

Эффективные продажи туристических продуктов в Интернет

Симферополь
февраль ' 2012

Часть 1. Что такое «эффективный сайт туристической компании»?



Классификация туристических сайтов:

- Сайт по направлению / стране
- Сайт по множественным направлениям / странам
- Сайт по типу / типам туров
- Промо-сайт отдельного турпродукта / направления
- Сайт туроператора
- Туристические порталы

Основные тренды турбизнеса в Сети:

- Локализация и таргетирование аудитории
- Разработка эффективных точек входа
- Промо-сайты («ничего лишнего – только то, что Вы искали!»)
- Экспертный имидж и прозрачные преимущества
- Контактность и оперативность саппорта
- Доверительные отношения и множественные контакты

А что вообще такое «МАРКЕТИНГ»?



Википедия
Свободная энциклопедия

Главная страница
Рубрикация
Указатель А—Я
Избранные статьи
Случайная статья
Текущие события

Участие
Сообщить об ошибке
Портал сообщества
Форум
Свежие правки
Новые страницы
Справка
Пожертвования

Печать/экспорт

Инструменты

На других языках

Afrikaans
Aragonés
العربية
Azərbaycanca
Беларуская
Беларуская
(тарашкевіца)

Представиться / зарегистрироваться

Статья [Обсуждение](#)

[Чтение](#) [Правка](#) [История](#)

Поиск

Маркетинг

Материал из Википедии — свободной энциклопедии

[\[править\]](#)

Ма́ркетинг^[1] (от *англ.* *marketing* — продажа, торговля на рынке) — деятельность, направленная на рентабельную работу фирмы посредством обмена.

Содержание [\[убрать\]](#)

- Определения
- Принципы маркетинга
- Функции, понятия и цели маркетинга
- Виды маркетинга
 - В зависимости от состояния спроса на рынке
 - В зависимости от охвата рынка
- Задачи управления маркетингом
- Концепции управления маркетингом
- Система маркетинговой информации и процесс маркетинговых исследований
- См. также
 - Методы анализа (маркетинговые модели)
- Примечания
- Литература
- Ссылки

ru.wikipedia.org

Определения [\[править\]](#)

В литературе существует множество определений маркетинга:

- «Маркетинг — это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена». (Филипп Котлер)^[2]
- «Маркетинг — это социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей и желаний индивидов и групп посредством создания и предложения обладающих ценностью товаров и услуг и свободного обмена ими». (Филипп Котлер)^[3]
- «Маркетинг — это искусство и наука правильно выбирать целевой рынок, привлекать, сохранять и наращивать количество

Маркетинг

Основные концепции

[Продукт](#) • [Цена](#)
[Дистрибуция](#) • [Услуга](#) • [Результат](#)

Рекламный контент

[Реклама](#) • [Прямой маркетинг](#) • [Бренд](#) • [Персональные продажи](#)
[Продакт-плейсмент](#) • [Паблсити](#)
[Стимулирование сбыта](#) • [Секс в рекламе](#)
[Маркетинг лояльности](#) *(англ.)* • [Премии](#) *(англ.)* • [Подарочный маркетинг](#) *(англ.)*

Рекламные носители

[Печать](#) • [Публикации](#)
[Радио](#) • [Наружная реклама](#)
[Интернет-маркетинг](#) • [Точка продаж](#) *(англ.)*
[Мерчандайзинг](#)

А что вообще такое «МАРКЕТИНГ»?

- **Это вид человеческой деятельности**, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.
- **Это социальный процесс**, направленный на удовлетворение потребностей и желаний индивидов и групп посредством создания и предложения обладающих ценностью товаров и услуг и свободного обмена ими.
- **Это искусство и наука** правильно выбирать целевой рынок, привлекать, сохранять и наращивать количество потребителей посредством создания у покупателя уверенности, что он представляет собой наивысшую ценность для компании», а также «упорядоченный и целенаправленный процесс осознания проблем потребителей и регулирования рыночной деятельности».

Маркетинговые функции

формируют следующие понятия:

- **Нужда** - чувство нехватки чего-либо.
- **Потребности** - нужды, принявшие специфические формы в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида.
- **Спрос** - это потребность, подкреплённая покупательной способностью.
- **Товар** - всё, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления.
- **Обмен, сделка и рынок.**

Обмен – основное понятие маркетинга как научной дисциплины

предполагает соблюдение пяти условий:

- сторон должно быть как минимум две;
- каждая сторона должна располагать чем-то, что могло бы представлять ценность для другой стороны;
- каждая сторона должна быть способна осуществлять коммуникации и доставку своего товара;
- каждая сторона должна быть совершенно свободной в принятии или отклонении предложения другой стороны;
- **каждая сторона должна быть уверена в целесообразности или желательности иметь дело с другой стороной.**

Сделка – коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами

предполагает наличие ряда условий:

- по меньшей мере, двух ценностно-значимых объектов;
- согласованных условий её осуществления;
- согласованного времени совершения;
- согласованного места проведения.

