**Viber в България през 2022:**

**Тенденции, които определят бъдещето на комуникациите**

*За една година компанията отчита изпратени* ***184 милиона*** *съобщения между потребители и брандове и ръст от* ***158%*** *на нови бизнес профили, създадени през приложението в България*

**София, 15 декември 2022** – Rakuten Viber, един от глобалните лидери в поверителната и сигурна комуникация, споделя най-важните тенденции за начините, по които българските потребители и брандове са използвали приложението през 2022 г. Комуникационното приложение, част от японския гигант в електронната търговия Rakuten, има над **1 милиард тегления** през Android в световен план.

**Съобщенията владеят комуникацията!**

В България броят на изпратени съобщения се повишава с 10% през 2022 г. Потребителите значително предпочитат съобщенията пред обажданията особено в груповите комуникации. Броят на груповите чатове също се повишава с 10% спрямо миналата година, заедно със 17% ръст в броя на участници в различни групи.

**Говорим за връзка!**

Отбелязаният **50%** ръст в броя на българските канали и общности през годината показва, че потребителите обръщат силно внимание на известия и новини, идващи от техните любими публични фигури и организации директно през приложението на Viber. Каналите остават перфектната платформа за информиране на големи общности и ангажирането им с интерактивно съдържание, като анкети, гифове, филтри и стикери.

Популярни и интерактивни, стикерите и филтрите на Viber позволяват на потребителите да изразяват себе си по творчески начин докато си чатят. Viber внедри филтрите в платформата си преди повече от година и от тогава те са използвани повече от **1 милиард пъти**.

Наблюдавайки засилващата се тенденция към добавената реалност и визуалното съдържание, Viber дава възможност на брандове и организации да създават свои собствени филтри и стикери през приложението, за да подсилят репутацията и имиджа си.

**Подобряване на връзката между бранд и потребител**

[**71% от потребителите**](https://www.attentive.com/state-of-conversational-commerce) искат да имат удобен начин за комуникация с един бизнес. Виждайки промяната в очакванията на потребителите, все повече брандове по света и в България се обръщат към Viber. Целта им е да подобрят връзката с аудиторията си, да създадат по-лесна комуникация с потребителите и да достигнат до тях по време на всяка стъпка от потребителското преживяване.

Освен активната употреба на филтри и стикери, бизнесите се възползват и от различни маркетинг решения, за да повишат своята видимост и да привлекат нови потребители. През 2022 г. средният брой на месечните рекламни импресии във Viber достигна впечатляващите **6 милиарда** в глобален план, с почти **286 милиона** импресии в България. **Най-успешните индустрии, които използват реклами във Viber:** Здраве и фитнес показва ръст от **440%**, Забавление - **433%**, Работа и образование - **238%**, Финанси - **234%**, Подаръци и подаръчни картички - **176%**.

Брандовете показват все по-голям интерес към [**бизнес решения**](https://www.forbusiness.viber.com/en/messaging-solutions/) на Viber като инструмент за изграждане на силна връзка с потребителите в тяхното любимо приложение за комуникация. През 2022 г. в България Viber регистрира:

* **184 милиона** изпратени съобщения през чатботове, доказвайки популярността на автоматизираните и лесните за навигация чат интерфейси.
* **158% ръст** в броя на нови профили за бизнес съобщения в сравнение с броя им от 2021 г.
* Общо **61% ръст** в получените бизнес съобщения: броят на транзакционните съобщения (потвърждения на поръчки, проследяване на доставки, напомняния за уговорени срещи) нарастна с **53%,** на промоционалните (специални оферти, отстъпки) - с **68%** и на съобщенията за разговори (асистенция на живо) - със **79%**.

**Тенденции за бъдещето**

През 2022 г. Viber предприе още една стъпка по пътя си на супер-приложение. Тази година компанията представи своите решения за сигурно и безопасно трансгранично плащане. Плащанията през Viber позволяват на потребителите да изпращат пари един на друг безплатно и със същата лекота, с която изпращат обикновени съобщения. Първоначално услугата беше лансирана сред селектирана група от потребители в Гърция и Германия, но ще се разпространи в повече държави в близкото бъдеще, включително и в България. Опцията за плащания през Viber ще разшири добавената стойност и палитрата от функционалности на приложението, превръщайки го в необходимост за стотиците милиони потребители и - с многото си предстоящи подобрения - за хиляди брандове.

Viber ще предприема още няколко големи стъпки по пътя си на супер-приложение през предстоящата година. Като начало, приложението ще даде на брандовете възможността да съхраняват цялата си бизнес информация, услуги и канали за комуникация във Viber на едно единствено мета-бизнес място, позволявайки на потребителите да намират бизнесите, от които се нуждаят и да си общуват с тях.

Друга голяма иновация е Бизнес чатове - папка, в която потребителите могат да съхраняват всички свои разговори с брандове. Потребителите и брандовете в България бяха първите в Европа, които получиха поглед зад кулисите на Бизнес чатове при лансирането на услугата в страната през септември 2022 г. Бизнес чатове предоставят на потребителите възможността да персонализират комуникацията си с брандове, а на брандовете - да получат повече видимост и да подобрят изживяването на своите потребители.

*,,Нашите подобрения са големи постижения за приложението и поставят основите за планираните функционалности, които Viber ще представи като част от своята стратегия на супер-приложение. Наш приоритет е да увеличим добавената стойност на приложението за крайните потребители и да разширим начините, по които брандовете могат да се свързват с аудиторията си, придавайки по-голяма стойност и за двете страни - бързо, лесно и удобно.” -* казва Кристина Констандаче, глобален директор продажби в Rakuten Viber.

**За Rakuten Viber**

В [Rakuten Viber](https://www.viber.com/) свързваме хората, без значение кои са и откъде са. Нашите потребители по света имат достъп до разнообразие от функционалности като индивидуални съобщения, видео обаждания, групови чатове, актуализации и дискусии с техните любими марки и известни личности. Ние предоставяме на нашите потребители сигурна и свободна среда, където да споделят емоциите си.

Rakuten Viber е част от семейството на Rakuten Group, световен лидер в електронната търговия и финансовите услуги. Rakuten Viber е официален партньор на NBA Golden State Warriors за изпращане на съобщения и разговори.

[За бизнесите](https://www.forbusiness.viber.com),Viber предлага решения за изпращане на съобщения (чатботове, бизнес съобщения), реклами за дисплей, брандирани стикери и филтри, и предстоящи решения за бизнес разговори. Всички тези инструменти помагат на бизнесите да достигнат до своите потребители на всяка стъпка от потребителската пътека.

Всички лични и групови чатове, както и лични обаждания през Viber са защитени чрез вградено от начало до край криптиране. Бизнес съобщенията на Viber имат криптиране в транзит, така че потребители и брандове могат да са уверени в сигурността на разговорите си.