

5. Zákaznická podpora v podobě webového online chatu

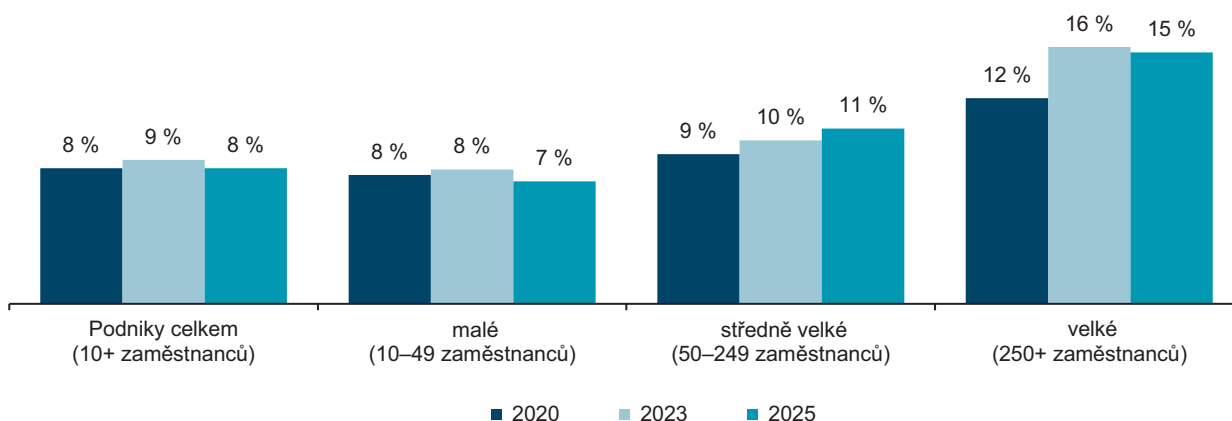
Zákaznická podpora nejčastěji zahrnuje řešení problémů se zbožím nebo poskytovanými službami a odpovídání na dotazy. Pomoc je zajišťována přes různé kanály jako e-mail nebo telefon. Objevuje se ale také v podobě webového online chatu, přičemž chatovací okénko se může zobrazovat přímo na webových stránkách firmy nebo v aplikacích sociálních sítí.

Hlavní zjištění

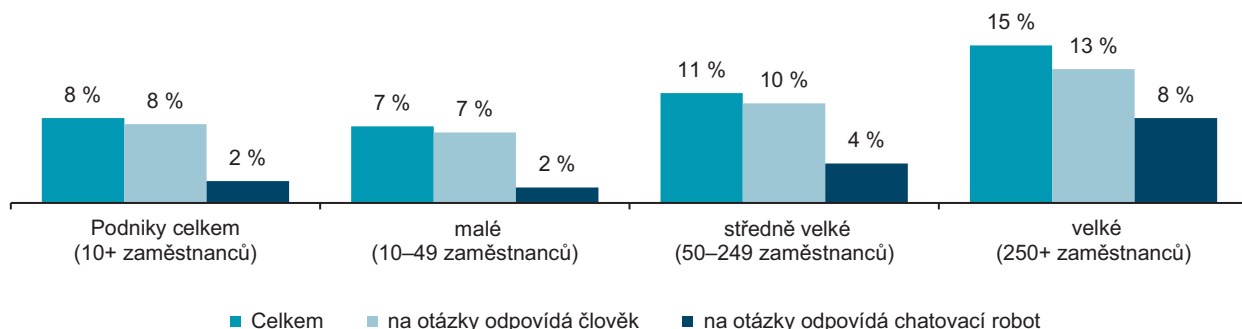
- Zákaznickou podporu v podobě tzv. **webového online chatu** poskytovalo v roce 2025 na webových stránkách nebo na sociálních médiích 8 % tuzemských firem s 10 a více zaměstnanci. Velké podniky poskytovaly zákaznickou podporu online dvakrát častěji než malé firmy (15 % velkých, 7 % malých).
- Tento ukazatel byl v šetření ČSÚ poprvé zjišťován za rok 2020 a i tehdy mělo webový online chat 8 % podniků u nás. Bez výraznějších změn je také výrazná převaha lidské obsluhy chatu oproti chatbotům.
- V poskytování zákaznické podpory v podobě webového online chatu dominují cestovní agentury a kanceláře (40 %) a telekomunikační firmy (30 %). Relativně nejméně často ji poskytují firmy působící v dopravě a skladování nebo ve zpracovatelském průmyslu (přibližně 5 % podniků).
- České podniky se **v mezinárodním srovnání států EU27 za rok 2025 nachází mírně pod unijním průměrem**, zákaznickou podporu online poskytuje v průměru zemí EU27 devět procent podniků s více než deseti zaměstnanci. Z evropských zemí se zákazníkům v online prostředí věnují nejvíce podniky na Maltě a ve Finsku (v každé z těchto zemí 17 %), relativně nejméně naopak podniky ve Slovinsku (4 %).
- Online zákaznická podpora byla v roce 2025 realizována nejčastěji prostřednictvím lidí, tedy tak, že na otázky odpovídal člověk, např. operátor péče o zákazníky. **V naprosté většině podniků, které zákazníkům poskytují online podporu, odpovídá na otázky pouze člověk**, tj. převažují firmy, které nedisponují chatovacím robotem.
- Využívání **chatovacích robotů, tzv. chatbotů**, stále není v českém podnikatelském prostředí příliš rozšířeno. Chatboty, resp. programy, které dokáží komunikovat se zákazníky a zpravidla odpovídají na jejich nejčastější otázky, využívala v roce 2025 jen 2 % firem. Nacházíme je častěji ve velkých podnicích (8 %) a z hlediska odvětví v telekomunikacích (13 %) a mediálním sektoru (11 %). Nicméně i v těchto odvětvích, kde zaznamenáváme větší výskyt chatbotů, převažují subjekty, kde na položené otázky odpovídá člověk, nikoli chatbot.
- Chatboty využívané v zákaznické podpoře mohou být **založené na umělé inteligenci**, dokáží pak porozumět lidské řeči, ať už v psané nebo mluvené podobě, a v komunikaci s člověkem jsou schopné reagovat na kontext situace. Častější je ovšem typ chatovacího robota, který má **naprogramované scénáře** pro určité typy chování. Zákazníkům pak dává na výběr z několika okruhů, na které má předdefinované odpovědi.

