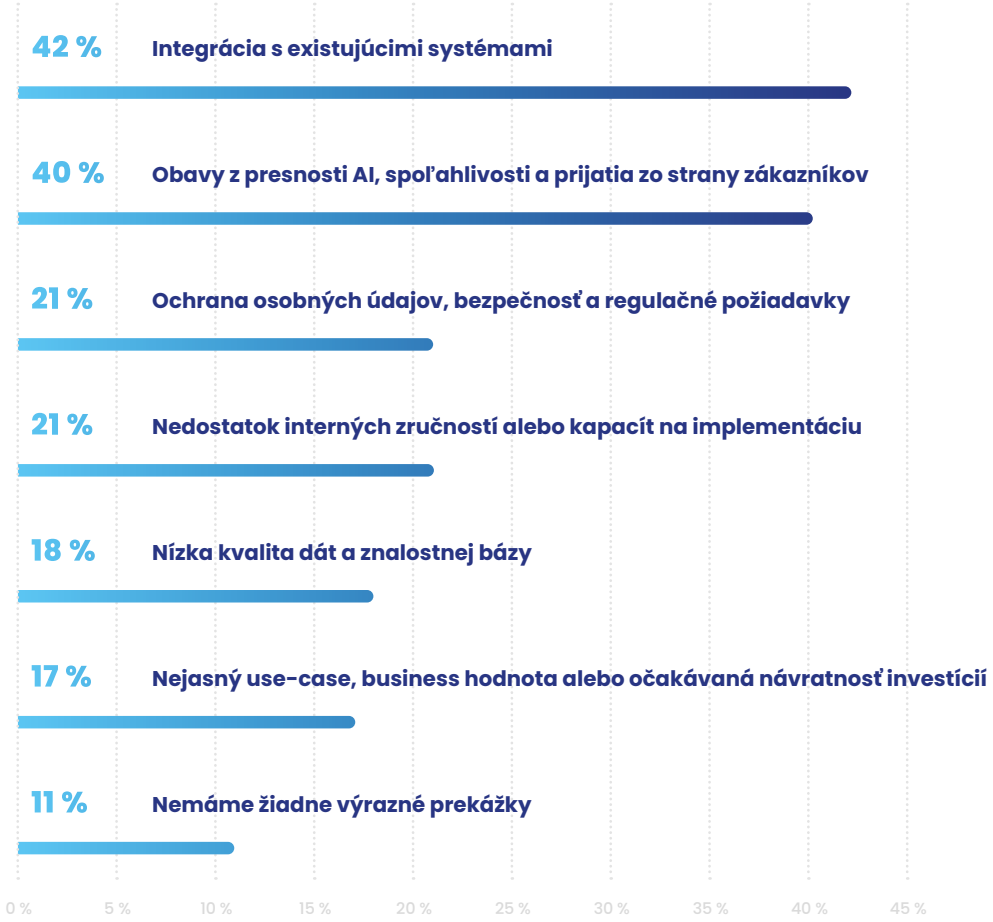
(vyberte všetky relevantné)



(POZNÁMKA: Táto otázka sa zobrazovala iba respondentom, ktorí na predchádzajúcu otázku odpovedali kladne = AI využívajú alebo jej nasadenie plánujú; n=113)

Aké sú najväčšie prekážky, ktoré brzdia vaše ambície v oblasti AI v zákazníckej starostlivosti?

(vyberte max. 3 možnosti)



Výsledky zodpovedajú tomu, čo počúvame v praxi. Najväčšou brzdou pri zavádzaní AI je napojenie na systémy, ktoré už firmy používajú (42 %), a obava z nedostatočnej dôvery zo strany zákazníkov (40 %).

Druhú bariéru pomáha prekonať podpora operátorov **v podobe AI asistentov, s ktorou počíta 72 % firiem.** V modernom kontaktnom centre AI pripravuje návrhy odpovedí, dohľadáva dáta naprieč kanálmi alebo automaticky zakladá a upravuje tickety. Finálne rozhodnutie však zostáva na operátorovi. Prípadná chyba sa tak zachytí skôr, ako ju uvidí zákazník.

Práve tento princíp ľudského dohľadu umožňuje firmám bezpečne odovzdať AI väčšinu rutinnej práce a postupne si vybudovať potrebnú dôveru v jej výsledky.

