



**travelmenu**

## *Анализ эффективности digital-коммуникаций*

*Бизикин Сергей, Веб-аналитик*



Бизнес-Форум TOP Marketing Management  
[www.MarketingOne.ru](http://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

---

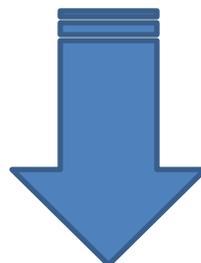
- Google Analytics 
- Яндекс.Метрика 
- ClickTale 
- Google Website Optimizer 

# 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



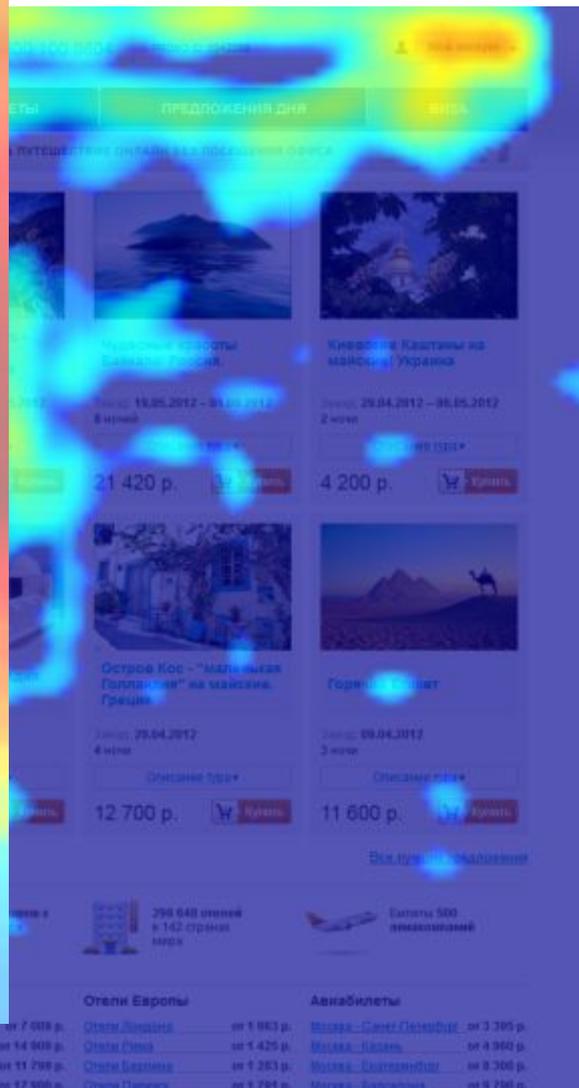
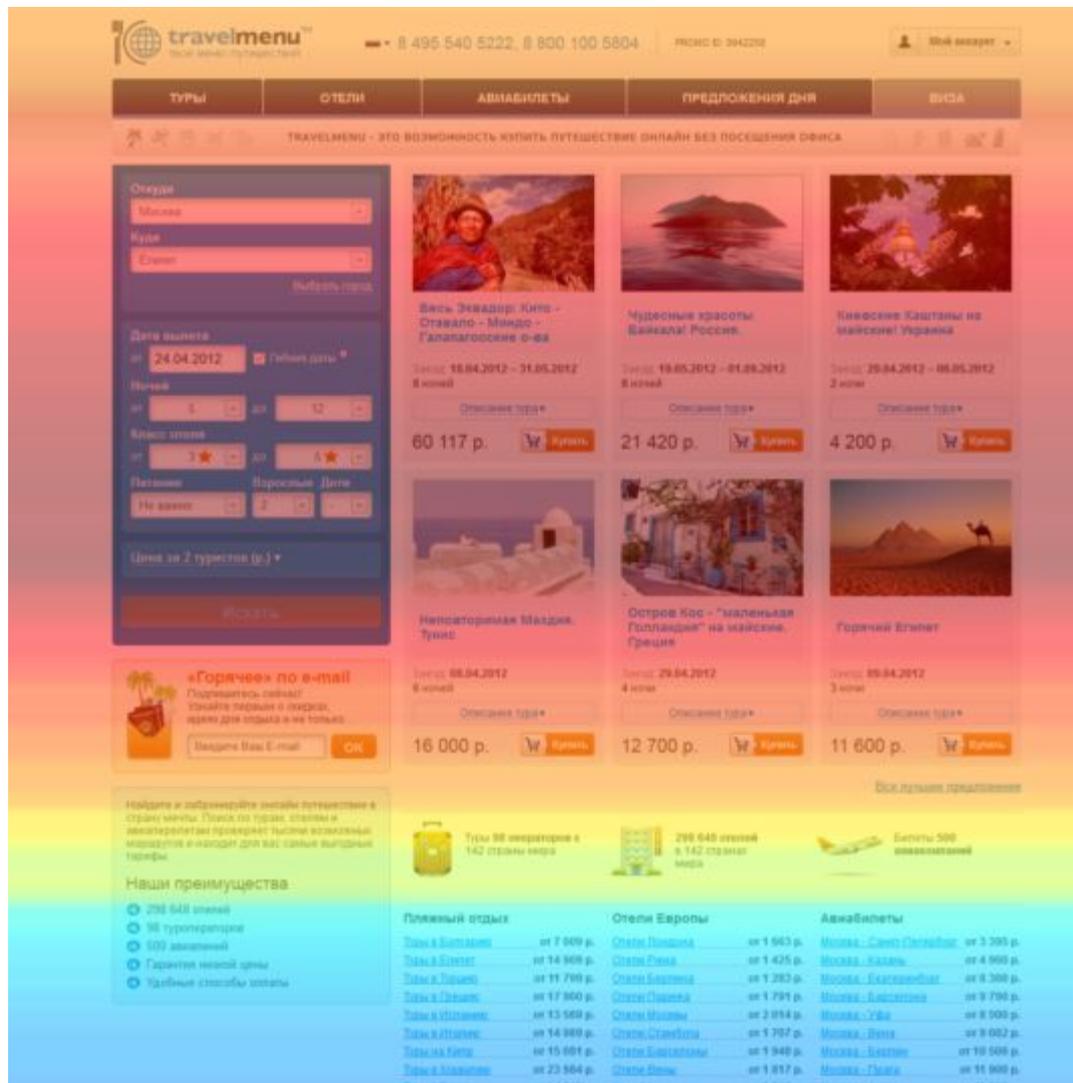
<http://www.youtube.com/watch?v=N4iSZK9cGnA>

# Мультиканальный учет конверсий и маркетинговая атрибуция

Путь кампании (или "Источник/канал")



# Использование тепловых карт



---

# Спасибо за внимание!

Email: [sb@travelmenu.com](mailto:sb@travelmenu.com)

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

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

Twitter: [https://twitter.com/#!/travelmenu\\_ru](https://twitter.com/#!/travelmenu_ru)