**«Манго Телеком» объявил финансовые результаты за 2019 год**

«Манго Телеком», лидирующий российский облачный оператор профессиональных коммуникаций, опубликовал финансовые результаты 2019 года.

Выручка [«Манго Телеком»](https://www.mango-office.ru/) составила 3,28 млрд рублей (с учетом НДС). Год к году она увеличилась на 21%. Количество компаний, использующих технологии MANGO OFFICE, выросло до 55 тысяч, а сервисы оператора к концу минувшего года стали доступны более чем в 70 крупнейших городах страны.

**Видение рыночной ниши**

Рост денежных показателей связан с тем, что «Манго Телеком» во многом сосредоточился на создании и улучшении продуктов, нацеленных на автоматизацию коммуникаций.

Их потребители — достаточно крупные предприятия, которые обслуживают интенсивный поток взаимодействий с клиентами во всех каналах связи и нуждаются в решениях с повышенной производительностью, отвечающей соответствующим задачам и нагрузкам.

Одновременно эти заказчики заинтересованы в инструментах для организации совместной работы персонала, часто — в условиях территориальной распределенности офисов или за их пределами. Требуется эффективная и способная поддерживать командные коммуникации любого уровня связь внутри компаний.

Ориентируясь на такие запросы рынка, «Манго Телеком» предложил новые технологии, заметно дополняющие основную продуктовую линейку — виртуальные АТС, платформы для организации контакт-центров, маркетинговую аналитику.

**Продуктовая стратегия**

Как реализовалась эта модель, можно проследить на примере сервисов MANGO OFFICE, которые появлялись в 2019 году.

Например, на виртуальных АТС стали доступны такие функции, как система интеллектуального распределения поступающих звонков — на основе данных о звонящем клиенте, мгновенно загружаемых из CRM или коллтрекинга. Ее использование способно ускорить адресное соединение с нужным специалистом и сократить время ожидания на линии при массовых обращениях.

Еще одна новинка 2019 года — речевой анализ. Он устанавливает машинный контроль за содержанием телефонных переговоров, что критически важно при оценке работы продающих и обслуживающих подразделений.

Среди обновлений контакт-центра — усовершенствованный инвентарь мониторинга активности персонала, а также инструменты геймификации и мотивации — для больших команд «первой линии».

На martech-платформе MANGO OFFICE была запущена мультиканальная аналитика, необходимая для определения значимости каналов привлечения при запуске комплексных рекламных кампаний.

Кроме того, «Манго Телеком» стал первым на российском рынке облачным оператором, выстроившим периметр унифицированных коммуникаций, — «связь на 360 градусов», простое и быстрое взаимодействие с клиентами и коллегами с любых устройств и в любых доступных каналах связи — от корпоративного мессенджера до звонков и видеоконференций.

**Ситуация сегодня**

— В рамках своей продуктовой стратегии то, что дают пользователю сервисы MANGO OFFICE, мы описываем так: «Работать с умом. Вместе. С заботой о клиенте», — говорит генеральный директор «Манго Телеком» Дмитрий Бызов. — Но когда создавалась эта формула, никто не мог представить, что придется добавить одно слово — «Удаленно».

На фоне рекордной выручки за прошлый год и ситуации с коронавирусом «Манго Телеком» уже отменил плату за некоторые инструменты для организации дистанционной и совместной работы и также представит другие меры, которые могли бы помочь в данных обстоятельствах бизнесу.