

# Оптимизация на основе детальной статистики активности

Петровский Кирилл  
Человек-конверсия

# Кто мы такие

## Агентство результативного маркетинга

- Только performance, только хардкор
- Чем сложнее, тем лучше
- Любим данные и travel-сегмент



АГЕНТСТВО  
РЕЗУЛЬТАТИВНОГО  
МАРКЕТИНГА

# О чем сегодня

- Чтобы оптимизировать, нужны данные
  - Где их взять
  - Как не обмануть самого себя
- Прикручиваем сбор данных к авиабилетам
- Делаем из GA рентгеновский аппарат
- Примеры оптимизации сайта и предложения
- Куда дальше?

# Enlarge your conversion

Процесс улучшения показателей сайта (и бизнеса):

Данные -> Анализ -> Реализация

## Где взять данные:

- Экспертное мнение – destined to FAIL
- Фокус-группы – то же, но дороже
- Вебвизор и его зарубежные друзья
- Счетчики



**artics**  
internet solutions

АГЕНТСТВО  
РЕЗУЛЬТАТИВНОГО  
МАРКЕТИНГА

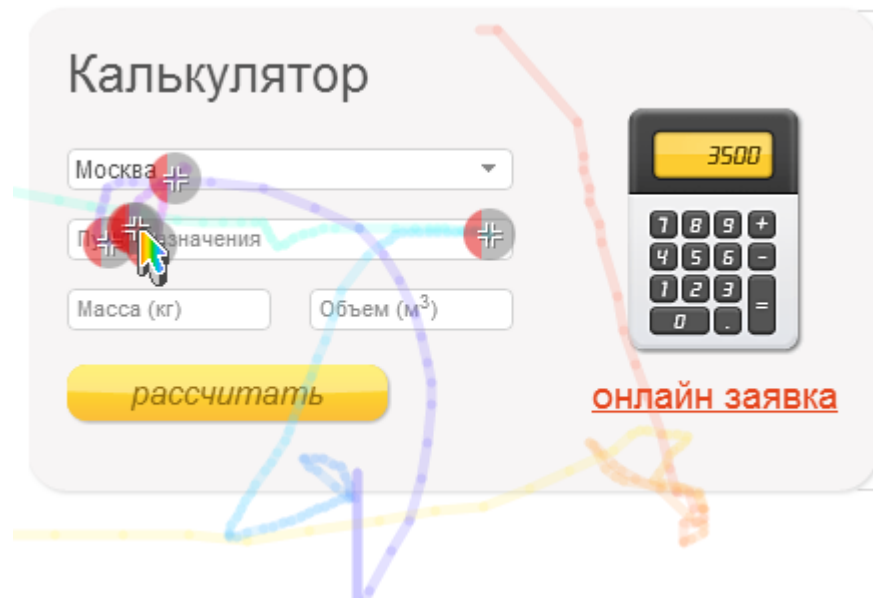
# Вебвизор – визуальные истории

## Плюсы:

- Помогает, если нет идей
- Легко продается

## Минусы:

- Статистически недостоверно!  
Особенно для узких срезов
- Сложно отследить  
изменения



# Счетчики – не визуально, но клево

Плюсы:

- Масса данных
- Увязка разных данных между собой
- Сегментирование

Минусы:

- Нет картинки – сложнее понимание
- Сложнее внедрить



# SINDBAD

# Sindbad.ru

В одну сторону

Туда и обратно

Только прямые рейсы

Откуда

Москва (MOW), Россия

Дата вылета

7 Ноя'12

Куда

Санкт-Петербург, Пулково (LED), Россия

Дата возвращения

15 Ноя'12

Взрослые



Дети



Младенцы



1

-

-

Класс обслуживания

ЭКОНОМ

12 лет и старше

от 2 до 11 лет

до 2 лет



[Как купить?](#)

[Как оплатить?](#)

Искать рейсы



АГЕНТСТВО  
РЕЗУЛЬТАТИВНОГО  
МАРКЕТИНГА



# SINDBAD

# Sindbad.ru

В одну сторону
  Туда и обратно
  Только прямые рейсы

Откуда

Москва (MOW)

Куда

Санкт-Петербург (LED)

