

Viber Việt Nam: Xu hướng tương tác giữa nhãn hàng và người dùng định hình

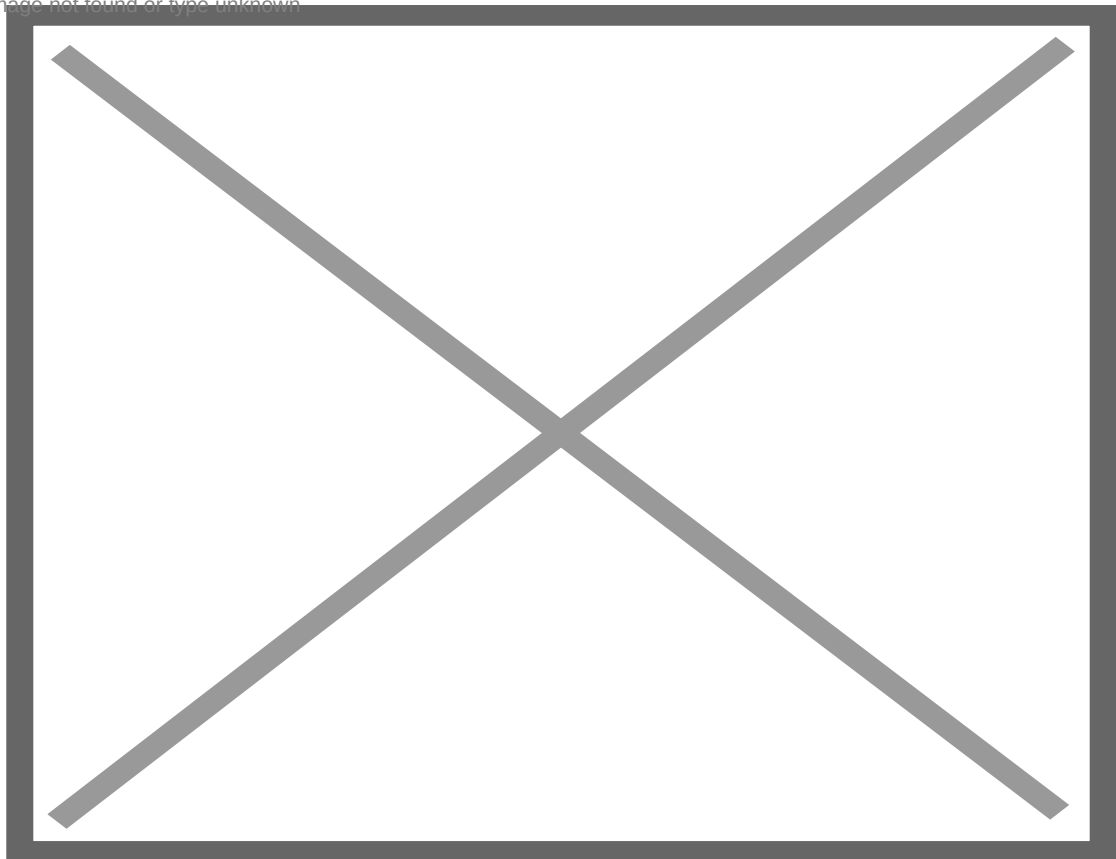
16:15 28/12/2022

Tác giả: TTK

Rakuten Viber, một trong những công ty hàng đầu thế giới về dịch vụ liên lạc bằng giọng nói và nhắn tin tức thời, chia sẻ các xu hướng chính xác định cách người dùng và các nhãn hàng tại Việt Nam sử dụng ứng dụng này vào năm 2022.

Giới thiệu về Viber thì đây là một ứng dụng liên lạc, thu hút của công ty thông minh hiện tại không chỉ Rakuten Nhật Bản, đã có hơn 1 tỷ lượt tải xuống từ hệ điều hành Android trên toàn thế giới và đang tiếp tục mở rộng và các nhãn hàng sẽ đang rất rõ ràng.

Image not found or type unknown



Các cuộc khảo sát gần đây cho thấy 71% người tiêu dùng muốn có quyền truy cập thuận tiện để giao tiếp với một doanh nghiệp. Nhận thấy sự thay đổi này trong cách chúng ta người tiêu dùng, ngày càng có nhiều nhãn hàng trên toàn cầu nói chung và Việt Nam nói riêng chuyển sang sử dụng Viber để liên lạc cũng như xây dựng và củng cố mối liên kết với khách hàng.

