



**MANGO  
OFFICE**

облачные  
бизнес-  
коммуникации

# ТРЕНДЫ БУДУЩЕГО:

инструменты для роста продаж в  
RETAIL



**Анна Шакирзянова**

Продуктовый маркетолог  
MANGO OFFICE



# О компании

**№1**

среди провайдеров  
IP-телефонии\*

**21**

год на рынке  
облачной телефонии

**99,9%**

отказоустойчивость

**60 000**

компаний-клиентов  
по всей России

**100**

городов в России

**500 000**

пользователей

**4 млн**

звонков в день  
совершают клиенты

**300**

разработчиков  
в команде

**24/7**

техподдержка и обслуживание  
клиентов

**Mango Office** — российский разработчик программного обеспечения и сервисов для коммуникаций. Один из ведущих поставщиков SaaS-решений и лидер отечественного рынка Виртуальных АТС

Компания создает технологичные продукты для отраслей реального сектора экономики. В продуктовой линейке Mango Office более 100 решений класса Unified Communications

\* в рейтинге Market.CNews за 2021 год

# Преимущества работы с MANGO OFFICE



## Сделано в России

- Всё программное обеспечение MANGO OFFICE является собственной разработкой
- Продукты и сервисы включены в российский реестр программного обеспечения



## Безопасность данных

- Серверное оборудование размещено на российских площадках, имеющих Tier 3 с соответствующими сертификатами безопасности и бесперебойности
- Все работы и меры по обеспечению информационной безопасности проводятся в соответствии с российскими стандартами и лучшими мировыми практиками