Mikuláš Starý
Head of Product, Daktela



Ľudia a prevádzka

Ako sa zmenia tímy a ich odmeňovanie

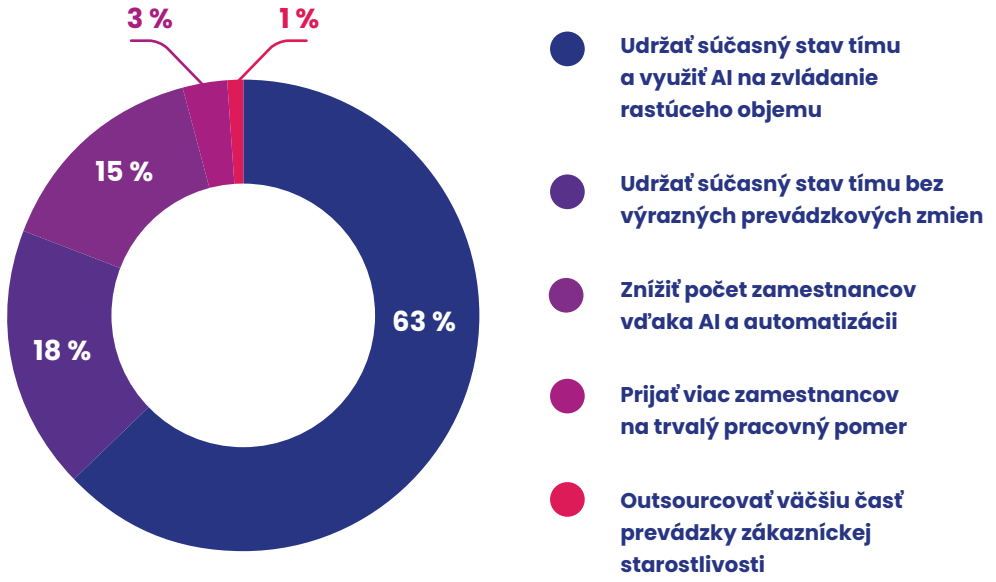
Nájsť a udržať dobrých operátorov je v zákazníckej starostlivosti dlhodobo ťažké. **Fluktuácia patrí k najvyšším vôbec a medzi hlavné dôvody odchodov patrí stres a vysoká záťaž.** Nároky pritom stále rastú a práce neubúda.

K tomu prichádza automatizácia a s ňou otázka, ktorú rieši snáď každý v odbore: čo to urobí s tímom? Bude to znamenať prepúšťanie, alebo zachovanie rovnakého počtu ľudí, ktorí vďaka AI zvládnu viac práce?

Odpovede profesionálov z nášho prieskumu ukazujú, že **žiadne masové prepúšťanie kvôli AI neplánujú**. Väčšina firiem chce tím zachovať a automatizáciu využiť na pokrytie rastúceho objemu požiadaviek. A zhodujú sa nielen v tom, aké veľké tímy budú, ale aj v tom, čo očakávajú od ich odmeňovania.