Взрослые

1

12 лет и старше



**6 175 руб.**

**Выбрать**

Итоговая цена за 1 билет класса эконом, оплата банковской картой

| Москва<br>MOW  |                       | Санкт-Петербург<br>LED |           |
|--|-----------------------|------------------------|-----------|
| Вылет  | Прилет                | В пути                 | Пересадки |
| <input checked="" type="radio"/> DME 08:45<br>7 Ноября | LED 10:15<br>7 Ноября | 1 ч. 30 мин.           | ...       |
| <input type="radio"/> DME 16:20<br>7 Ноября            | LED 17:55<br>7 Ноября | 1 ч. 35 мин.           | ...       |
| <input type="radio"/> DME 18:20<br>7 Ноября            | LED 19:50<br>7 Ноября | 1 ч. 30 мин.           | ...       |
| <input type="radio"/> DME 19:25<br>7 Ноября            | LED 20:55<br>7 Ноября | 1 ч. 30 мин.           | ...       |
| <input type="radio"/> DME 21:20<br>7 Ноября            | LED 22:50<br>7 Ноября | 1 ч. 30 мин.           | ...       |
| <input type="radio"/> DME 22:20<br>7 Ноября            | LED 23:50<br>7 Ноября | 1 ч. 30 мин.           | ...       |



АГЕНТСТВО  
РЕЗУЛЬТАТИВНОГО  
МАРКЕТИНГА





# SINDBAD

# Sindbad.ru

В одну сторону  Туда и обратно  Только прямые рейсы

Откуда

Москва (МО)



6 175 руб.

Выбрать

Куда

Санкт-Пете

Итоговая цена за 1 билет класса эконом, оплата банковской картой

Москва  
MOW

Санкт-Петербург  
LED

Взрослые

1

12 лет и старше



Вылет

DME 08:45  
7 Ноября

DME 16:20  
7 Ноября

DME 18:20  
7 Ноября

DME 19:25  
7 Ноября

DME 21:20  
7 Ноября

DME 22:20  
7 Ноября

Введите данные пассажиров

[Я зарегистрирован на сайте и у меня сохранены профили пассажиров](#)

Пассажир 1 (Взрослый)

Пол Мужской  Имя  Фамилия  Дата рождения  Январь

Номер документа  Срок действия  Январь   Без срока действия Гражданство Россия

[Как правильно вводить данные о документе взрослого пассажира](#)

Контактные данные

E-mail  Мобильный телефон Россия +7

Зарегистрироваться на сайте

Регистрация делает удобным повторное использование сайта.



АГЕНТСТВО  
РЕЗУЛЬТАТИВНОГО  
МАРКЕТИНГА

# Авиабилеты на 100%

## Что

- Направления
- Пассажиры
- Цены
- Поиски
- Покупки
- Даты
- Формы и кнопки
- Авиакомпании
- Ошибки



## Куда

- Цели
- Ecommerce
- Events
- Custom variables
- Site search

# Можем увидеть почти все

- 3% зарегистрированных = 22% оборота
  - До 50% лучше берут курортные направления
  - На 20% хуже берут страховки
- Бизнес-класс – средний чек в 3 раза выше, но <1%
- 3 взрослых без детей – лидер конверсии!
  - На 25% больше зарубежных рейсов
  - 2 взрослых + ребенок = на 48% хуже
- Не нашлось билетов? Видим, с каким направлением проблема

# И еще пара примеров

## Дни до вылета

| Дней до вылета | Ищут  | CR, % |
|----------------|-------|-------|
| 1              | 12702 | 5,9   |
| 2              | 5100  | 13,5  |
| 3              | 4110  | 11,7  |
| 4              | 3613  | 11,0  |
| 5              | 3191  | 10,7  |
| 6              | 2794  | 9,9   |
| 7              | 2512  | 8,7   |
| 14             | 2264  | 5,8   |
| 8              | 2150  | 8,5   |
| 9              | 2001  | 9,1   |
| 10             | 1886  | 7,7   |
| 11             | 1870  | 7,0   |
| 32             | 1797  | 2,7   |

## Изменение спроса по направлениям по месяцам

| Направление                | Изменение CR спроса | Изменение транзакций |
|----------------------------|---------------------|----------------------|
| St Petersburg - Moscow     | 1,28                | 0,90                 |
| St Petersburg - Adler      | 0,78                | 0,63                 |
| Adler - St Petersburg      | 0,76                | 0,65                 |
| Moscow - Adler             | 1,24                | 0,97                 |
| St Petersburg - Krasnodar  | 1,60                | 1,00                 |
| St Petersburg - Simferopol | 1,58                | 1,13                 |
| Krasnodar - St Petersburg  | 1,43                | 1,08                 |
| St Petersburg - Ufa        | 2,61                | 1,69                 |
| Simferopol - St Petersburg | 1,48                | 1,14                 |

# Данные ради данных?



# Данные помогают улучшить бизнес

- Только 30% постоянных клиентов – в Питере  
Вывод - не замыкаться на локальном рынке
- Регионы прекрасно платят картой

| Способ оплаты | Москва | Питер | Регионы |
|---------------|--------|-------|---------|
| В офисе       | -      | 44%   | -       |
| Карточка      | 77%    | 49%   | 83%     |
| Qivi          | 18%    | 7%    | 17%     |