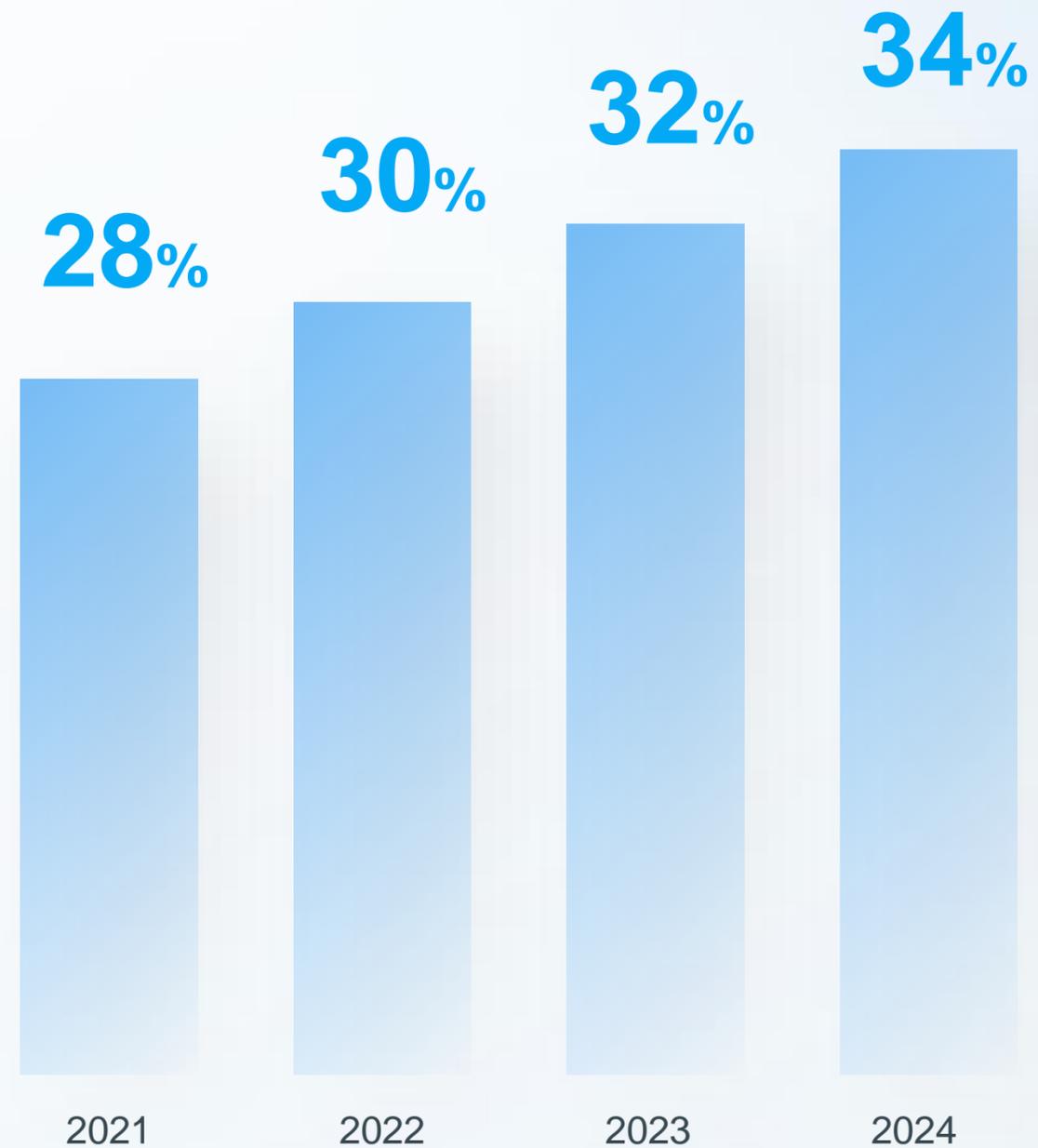


## Расширенный функционал

- Комплексные решения для нестандартных проектов. Возможность доработки под нужный функционал
- Продукты напрямую интегрируются с российскими CRM-системами (1С, Битрикс24, AmoCRM и др.)



# Прогноз роста рынка в ближайшие 3 года



**10%**

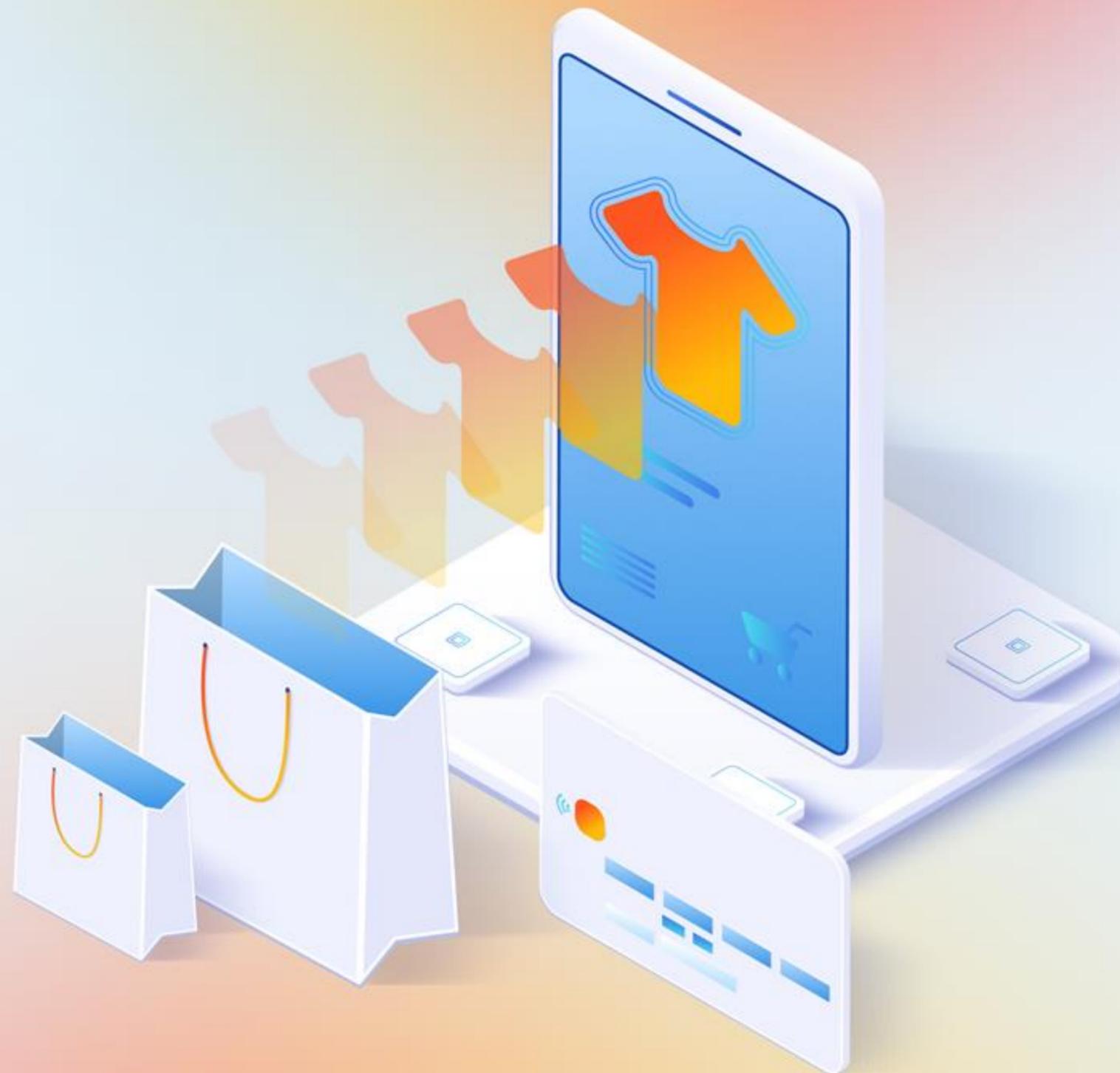
от общего оборота ритейла превысила впервые онлайн-торговля в 2020 году