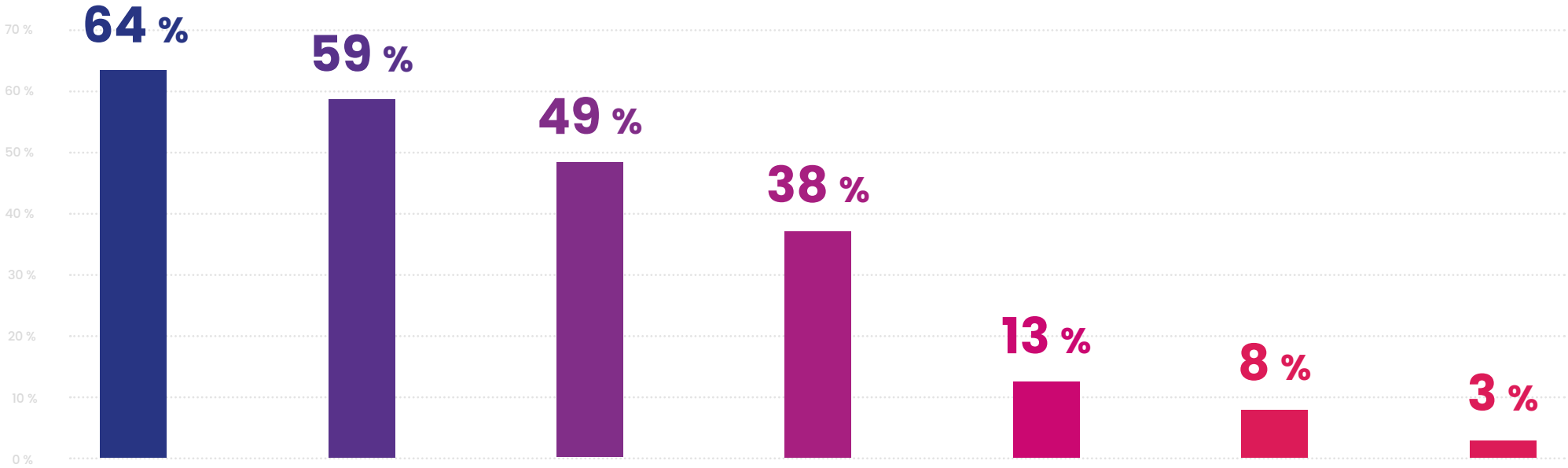
Aká bude hlavná stratégia vašej firmy v oblasti ľudských zdrojov v zákazníckej starostlivosti na rok 2027?

(vyberte iba 1 možnosť)

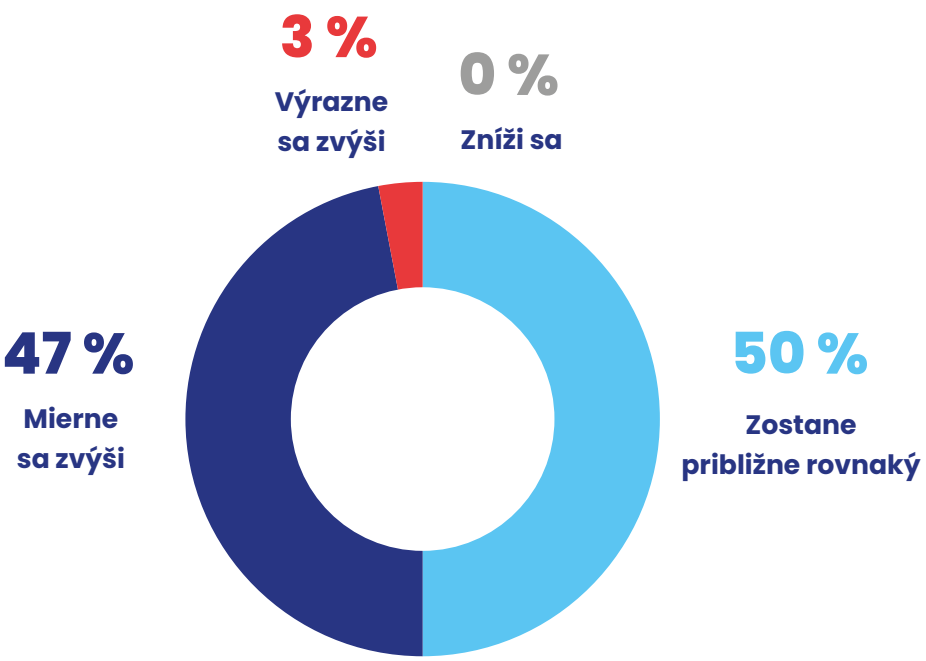


Ako plánuje vaša organizácia v roku 2027 zvládať zmeny v objeme zákazníckych požiadaviek?

(vyberte max. 3 možnosti)



Ako očakávate, že sa v roku 2027 zmení priemerný plat operátorov vo vašej firme?



Automatizácia nemusí znamenať tlak na znižovanie miezd, pokles priemerného platu operátorov neočakáva ani jeden z respondentov. Súvisí to aj s tým, aká práca ľuďom po nasadení AI zostane.

Ubudnú jednoduché a opakujúce sa otázky, pri ktorých si operátor mohol medzi náročnejšími hovormi oddýchnuť, ale zostanú eskalácie, neštandardné situácie a nespokojní zákazníci.

