



travelmenu

Анализ эффективности digital-коммуникаций

Бизикин Сергей, Веб-аналитик



Бизнес-Форум TOP Marketing Management
www.MarketingOne.ru

Немного о компании Travelmenu

- Travelmenu – онлайн туристический сервис, предоставляющий возможность забронировать не только билеты и отели, но и готовые путешествия (туры)
- Наша система поиска туров - актуальный инструмент, который избавляет наших клиентов от необходимости похода по офисам туристических компаний и помогает сберечь средства и время при поиске путешествия
- Компания Travelmenu была создана в 2008 году
- В 2011 годы были привлечены инвестиции от фондов Runa Capital и Almaz Capital Russia Fund I
- На данный момент Travelmenu открыл 2 офиса – в России и Украине
- Общая численность штата 50 человек

Процесс аналитики в Travelmenu

Мы делим процесс работы на 6 основных этапов:





- Определение целей
- Построение KPI
- Сбор данных
- Анализ данных
- Тестирование
- Внедрение

Основные KPI

- CPL (cost per lead) – стоимость привлечения заказа
- CPO (cost per order) – стоимость привлечения заказа, оплаченного клиентом
- CPA (cost per action) – стоимость привлечения одной регистрации на сайте или подписки на рассылку
- ROMI (return on marketing investment) – окупаемость маркетинговых инвестиций
- Conversion rate
- Average Value – средняя стоимость заказа

Все эти показатели считаются как по всем предлагаемым нами продуктам вместе, так и по каждому в отдельности (туры, отели, авиабилеты).

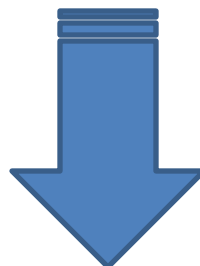
Инструментарий

- Google Analytics 
- Яндекс.Метрика 
- ClickTale 
- Google Website Optimizer 

Инструментарий

База данных

Google Analytics



Report

Мультиканальный учет конверсий и маркетинговая атрибуция

- **Last-click** – 100% эффект в конверсии принадлежит последнему источнику трафика в цепочке конверсии
- **First-click** – 100% эффект в конверсии принадлежит первому источнику трафика в цепочке конверсии
- **Linear** – эффект в конверсии распределяется между всеми рекламными источниками равномерно
- **Custom** – эффект в конверсии распределяется между рекламными источниками исходя из коэффициентов, которые подбираются самостоятельно

Мультиканальный учет конверсий и маркетинговая атрибуция



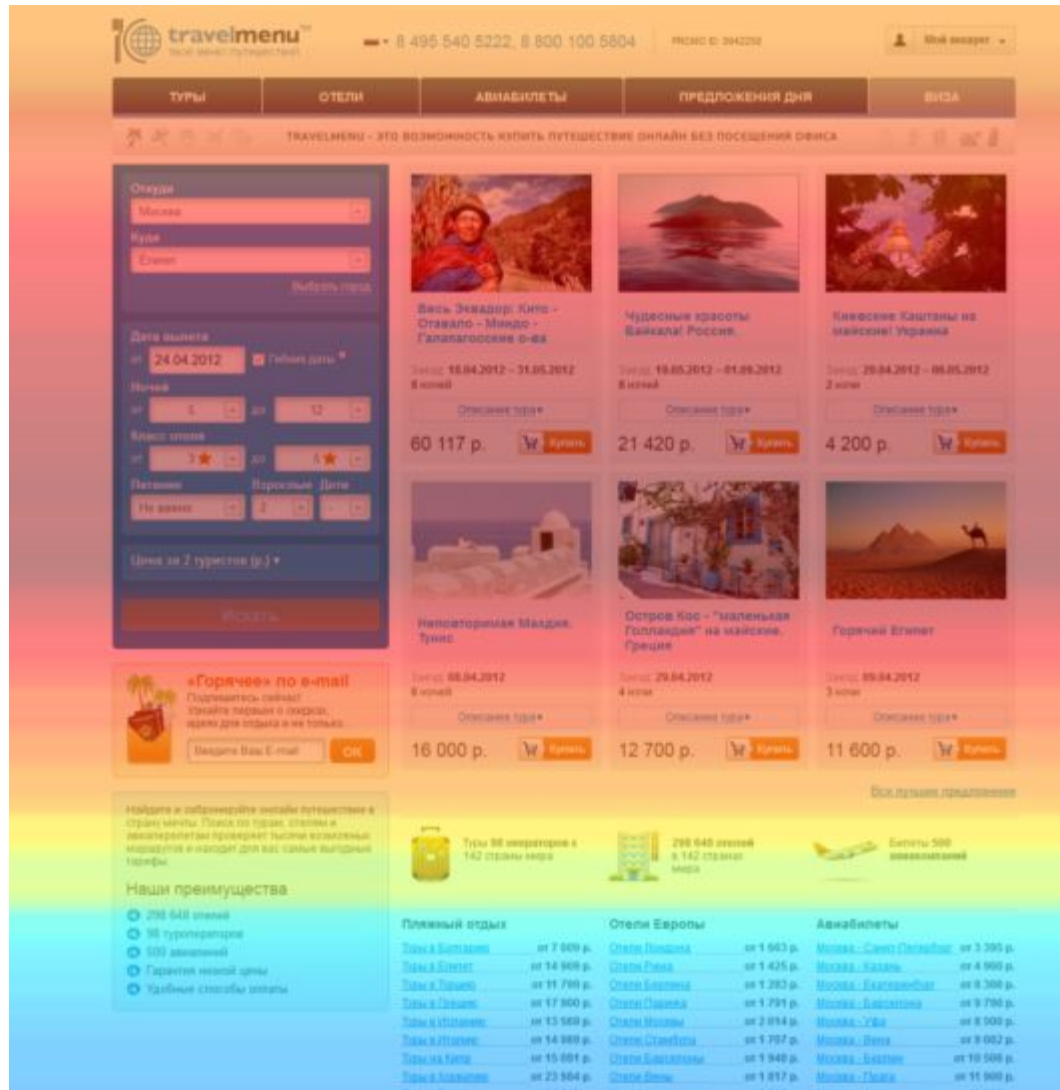
<http://www.youtube.com/watch?v=N4iSZK9cGnA>

Мультиканальный учет конверсий и маркетинговая атрибуция

Путь кампании (или "Источник/канал")



Использование тепловых карт



Спасибо за внимание!

Email: sb@travelmenu.com

Website: <http://www.travelmenu.ru/>

Facebook: <http://www.facebook.com/travelmenu>

Twitter: https://twitter.com/#!/travelmenu_ru