**78%**

рост количества заказов в интернет-магазинах и на маркетплейсах. В денежном выражении рынок вырос на 47%

# Рост покупательской активности в сегменте FMCG-ритейла

- ✓ Первой реакцией на кризис стали массовые закупки, создание продуктового запаса. За первую неделю марта продажи товаров FMCG в денежном выражении выросли на 20% по сравнению с первой неделей февраля
- ✓ Если говорить про онлайн-ритейл, то ничего не поменялось: в e-grocery в 2021 году оборот был порядка 330 млрд руб., а рост год к году – 148%
- ✓ Но темпы этого роста скоро замедлятся за счет того, что количество денег в кошельке сжимается: инфляция превратила 100 руб. = 80 руб.



# Структура обращений по каналам коммуникаций, 2022



## Основные векторы развития электронных продаж

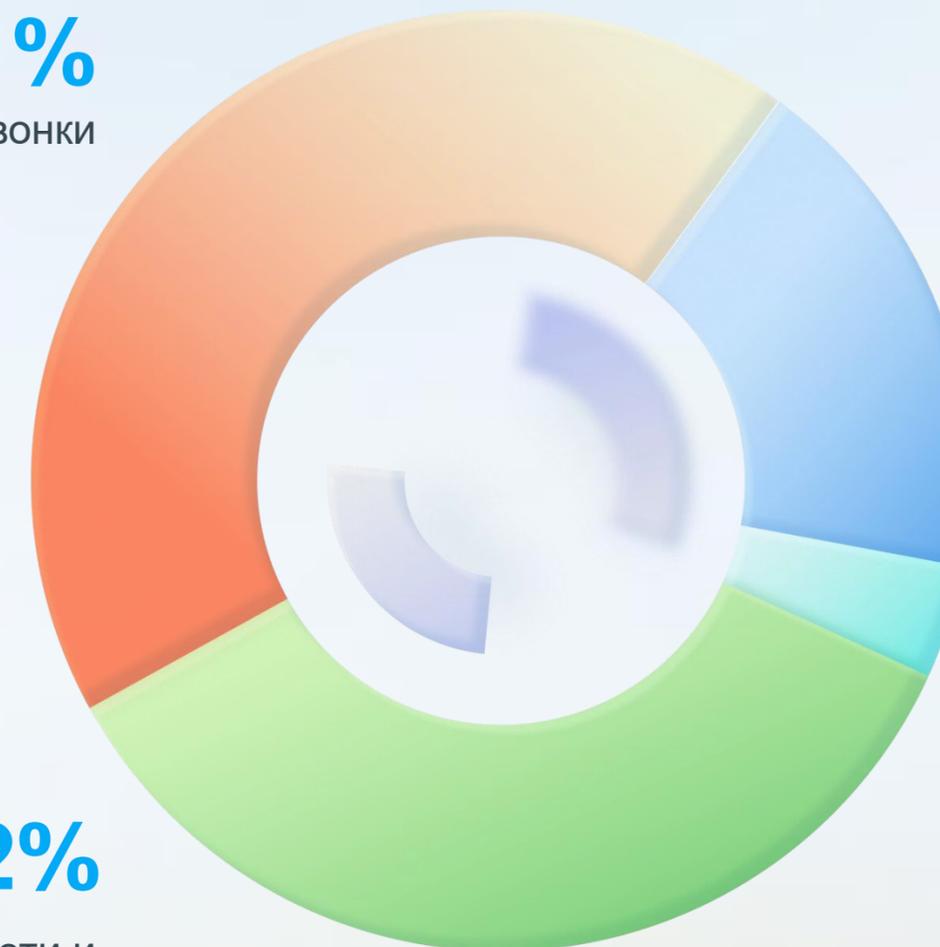
- Конкуренция за внимание покупателя
- Укрепление позиций с помощью разных каналов коммуникаций
- Снижение CPL и оптимизация расходов на маркетинг