Mení sa teda aj to, koho do zákazníckej starostlivosti hľadať. **Práca bude vyžadovať samostatnejších a skúsenejších ľudí – a tí na trhu práce nezlacňujú.**

Čím sa bude merať úspech

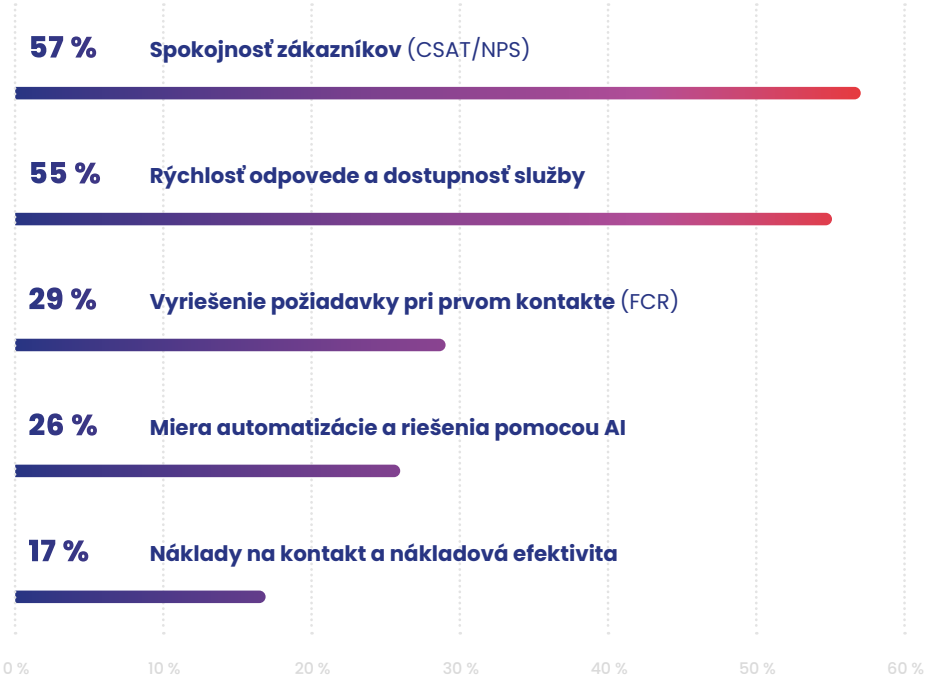
Rebríček metrík potvrdzuje, na čom firmám záleží najviac: spokojnosť zákazníkov (57 %) a rýchlosť odpovede (55 %) naberú do roku 2027 na dôležitosti s veľkým náskokom pred ostatnými.

Pri porovnaní s ostatnými zisteniami reportu sa však ukazujú zaujímavé rozdiely. Zatiaľ čo znižovanie nákladov označilo v inej otázke za prioritu 66 % firiem, vyššiu dôležitosť nákladovým metrikám prikladá len 17 % z nich. Podobne 65 % firiem plánuje nasadiť AI agentov, ale iba 26 % očakáva, že pre ne bude kľúčová miera automatizácie.

Firmy teda plánujú šetriť a automatizovať, ale neočakávajú, že sa podľa toho bude merať ich úspech. **Kto bude chcieť v roku 2027 obhájiť investície do modernizácie starostlivosti, bude okrem spokojnosti zákazníkov potrebovať aj čísla**, ktoré ukážu, či nové technológie naozaj prinášajú návratnosť.

Ktoré oblasti merania výkonu zákazníckej starostlivosti podľa vás do roku 2027 naberú na dôležitosti?

(vyberte max. 2 možnosti)



ČOHO SA LÍDRI OBÁVAJÚ A KDE VIDIA PRÍLEŽITOSŤ

Najviac sa v súvislosti s rokom 2027 obávam...

1. ...že sa nepodarí udržať správnu rovnováhu medzi automatizáciou a ľudským prístupom k zákazníkom.
2. ...regulácií a nesprávneho uchopenia AI Actu.
3. ...že nebudeme stíhať držať krok so závratným tempom technologického pokroku a rastúcou konkurenciou.
4. ...nedostatku kvalitnej pracovnej sily. Tej je v odbore čoraz menej a zaškolenie nových ľudí je nákladné, s neistým výsledkom.
5. ...rastúceho tlaku na znižovanie nákladov pri súčasnom očakávaní stále vyššej rýchlosti a kvality zákazníckej starostlivosti.