Graf 5.1: Podniky v Česku poskytující zákaznickou podporu v podobě webového online chatu

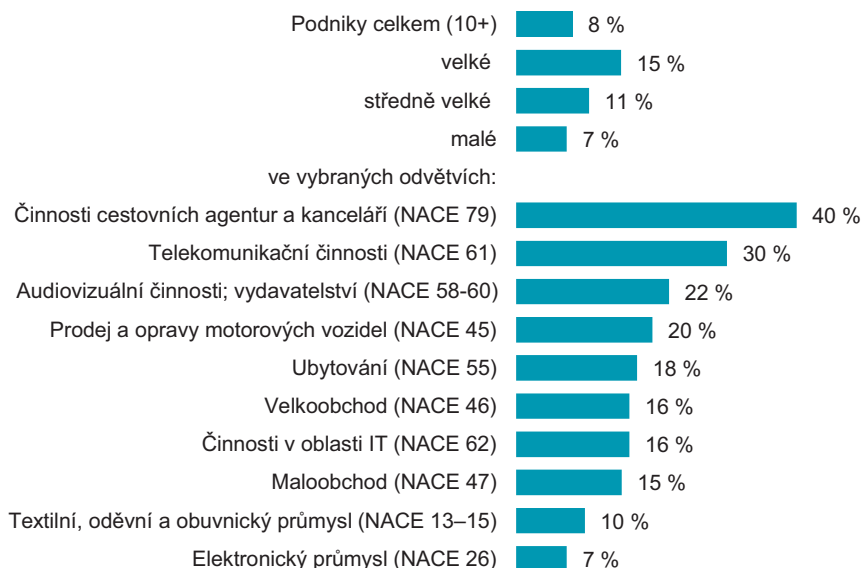
(% z celkového počtu podniků s 10+ zaměstnanci)



Graf 5.2: Podniky v Česku poskytující zákaznickou podporu v podobě webového online chatu v roce 2025 (% z celkového počtu podniků s 10+ zaměstnanci)



Graf 5.3: Poskytování zákaznické podpory v podobě webového online chatu podniky v Česku v roce 2025 (% z celkového počtu podniků s 10+ zaměstnanci v dané skupině)



Graf 5.3: Podniky v zemích EU27 poskytující zákaznickou podporu v podobě webového online chatu v roce 2025 (% z celkového počtu podniků s 10+ zaměstnanci v dané zemi)