**Звонок остается ключевой формой обращения**

**43,1%**  
Звонки

**35,2%**  
Соцсети и мессенджеры

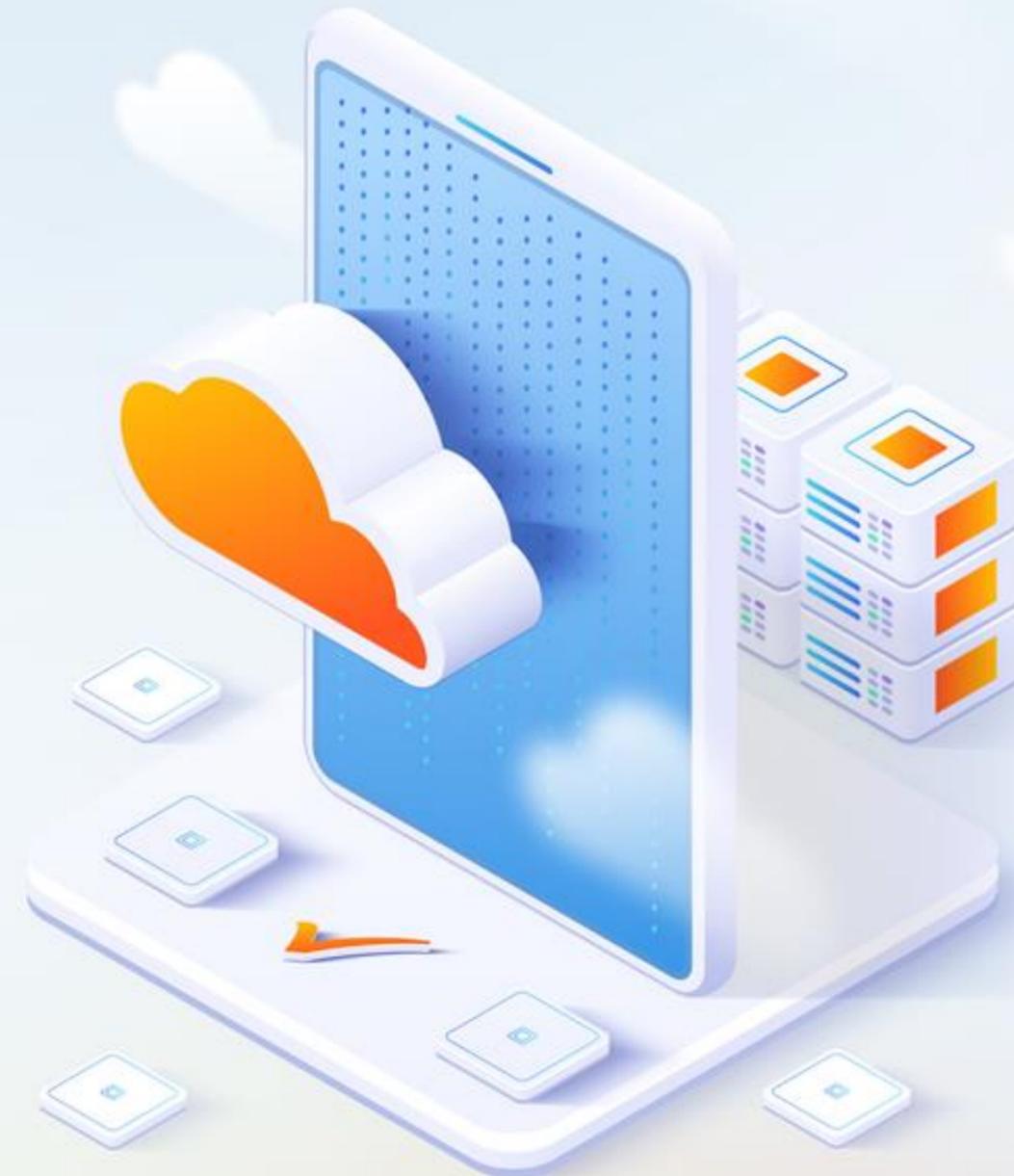


**17,8%**  
Онлайн-заказы

**3,9%**  
Заявки на сайте

# Облачная телефония и Контакт-центр

- ✓ Прозрачные метрики по коммуникациям
- ✓ Многофункциональная аналитика звонков
- ✓ Интеграции с основными системами
- ✓ Высокая пропускная способность



**50-60%**

заказов в интернет-магазинах покупатели совершают через телефон

**80/20**

стандарт работы колл-центра, когда на 80% звонков операторы отвечают в течение 20 сек

**18%**

через 2 месяца после внедрения Контакт-центра продажи увеличиваются на 2% и на 18% через 1,5 года

# Структура обращений по каналам коммуникаций, 2022



**+50%**

рост цены клика в «Яндексе» в ближайшее время по прогнозам экспертов

**+ 200 000**

в конце февраля средняя ежедневная аудитория «ВКонтакте» увеличилась на 200 тысяч пользователей