Xây dựng nhận thức

Các doanh nghiệp đều cho rằng đang tận dụng các giải pháp quảng cáo để tăng khả năng hiển thị và thu hút người dùng mới. Vào năm 2022, số lượt hiển thị quảng cáo trung bình hàng tháng trên Viber đạt con số đáng kinh ngạc lên tới 6 tỷ trên toàn thế giới, với 230 triệu lượt hiển thị tại Việt Nam. Trong số các ngành quảng cáo hoạt động hiệu quả nhất tại Việt Nam: Quà tặng & thời trang quà tặng tăng 683%, lữ hành & khách sạn tăng 243%, ngành

Ngoài ra, các th??ng hi?u có th? s? d?ng nhãn dán bi?u c?m và các b? l?c hình ?nh Viber trên ?ng d?ng ?? c?ng c?, xây d?ng hình ?nh c?a mình. Nh?m m?c ?ích lan truy?n và t??ng tác, nhãn dán bi?u c?m và b? l?c hình ?nh Viber cho phép ng??i dùng th? hi?n và sáng t?o b?n thân trong khi trò chuy?n. B? l?c ?nh ?ã ???c gi?i thi?u trên n?n t?ng c?a Viber h?n m?t n?m tr??c và k? t? ?ó, nó ?ã ???c s? d?ng g?n 1 t? l?n. Nh?n th?y xu h??ng ngày càng t?ng ??i v?i t??ng tác th?c t? ?o và n?i dung tr?c quan, Viber cho phép các nhãn hàng và t? ch?c t?o d?ng b? l?c ?nh riêng và nhãn dán bi?u c?m mang tính th??ng hi?u trên ?ng d?ng ?? nâng cao ?? ph? c?a nhãn hàng.

T?ng c??ng giao ti?p

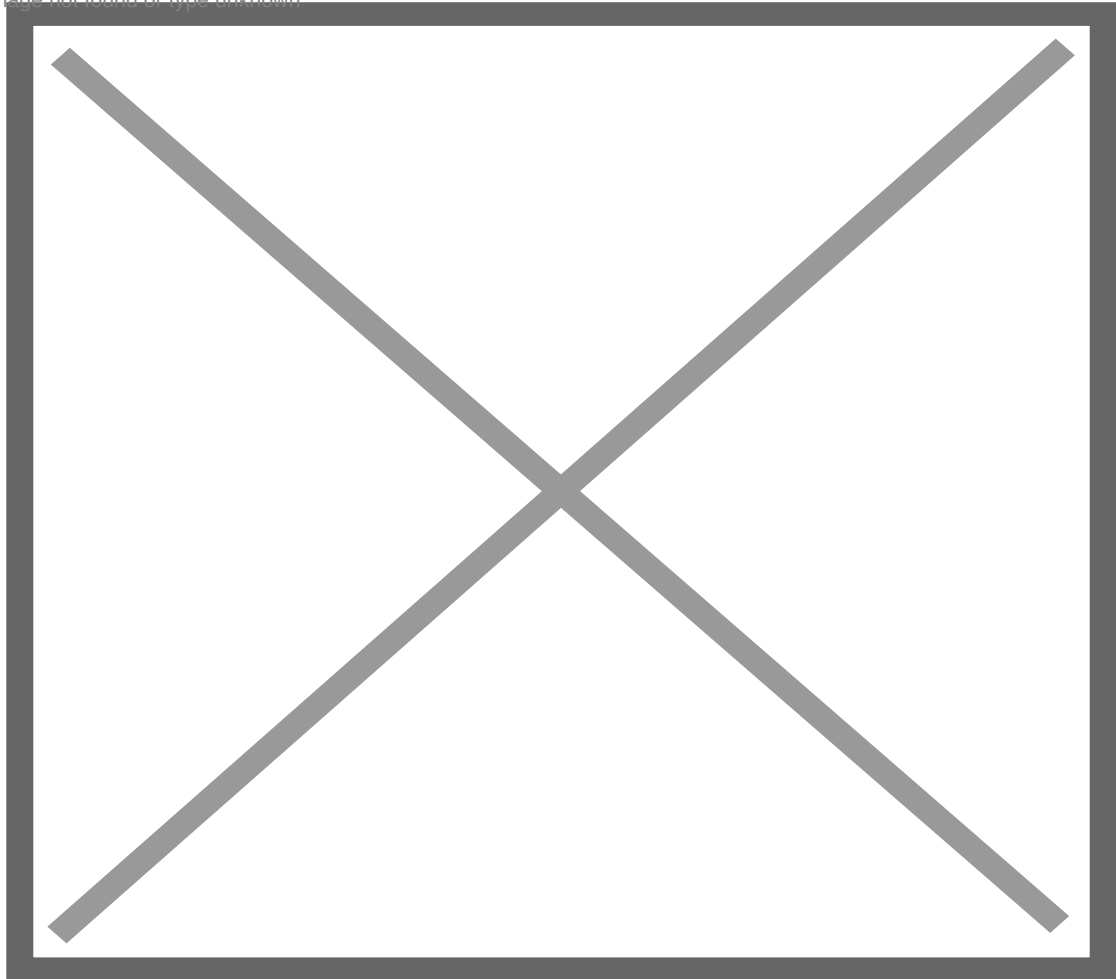
N?m nay, các nhãn hàng ?ã th? hi?n m?t s? quan tâm m?nh m? h?n ??i v?i các gi?i pháp nh?n tin dành cho doanh nghi?p c?a Viber nh? m?t công c? ?? xây d?ng k?t n?i v?i ng??i tiêu dùng trong ?ng d?ng nh?n tin yêu thích c?a h?. N?m 2022, Viber Ví?t Nam ghi nh?n:

S? l??ng ??ng ký t?o tài kho?n tin nh?n kinh doanh t?ng 60% so v?i s? l??ng ??ng ký t?o tài kho?n tin nh?n kinh doanh vào n?m 2021.

T?ng s? tin nh?n doanh nghi?p ???c g?i ?i t?ng 48%. Trong s? t?t c? các lo?i tin nh?n doanh nghi?p ???c các nhãn hàng s? d?ng: qu?ng cáo (?u ?ã ???c bi?t, gi?m giá), giao d?ch (xác nh?n ??n hàng, theo dõi giao hàng, nh?c nh? cu?c h?n) và ?àm tho?i (h? tr? ??i lý tr?c ti?p) thông ?i?p qu?ng cáo ?ã t?ng m?t cách ?n t??ng lên ??n 107%.

H?n 2,5 tri?u tin nh?n ?ã ???c g?i và nh?n trong h?p trò chuy?n, cho th?y m?c ?? ph? bi?n c?a công c? t? ??ng h? tr? 24/24 này.

Image not found or type unknown



Xu hướng cho tương lai

Trong năm 2022, Viber cũng đã tiến thêm một bước nữa trong chiến lược siêu ứng dụng của mình bằng cách giới thiệu dịch vụ pháp thanh toán kết thu?t s? xuyên biên giới?i an toàn và bảo?o m?t c?a riêng mình mang tên Viber Pay. Thanh toán trong Viber cho phép người dùng gửi tiền cho nhau dễ dàng như gửi tin nhắn. Ra mắt lần đầu thông qua danh sách ch? ? m?t s? th? tr?ng châu Âu và s? s?m ???c tung ra ? nhi?u qu?c gia h?n, bao g?m c? Việt Nam. Viber Pay mở rộng tiến ích và giá trị của ứng dụng làm cho Viber trở nên thực sự thiết yếu với hàng triệu người dùng, với nhi?u b?n c?p nh?t s?p t?i s? mang lại lợi ích với hàng nghìn nhãn hàng.

Viber sẽ thực hiện thêm một số bước quan trọng trên con đường trở thành một siêu ứng dụng vào năm tới. Đầu tiên, Viber sẽ mang đến cho các nhãn hàng cơ hội lưu trữ tất cả thông tin kinh doanh, dịch vụ và kênh liên lạc của họ trong một chỗ th? doanh nghiệp meta duy nhất và cho phép người dùng dễ dàng tìm thấy doanh nghiệp họ cần và tương tác với họ.

Ngoài ra, Viber sẽ giới thiệu một thị trường chuyên dụng giúp người dùng sắp xếp các cuộc trò chuyện của họ với nhãn hàng một cách thuận tiện theo cách của họ, với tiến triển nghỉ?m người dùng và tăng khả năng hiển thị nhãn hàng.

"Các bước tiếp theo của chúng tôi là một cột mốc quan trọng với ứng dụng, tất nhiên chúng tôi đang tính toán trong tương lai mà Viber dự định giới thiệu như một phần trong chiến lược siêu ứng dụng: tăng tiến ích của ứng dụng cho người dùng và mở rộng cách thức mà các nhãn hàng có thể kết nối với khách hàng của họ, mang lại nhiều giá trị hơn cho cả hai bên, nhanh hơn và tiết kiệm bước hơn." Cristina Constandache, Giám đốc Kinh doanh của Rakuten Viber cho biết. "Nhưng con số thực tế cho thấy trên một lần nữa chúng tôi đang chứng tỏ, Viber đang phát triển ứng dụng của mình đúng hướng, khi các người dùng và nhãn hàng ngày càng sử dụng Viber nhiều

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/viber-viet-nam-xu-huong-tuong-tac-giua-nhan-hang-va-nguoi-dung-dinh-hinh-nam-2022>