Рынок - это совокупность существующих и потенциальных покупателей товара.

Маркетинг - не удел продавца!!!



Для построения эффективных продаж в Сети необходимо:

- **Чёткое определение своей целевой аудитории** – понимание нужд и потребностей пользователей вообще и «своих» - в частности. Как следствие – формирование устойчивого рынка для своего товара.
- **Качественное коммерческое предложение** – соответствие ожиданий пользователя тому, что он найдёт на Вашем сайте
- **Возможность оперативно найти ВСЕ обязательные условия для обмена и сделки**
- **Наличие на сайте кнопки [БАБЛО >>>](#)**

Вы думаете, что я издеваюсь?



отдых в Крыму недорого январь



Поиск

Результатов: примерно 123 000 (0,29 сек.)

Скриншот сделан 19.01.2012

Все результаты

Картинки

Карты

Видео

Новости

Ещё

Симферополь,
Крым

Изменить место

Интернет

Реклама - Почему мне показаны эти объявления?

Крым Январь - Отелей – 30, отзывов – 160 | TripAdvisor.ru

www.tripadvisor.ru

Информация об отелях в **Крым** из первых уст!

Отель Аквамарин 5* у моря | hotel.a.crimea.ua

hotel.a.crimea.ua

Встречаем Новый Год, корпоративные и детские праздники, пиротех. шоу.

Отдых В Крыму - Новый год в парк - отеле "Porto Mare".

www.hotel-portomare.com

Самая веселая программа. Все включено!

Отдых в Крыму 2012. Пансионаты и базы отдыха Крыма. Цены ...

www.kandagar.com/objects/crimea.htm

Недорогой отдых в Крыму 2012. Пансионаты и базы отдыха Крыма. Цены 2012

Реклама - Почему мне показаны эти объявления?

Гостиница Атлантика

www.hotel-atlantika.com.ua

Номера - от 150 грн

Новые конференц-залы и ресторан

Недорого Отдых В Крыму

ua.ask.com

Недорого Отдых В Крыму Здесь.
Найдите Лучшие Результаты Здесь!

Резиденция Крымский Бриз

www.crimeabreeze.com

Лучший гостиничный комплекс **Крыма!**
Самый элитный и изысканный **отдых**



PORTO MARE

тел.: +38(06560)5-79-97

 ЗАБРОНИРОВАТЬ

Уютная гавань, где Вас любят и ждут!



[Главная](#) | [О нас](#) | [Номера](#) | [Тарифы 2012](#) | [Рестораны и бары](#) | [Услуги](#) | [Контакты](#) | [Фото](#) | [Видео](#)



Living in

"Porto Mare" 3D Тур

Конкурс фотографий
ВКонтакте

Работаем круглый

Специально для Вас:



День святого Валентина

Для всех влюбленных специальное праздничное предложение в честь Дня святого Валентина. Отвлечитесь от всех забот и посвятите друг другу это замечательное время! [Подробнее...](#)

Только в
Porto Mare

Свадьба в Порто Маре



Бесплатный отдых!



Продажа
апартаментов





- ВИЛЛА ЕЛЕНА
- СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЯ
- РЕЗИДЕНЦИИ
- РЕСТОРАН
- СОБЫТИЯ
- ФОТОГАЛЕРЕЯ
- ПАРТНЁРЫ
- ТАРИФЫ
- КОНТАКТЫ
- ПРИБРЕТЕНИЕ

ПРЕЗЕНТАЦИЯ

file:///Users/sergey/Desktop/1.jpg

НА ПРОЖИВАНИЕ

КАТЕГОРИЯ НОМЕРА
SUITE CATEGORY

СТОИМОСТЬ НОМЕРА, ГРН ЗА НОЧЬ
ROOM RATE, UAH PER NIGHT

	НИЗКИЙ СЕЗОН LOW SEASON	СРЕДНИЙ СЕЗОН MIDDLE SEASON	ВЫСОКИЙ СЕЗОН HIGH SEASON
	09/01/12 - 07/03/12 11/03/12 - 27/04/12 29/10/12 - 28/12/12	07/03/12 - 11/03/12 10/05/12 - 29/06/12 24/09/12 - 29/10/12	29/12/11 - 09/01/12 27/04/12 - 10/05/12 29/06/12 - 24/09/12 28/12/12 - 10/01/13
ДЕЛЮКС /DE LUXE	2090	2970	3630
ПОЛУЛЮКС /JUNIOR SUITE	2420	3630	4950
ЛЮКС /SUITE	2970	5390	6490
АПАРТАМЕНТ /APARTMENT	4950	9790	10890
РЕЗИДЕНЦИЯ /RESIDENCE	6490	16390	21890
ПЕНТХАУС /PENTHOUSE	10890	21890	32890
ДОП. МЕСТО / EXTRA BED	550		