## Telegram

в марте впервые обогнал WhatsApp по популярности в России

в среднем один пользователь расходует трафика на сервис:

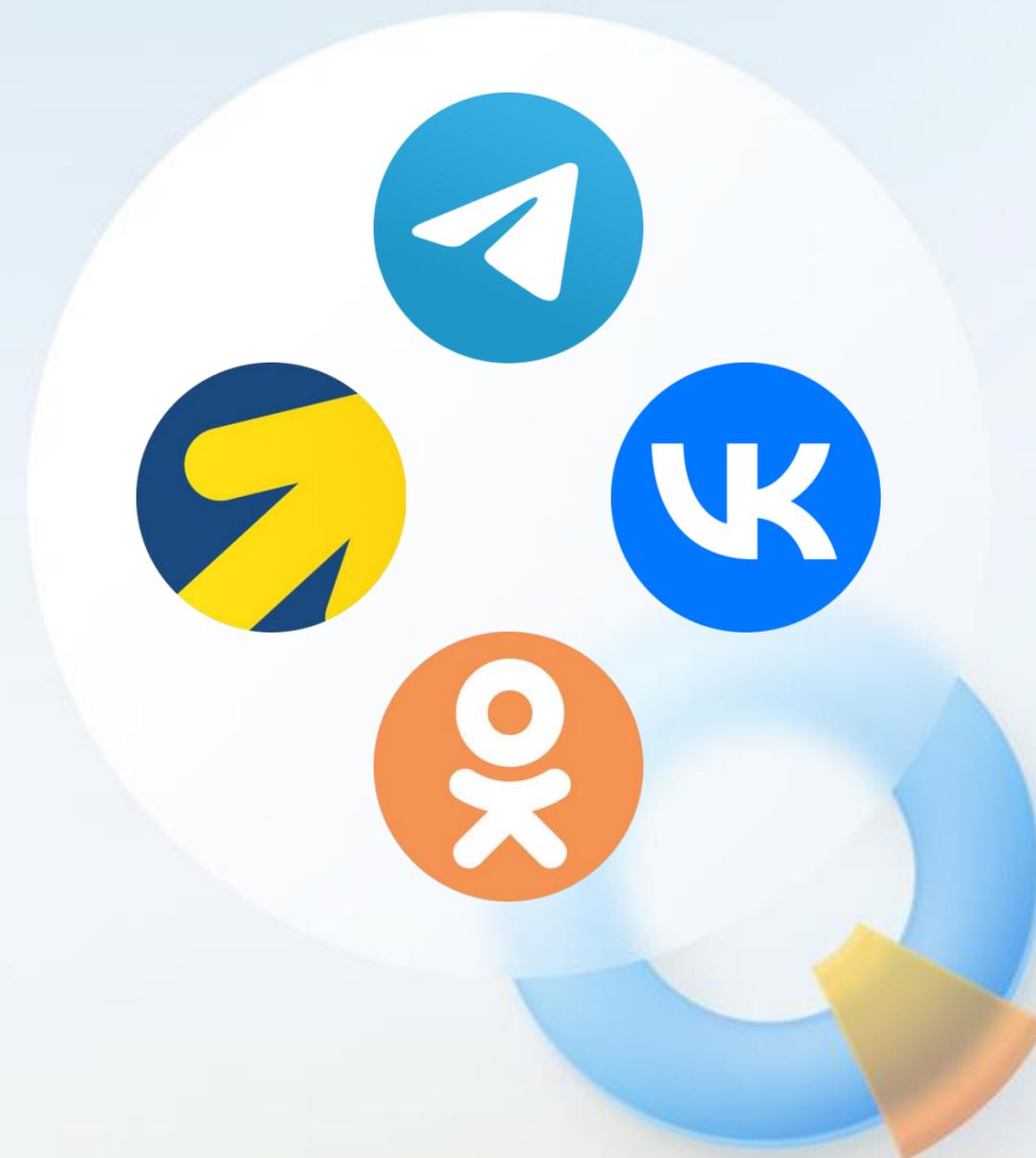
Telegram – 101 мегабайт  
WhatsApp – 26 мегабайт  
Viber – 8 мегабайт

## Одноклассники

К концу марта свой контент в ОК перевезли:

17% – YouTube-блогеров  
12% – Instagram-блогеров  
1% – TikTok-блогеров

В период с февраля по март прирост подписчиков в ОК составил 66%



Основные каналы генерации трафика сегодня:  
Яндекс.Директ, Вконтакте, Telegram и Одноклассники