Ako najväčšiu príležitosť, ktorú prinesie rok 2027, vnímam...

1. ...efektívny hybridný model. AI vyrieši rutinu okamžite a operátori získajú priestor na situácie, kde je kľúčová empatia.
2. ...prechod od reaktívneho riešenia problémov k starostlivosti, ktorá potreby zákazníka predvída skôr, ako sa ozve.
3. ...personalizované ponuky postavené na dátach o správaní zákazníka, nie na odhade.
4. ...uvoľnenie kapacít operátorov vďaka AI, ktorí potom získajú čas na prácu, ktorá firme reálne prináša zisk.
5. ...že zákaznícka starostlivosť bude ešte výraznejšie ovplyvňovať spokojnosť, lojalitu klientov aj výsledky celej firmy.



Dáta hovoria jasne: **AI je pre rok 2027 jednou z hlavných priorít**. Zaradilo ju tam 75 % firiem, rovnako ako zlepšenie zákazníckej skúsenosti. Realita je však zatiaľ ďaleko za ambíciami. **Bežnou súčasťou každodennej práce je AI iba v 27 % firiem.**

Dobrá správa je, že firmy chcú AI využiť na to, aby sa zbavili rutiny – 72 % firiem plánuje nasadiť AI ako asistenta, ktorý operátorom zjednoduší prácu. AI agentov komunikujúcich priamo so zákazníkom plánuje zavádzať 65 % firiem. Väčšina firiem zavádza obe veci súčasne.

Zavádzanie AI firmám najčastejšie komplikuje technický dlh – 42 % firiem naráža na problémy s integráciou s existujúcimi systémami.

Veľkou témou roka 2027 bude hľadanie **rovnováhy medzi nasadením AI a ľuďmi**. 56 % firiem považuje ľudský prístup za hlavnú konkurenčnú výhodu. 40 % sa obáva, či budú AI dôverovať ich zákazníci. Túto obavu sme od lídrov počuli opakovane. Otázkou už dávno nie je, či AI nasadiť. Úspešné firmy by mali mať jasno v tom, čo má robiť AI a čo človek, a podľa toho mať nastavené procesy, systémy aj meranie.

Karel Vůjtek
COO, Daktela

daktela

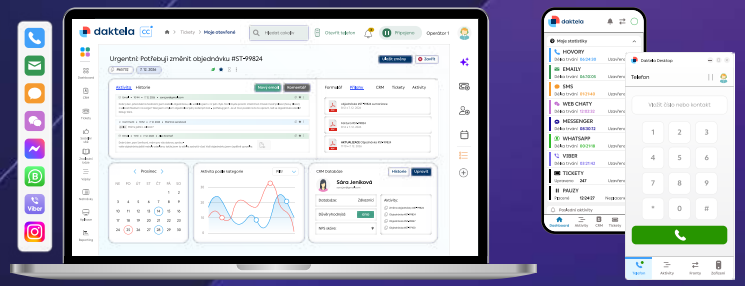
Keď vám na zákazníkoch záleží

Prieskum ukázal, že lídri zákazníckej starostlivosti v CEE sa v roku 2027 zameriavajú na tri kľúčové veci: rýchlu odpoveď, ľudský prístup a AI, ktorá funguje v každodennej prevádzke. Brzdou pritom nie sú peniaze a rozpočty. Brzdia ich systémy, ktoré spolu nekomunikujú, a obava, či AI zákazníkom odpovie správne.

Presne toto v Daktele riešime už viac ako 20 rokov. Omnichannel, analytiku aj vlastné AI nástroje (od AI agentov po Copilota pre operátorov) máme v jednej platforme, takže nič zložito neprepájate. Spolieha sa na nás 1600+ firiem naprieč Európou, od lokálnych e-shopov po veľké medzinárodné značky.

Chcete aj vy zákaznícku starostlivosť, s ktorou budete v roku 2027 o krok vpred?

Naskenujte QR kód a rezervujte si bezplatnú demo ukážku alebo nám napíšte na **daktela@daktela.com** a spoločne sa pozrieme na to, kde môže AI pomôcť aj vašej firme.



daktela.com +420 226 211 245