**През 2020 г. компаниите измениха начина, по който общуват с клиентите си**

*Резултатите на Viber за изминалата година показват, че в България с* ***60%*** *са се увеличили изпратените бизнес съобщения, а* ***71%*** *е ръстът в броя на корпоративните канали*

**София, 4 февруари 2021 г.** - [Rakuten Viber](https://www.viber.com/en/), водещото приложение за комуникация, оформя глобалната маркетинг сцена, така като и тази в България. Компанията предлага решения за бизнеса, с които брандовете да общуват по-пълноценно с клиентите си. През 2020 г. компаниите започнаха да разбират все по-силно стойността на онлайн комуникацията с клиенти си. Пандемията от COVID-19 и придружаващите я ограничителни мерки принудиха организациите активно да преминат към инструменти за дигитално общуване с клиентите си.

Приложенията за съобщения, като платформи за интерактивно взаимодействие между бизнеса и аудиторията, помагат на компаниите да се фокусират върху общуване с клиентите още по-ефективно. Интересът към директната комуникация с потребителя в приложението за съобщения и желанието да им се осигури най-доброто изживяване, доведоха до увеличение на броя бизнес профили и увеличение на рекламните съобщения във Viber. Всичко това, логично води и до увеличение на броя на компаниите, които използват Viber за бизнес цели. Имайки предвид това, основната отговорност за Viber е и винаги ще бъде запазването на високи морални стандарти и етичност по отношение на рекламите, които присъстват в приложението от потребителска гледна точка.

Следвайки тенденцията, през последната година броят на бизнес профили във Viber се е увеличил с **58%** в световен мащаб и с впечатляващите **71%** в България. За българския бизнес се наблюдава значително увеличение от 2019 г. на изпратените съобщения като цяло - **60%** и особено на транзакционните съобщения (например: потвърждение на поръчка, доставка и други) - увеличение с **67%**. Друга нарастваща тенденция - повече марки започват да изграждат 1:1 разговори с клиентите си, вместо просто да изпращат еднопосочни съобщения. Те осъзнават стойността на диалога с клиентите си: за да предоставят обслужване, да получат обратна връзка и отзиви от тях, да позволят поръчки и т.н.

*„Пандемията изненада много компании. Тези, които преди предпочитаха да взаимодействат с аудитория си по стандартния начин, бяха принудени бързо да преструктурират своите комуникационни стратегии и да обмислят нови алтернативни дигитални решения. Използването на готова платформа, например за съобщения, помогна на много от тях не само да намалят разходите за дигитализация, но и да изградят по-тесни взаимоотношения с клиентите си. Ние от Viber виждаме нарастващия интерес на компаниите към комуникация чрез приложенията за съобщения, но винаги ще третираме цялото брандирано съдържание, показвано във Viber, с високи етични и морални стандарти - давайки възможност на потребителите да избират своя канал за комуникация с компаниите и сами да определят своите рекламни предпочитания. Тенденция ще продължи да върви нагоре, защото използването им става все по-масово - до 2027 г. се очаква броят на потребители на чат платформите да бъде почти 3 милиарда.“,* коментира Константин Костадинов, старши директор продажби - ЦИЕ и ОНД в Rakuten Viber

Viber отбеляза рязко увеличение на броя на реклами в приложението в световен мащаб, в такива сегменти, като доставка на храна **(+ 174%)**, социални медии **(+ 244%)** и мобилни игри **(+ 122%)**. Най-малко реклама през 2020 година е закупена от туризма, автомобилната индустрия и бързооборотните стоки, тъй като тези индустрии най-силно усещат ограниченията, причинени от пандемията, и в резултат показват спад в търсенето на реклама. Като цяло компаниите, използвали директна реклама в приложението, са се увеличили със 115% в световен мащаб, а в България с **53%** спрямо предходната година.

Значителен ръст през 2020 г. се наблюдава и по отношение на чат ботовете; популярността им по целия свят се увеличава с **48%**. Организациите предпочитат да възлагат прости задачи на виртуални асистенти, освобождавайки време за процеси, които изискват по-голямо усилие и ресурс. Клиентите от своя страна оценяват бързината и високото качество на услугите, които компаниите постигат, като използват чатботове.

За бизнеса - Viber предлага решения за съобщения (чат ботове, бизнес съобщения), брандирани стикери и дисплейни реклами. Съобщенията могат да бъдат транзакционни (например потвърждение на поръчка или известие за доставка на стоки), промоционални (съобщения със специална оферта или промоция), както и двупосочни сесии за възможност за диалог (поддръжка на клиенти, получаване на обратна връзка, подаване на поръчки).

**За Rakuten Viber:**

В Rakuten Viber 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 канал за комуникация на FC Barcelona, както и официален партньор на Golden State Warriors за изпращане на съобщения и разговори.

Присъединете се към Viber и се насладете на най-доброто комуникационно изживяване в света.