# Манго Диалоги и Чат-боты



## Через социальные каналы свои товары реализуют 22 млн продавцов

Больше всего покупают одежду и обувь: их объём продаж составляет более 100 млрд рублей в год. Кроме того, популярностью пользуются продукты питания, электроника и вещи для детей. Средний чек покупок в соцсетях, мессенджерах и на специальных сайтах — 1,5 тысячи рублей

**591 млрд**

объём рынка социальной  
коммерции

**394 млн**

количество сделок  
в социальных каналах

**22 млн**

количество продавцов

**39 млн**

количество  
покупателей



## Речевая аналитика

- ✓ Расшифровка и автоматический анализ 100% звонков
- ✓ Оценка качества по 12 параметрам
- ✓ Визуальные отчеты по каждому сотруднику
- ✓ Мгновенные оповещения о проблемах с клиентом



# Интернет-магазин «1000 печей»

## Задача

- Анализ покупательского спроса
- Выявление узких мест в коммуникациях между менеджером и клиентом

## Решение

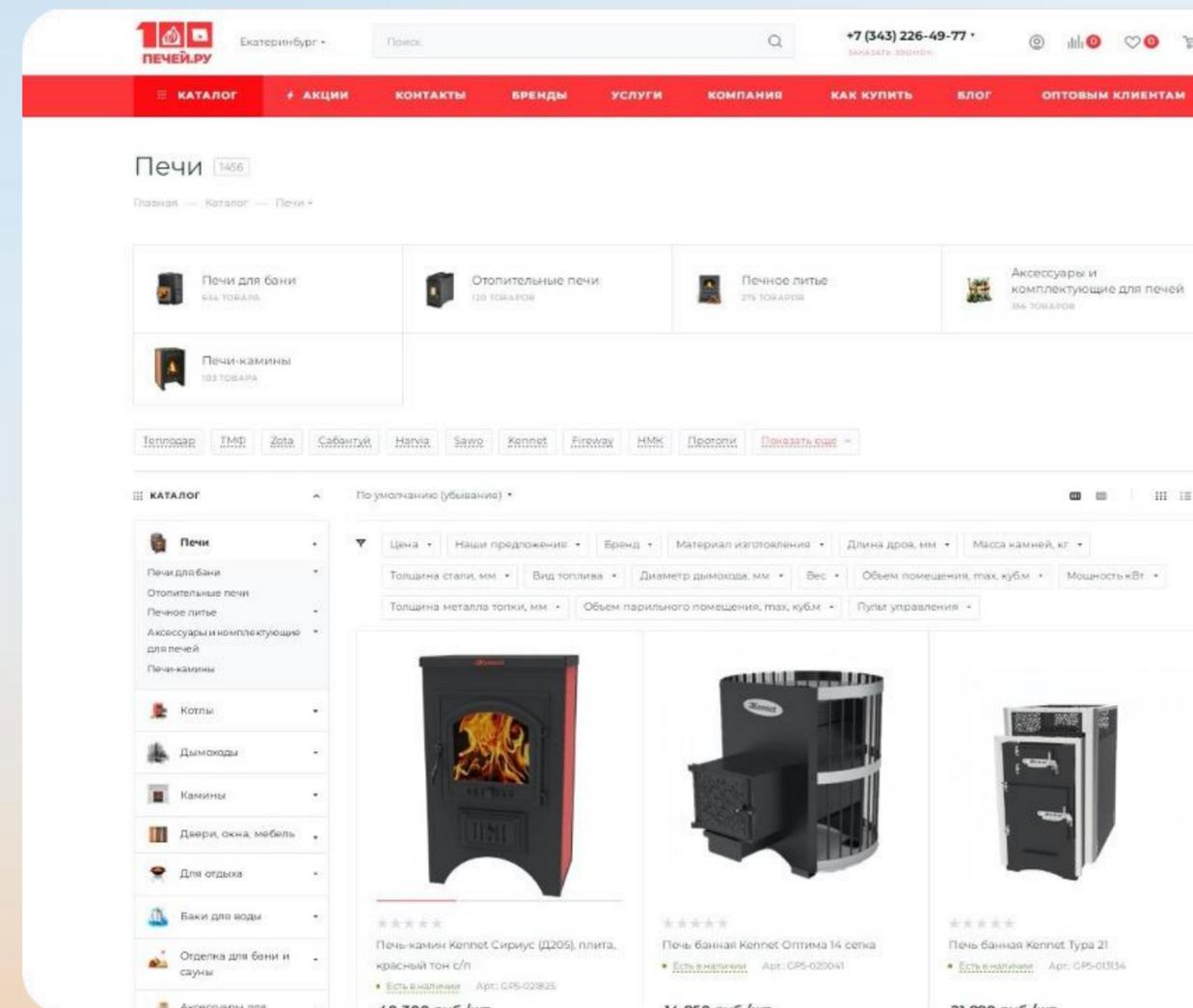
Виртуальная АТС

Речевая аналитика



## Результат

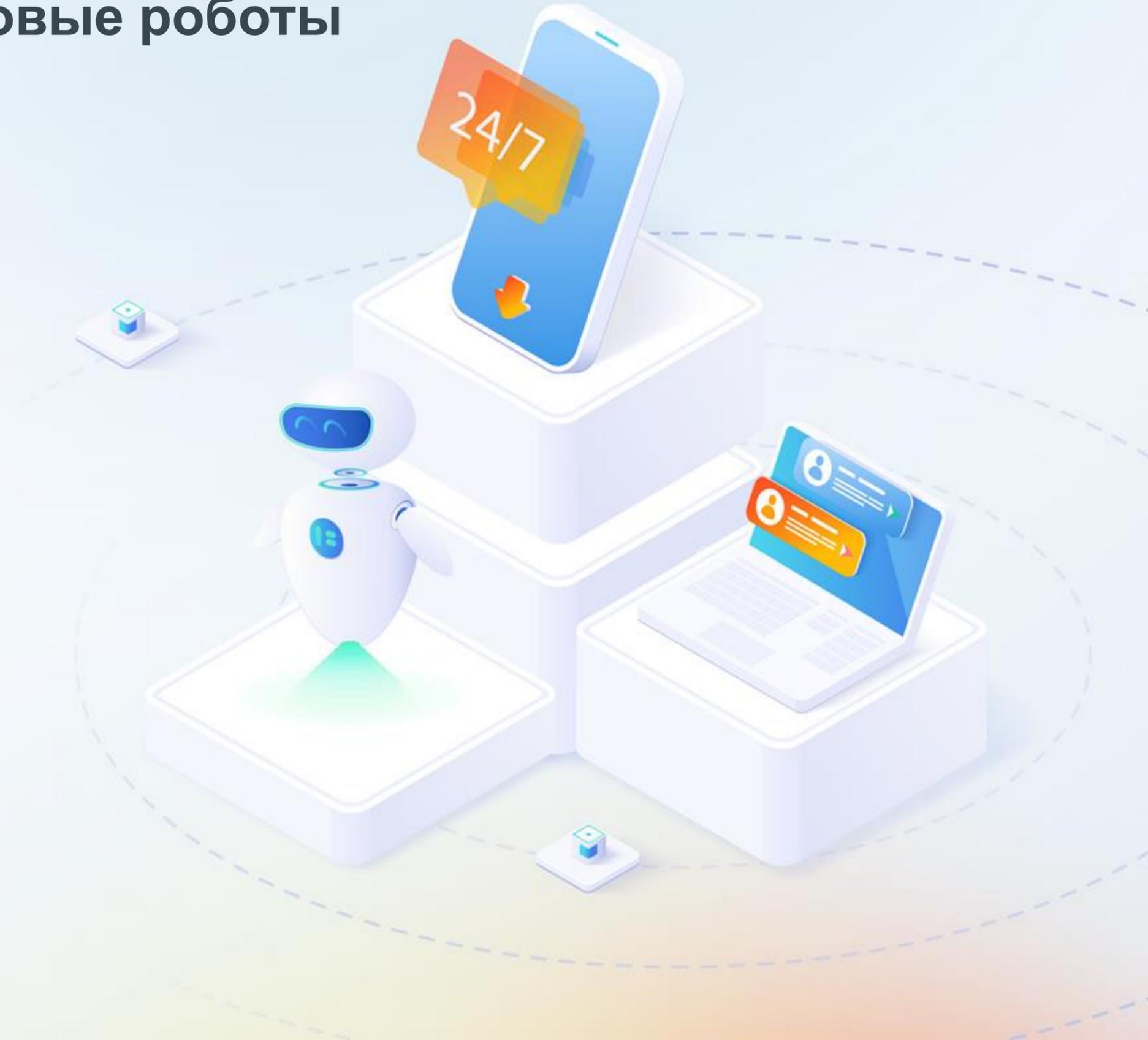
- Провели анализ упущенной выгоды
- Оптимизировали логистику



Ключевые продукты MANGO OFFICE

# Голосовые роботы

- ✔ Сбор обратной связи о качестве обслуживания
- ✔ Информирование клиентов
- ✔ Анализ NPS
- ✔ Оптимизация ФОТ