ON-LINE ЗВОНОК **ON-LINE** ЧАТ

В СТОИМОСТЬ НОМЕРА ВКЛЮЧЕНО:

Приоритет в резервации ресторанов

Приоритет в резервации шезлонгов у бассейна

Завтрак по меню в ресторане

Подготовленная ванна в резиденции

Индивидуальная римская парная

Персональная соляная комната

Охраняемая автостоянка и подача авто

Налоги и сборы

Выбрать валюту ▾

СОХРАНИТЬ PDF

РАСПЕЧАТАТЬ

Самостоятельный аудит веб-сайта:

- Читаем предложения...
- Ищем ответы на типовые вопросы...
- Заполняем формы и ждём ответов...

**... И ВСЁ ЭТО – КАК ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ,
А НЕ КАК ВЛАДЕЛЕЦ САЙТА... 😊**

Типовой пример маркетинга покупателя:

*«ДОМИНИКАНА - это моя мечта!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!
как только на карточке на которую мы с
моим парнем собираем деньги уже два
года!!!!!! накопится 150000 !!!!!!!!!!!!!!! мы
купим шампанское и начнём выбирать
туроператора!!!!!!»*

С одной из туристических веток женского форума



TURNЕ
www.turne.com.ua

Доминикана
Горящие туры

Курорт

Питание

Отель

цена от 622\$

Найти тур!

[Главная](#) [ТОП-туры](#) [Найти тур](#) [Страны](#) [Украина](#) [Отели](#) [Отзывы](#) [Авиабилеты](#) [Страхование](#) [Услуги для туристов](#) [Каталог турфирм](#)

[Главная](#) [TURNЕ](#) > [Поиск туров](#) > Туры в Доминиканскую республику (Доминикану)

Туры в Доминиканскую республику (Доминикану). Путевки в Доминиканскую республику (Доминикану)

Страна	Доминиканская республика (До	Выезд из	не важно	Оператор	любой
Курорт	любой	Длительность (ночи):	6-8	Расширенный поиск тура	
Отель	любой	Дата выезда (±4 дня):	23.01.2012	Запрос на подбор тура	
Категория отеля	любая	Цена за тур: \$	от <input type="text"/> до <input type="text"/>		
Питание	не важно	<input type="checkbox"/> Только горящие туры			<input type="button" value="Найти тур!"/>

Отдых в Доминиканской республике (в Доминикане): [Бока Чика](#) [Ла Романа](#) [Пунта Кана](#) [Пуэрто Плата](#) [Самана](#) [Хуан Долио](#)

1 2 3 4 5 6 7 [Следующая >>](#)

Фото	Отель / Курорт / Страна	Питание	Дата выезда	Выезд из/ Транспорт	Цена за 1 человека в ночах	
	Amhsa Marina Casa Marina Reef 3* Пуэрто Плата Доминиканская республика (Доминикана)	All inc	20/01, 21/01, 22/01, ...	Киев	6 нч. от \$416 7 нч. от \$480 8 нч. от \$543 все цены	подробнее
	Grand Palladium Bavaro Resort, SPA & Casino 5* Пунта Кана Доминиканская республика (Доминикана)	All inc	20/01, 21/01, 22/01, ...	Киев	6 нч. от \$438 7 нч. от \$505 8 нч. от \$572 все цены	подробнее
					6 нч. от \$532	

А потом, мечтая о романтическом номере, она идёт на страничку отеля, и видит вот это:

Цена за тур:

\$960 

Запросить информацию о туре

Заказать тур on-line

К
Р
О
Л

Отель Amhsa Marina Casa Marina Reef 3* цены

	20.01.2012	21.01.2012	22.01.2012
DBL Superior Room	<u>\$960</u>	<u>\$960</u>	<u>\$960</u>
SGL Superior Room	<u>\$648</u>	<u>\$648</u>	<u>\$648</u>
3AD Superior Room	<u>\$1355</u>	<u>\$1355</u>	<u>\$1355</u>

А потом она получит вот такие варианты перелёта на e-mail...