Вывод – можно не расширять варианты кэш-оплаты в регионах

- Средний выбираемый вариант в выдаче – 3  
Вывод – уменьшить длину страницы, ускорить выдачу, подсвечивать оптимальные варианты

# Снижаем издержки бизнеса

- Время поиска
  - Технические проблемы, 40 секунд вместо 20
  - Выходы с процесса поиска выросли в 4 раза
  - Падения конверсии и продаж – нет
- Время на оплату билета
  - Время на оплату в среднем 20 часов
  - Для снижения издержек время уменьшили до 9 часов
  - Конверсия сохранилась
  - Не нужно тратить время на обсуждения :)



# Zoom in – не только средние цифры

Можем видеть не только общие тренды по срезу, но и индивидуальные истории:

- Заказ на 300 000 руб.
- 2 человека, бизнес-класс
- Из Парижа на Мальдивы, вылет 15-го февраля

Дорогое романтическое путешествие – такой постоянный клиент нужен :)



**artics**  
internet solutions

АГЕНТСТВО  
РЕЗУЛЬТАТИВНОГО  
МАРКЕТИНГА



# Улучшаем интерфейс!

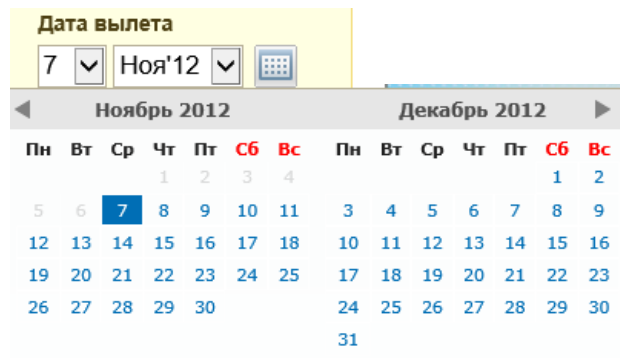
Собираем статистику сообщений об ошибках:

- 18% не видели чекбокс «Согласиться с условиями», и 40% не видели сообщение об ошибке
- Сменили оформление – 14% не ставят чекбокс, только 23% не видят ошибку

Я подтверждаю правильность введенных данных, ознакомлен с правилами тарифа и принимаю условия договора

- Необходимо подтвердить условия

Календарь – фаворит среди постоянных юзеров



| Элемент   | CR, % |
|-----------|-------|
| Календарь | 4,97  |
| Дни       | 4,37  |
| Месяца    | 3,5   |

# Улучшаем UX

## Способы оплаты

Показать цены в валюте [рубли](#) • [евро](#) • [доллары](#)

Способ оплаты:

- Среди использовавших список сильно отличается конверсия между городами
- Предлагать Москве оплату наличными в офисе в Питере – плохая идея
- Поправили – разрыв конверсии остался, зато использование элемента упало на 30%

| Город  | CR, % |
|--------|-------|
| Москва | 21%   |
| СПб    | 32%   |

## Страховка включена по умолчанию

### **Страховая защита**

- Полис индивидуального страхования от несчастного случая  
Заказывая полис, Вы соглашаетесь с [Условиями оферты](#). Стоимость услуги (туда и обратно за одного пассажира) – 360 руб.

- Цены на метапоисковиках – без учета страховки. Отключение чекбокса повышает конверсию на 45%
- Для других каналов – невыгодно, слишком снижает маржинальность

# GA не всемогущ

Приведенные примеры – маленькая доля всей полезной информации, которая доступна в любой момент из GA.

Но фиксировать больше уже сложно:

- Заняты все переменные
- В один параметр уже помещается несколько разных данных
- Нет длинной истории покупателя
- Нет импорта внешних событий (отмены бронирований, и т.д.)
- Выделив отдельную историю, не сможем посмотреть действия

Следующие шаги:

- Полностью использовать ту информацию, которая уже есть
- Новые возможности GA. Особенно импорт внешних данных.



# Что нужно запомнить

- Не боимся взять больше данных – пригодится
- Не соглашайтесь с ответом «это нельзя сделать»
- Заранее спланируйте ключевые вещи, которые нужно будет увидеть в результате внедрения
- Проверьте реализацию – данные должны быть точными
- Используйте данные для улучшения бизнеса.  
Классика, но многие этого так и не делают :)

Push the limits!

# Вопросы – это хорошо!

[Artics.ru](http://Artics.ru)

[petrovsky@artics.ru](mailto:petrovsky@artics.ru)

[facebook.com/petrovsky](https://facebook.com/petrovsky)