## Задача

- Детализация CJM
- Снижение CPL
- Эффективное распределение бюджета

## Решение

Динамический коллтрекинг

Сквозная аналитика от рекламного канала до ROMI

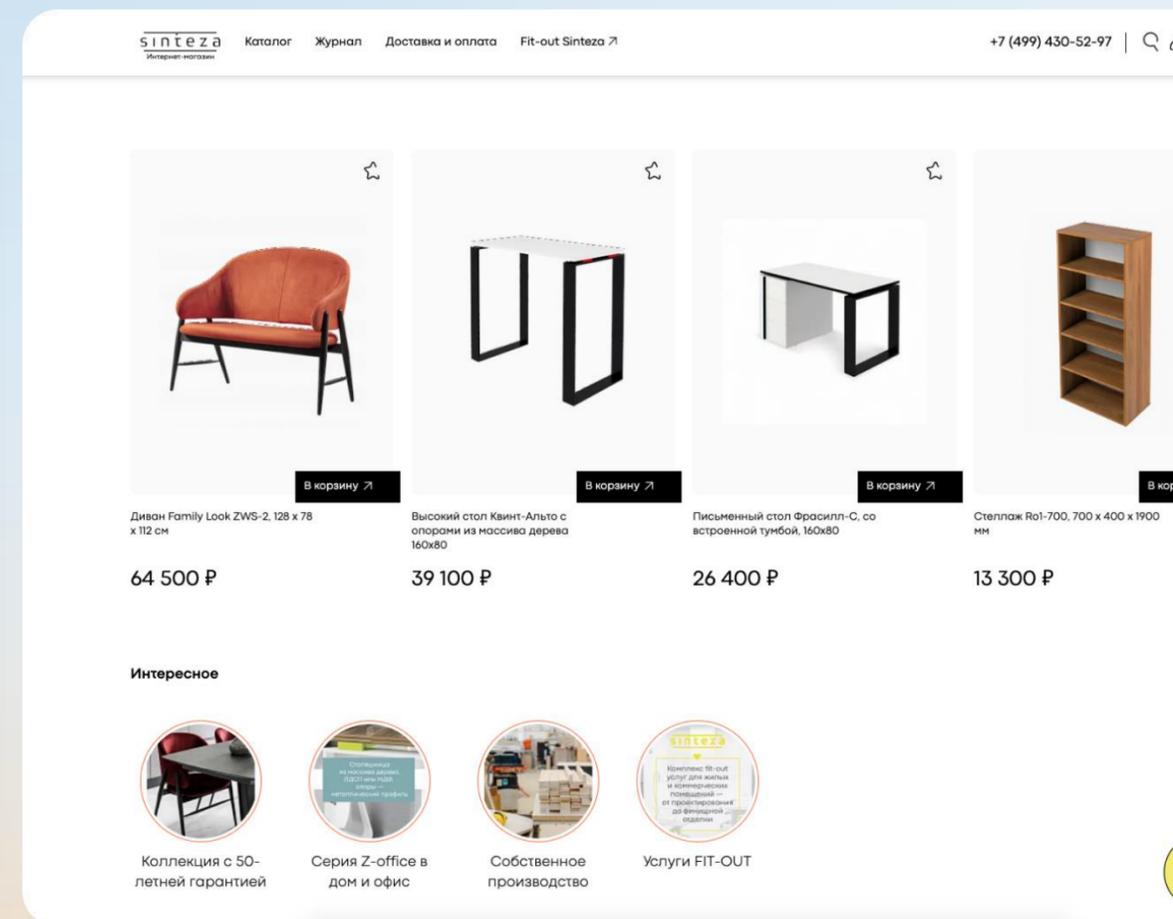
Мультиканальная аналитика

Интеграция ДКТ и Контакт-центра



## Результат

- Повышение эффективности воронки за счет недорогих лидов
- Снижение количества потерянных обращений
- Систематизация работы с покупателями





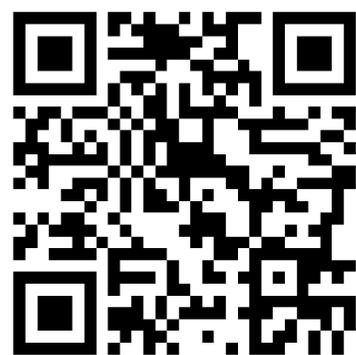
**MANGO**  
OFFICE

облачные  
бизнес-  
коммуникации



# Спасибо за внимание!

Отсканируйте QR-код  
и закажите экскурсию  
по сервисам MANGO OFFICE



8005



[mango-office.ru](http://mango-office.ru)



[t.me/mango\\_office](https://t.me/mango_office)