

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

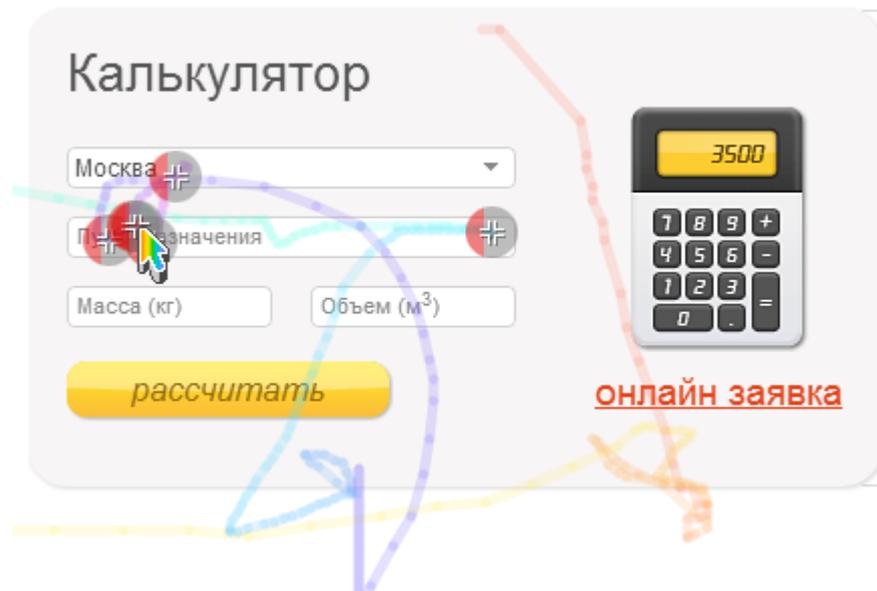
Вебвизор – визуальные истории

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



Класс обслуживания

1

-

-

ЭКОНОМ

12 лет и старше

от 2 до 11 лет

до 2 лет



[Как купить?](#)

[Как оплатить?](#)

Искать рейсы



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
MOW

Санкт-Петербург
LED

Вылет	Прилет	В пути	Пересадки
<input checked="" type="radio"/> DME 08:45 7 Ноября	LED 10:15 7 Ноября	1 ч. 30 мин.	...
<input type="radio"/> DME 16:20 7 Ноября	LED 17:55 7 Ноября	1 ч. 35 мин.	...
<input type="radio"/> DME 18:20 7 Ноября	LED 19:50 7 Ноября	1 ч. 30 мин.	...
<input type="radio"/> DME 19:25 7 Ноября	LED 20:55 7 Ноября	1 ч. 30 мин.	...
<input type="radio"/> DME 21:20 7 Ноября	LED 22:50 7 Ноября	1 ч. 30 мин.	...
<input type="radio"/> DME 22:20 7 Ноября	LED 23:50 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	Имя	Фамилия	Дата рождения
Мужской <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/> Январь <input type="text"/>
Номер документа	Срок действия	<input type="checkbox"/> Без срока действия	Гражданство
<input type="text"/>	<input type="text"/> Январь <input type="text"/>		Россия <input type="text"/>

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

Контактные данные

E-mail	Мобильный телефон
<input type="text"/>	Россия +7 <input type="text"/>

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

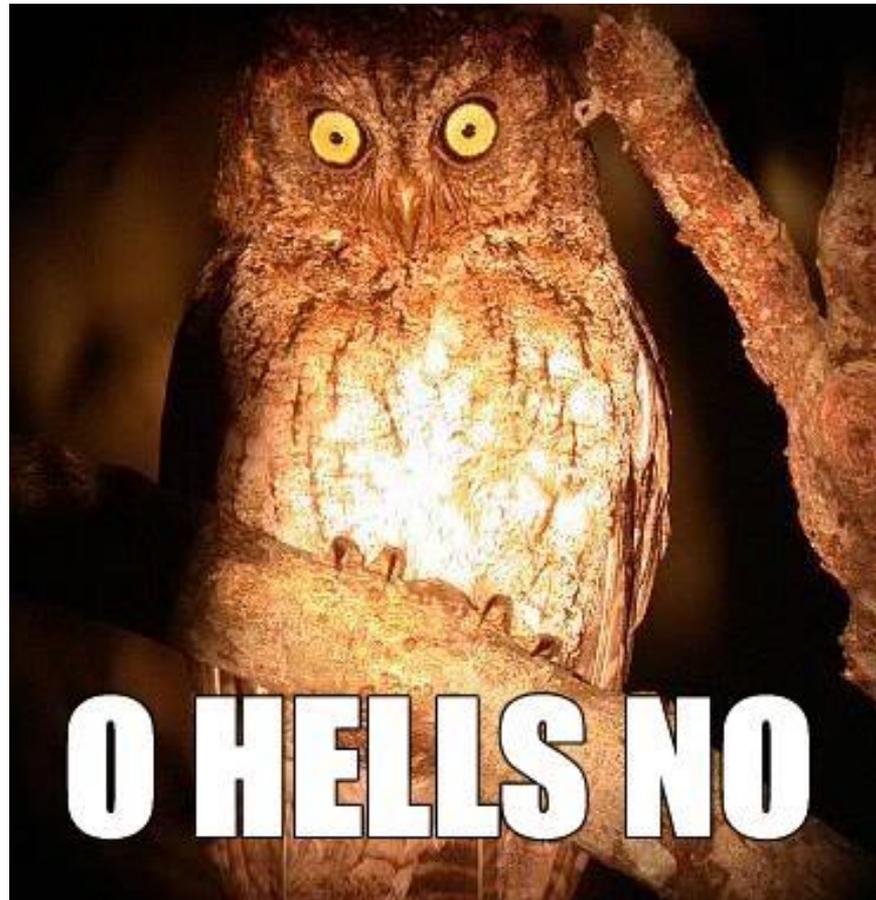
Дни до вылета

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!

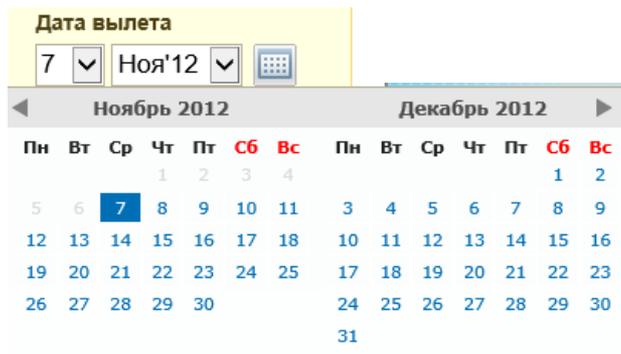
Собираем статистику сообщений об ошибках:

- 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

petrovsky@artics.ru

facebook.com/petrovsky