Z6 028 Днепрavia

03NOV Симферополь Киев 1810

1940

PS 701 МАУ

04NOV Киев

Париж

0630

0855

AF3540 Эйр Франс

04NOV Париж Пунта

Кана 1400 1810

AF3543 Эйр Франс

11NOV Пунта Кана

Париж

2105 1015+1

PS9282 МАУ

12NOV Париж

Киев

1235 1640 Симферополь 2105

2230

Маркетинговая стратегия в Интернет: С ЧЕГО И КАК НАЧАТЬ?

Определяем товар и условия сделки:

- Где мы и какие мы?
- Для кого мы и кто для нас?
- В чём наши преимущества?
- В чём наши недостатки?
- Кто за нас и кто против нас?
- Сколько рынка нам надо?
- Почём мы?
- Готовы к сделке?

Структурируем информацию в рамках первого экрана!

Структурируем информацию в рамках первого экрана!

ОЧЕНЬ ХОРОШЕЕ МЕСТО ДЛЯ ЛОГО	ОЧЕНЬ ХОРОШЕЕ МЕСТО ДЛЯ БАННЕРОВ, СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЙ И ГЛАВНОГО МЕНЮ	ОЧЕНЬ ХОРОШЕЕ МЕСТО ДЛЯ КОНТАКТОВ
ОЧЕНЬ ХОРОШЕЕ МЕСТО ДЛЯ ГРАФИКИ	ОЧЕНЬ ХОРОШЕЕ МЕСТО ДЛЯ САМЫХ ГЛАВНЫХ ТЕЗИСОВ КОМПРЕДЛОЖЕНИЯ	<u>САМОЕ КЛИКАБЕЛЬНОЕ МЕСТО НА САЙТЕ</u>
ПОДХОДЯЩЕЕ МЕСТО ДЛЯ ВСПОМОГАТЕЛЬНЫХ ССЫЛОК ПО ДАННОМУ КОМПРЕДЛОЖЕНИЮ И ВОООЩЕ	... И СНОВА КНОПКА <u>«БАБЛО»</u>	ПОДХОДЯЩЕЕ МЕСТО ДЛЯ ВСПОМОГАТЕЛЬНЫХ ССЫЛОК ПО ДАННОМУ КОМПРЕДЛОЖЕНИЮ И ВОООЩЕ

Как структурировать информацию на своём сайте?

«Путь пользователя от шапки сайта до кнопки **БАБЛО** должен быть совершенно прозрачен. Если Вы его не видите – пользователь точно его не найдёт!»

© Дмитрий Кот

Заказать сейчас!!!

Как структурировать информацию на своём сайте?

«Пользователи ищут не цитаты из Ваших служебных документов, а решение собственных задач»

© Андрей Иванов

Отставить кашу!!!

Как структурировать информацию на своём сайте?

«Пользователь прочитывает не более 28% текста, чтобы принять решение о целевом действии»

© Джекоб Нилсен

Забывать про «глянец»

Как структурировать информацию на своём сайте?

Использовать заголовки

Не лениться разбивать текст на удобочитаемые абзацы, желательно – не более 10-12 строк

Использовать подзаголовки

- Обязательно использовать списки
- Выделять **жирным шрифтом** самые важные пункты
- Пореже использовать в качестве ссылок [туда](#) и [здесь](#)
- Помнить, что текст с графикой/видео воспринимается легче и благосклоннее

Как структурировать информацию на своём сайте?

- Помнить, что **лучшая поисковая оптимизация – это уникальный адресный контент + внутренняя «перелинковка» сайта с использованием **ключевых слов** адресной страницы [в тексте ссылки](#)**
- Помнить, что пользователи любят читать жизнеутверждающие, позитивные, грамотные, небольшие тексты на СВОЁМ языке :)

Как писать коммерческое предложение в Сети?

Общее правило №1.

Всегда отвечать на вопросы:

- **Что?**
- **Где?**
- **Когда?**
- **Для кого?**
- **Как купить?**
- **В чем преимущества?**

Вопросы «туристического характера»:

- Куда я поеду?
- Где я буду жить?
- Что и где я буду есть?
- Чем я там буду заниматься?
- Как я туда-обратно доберусь?
- Что я буду делать, если вдруг станет скучно?
- Сколько денег?

Второй блок «туристических вопросов»:

- А я точно хорошо отдохну? – пример «**порто маре отзывы**»
- А кто будет решать проблемы, если что? – пример «**отдых в крыму без посредников**»
- А как бы так поменьше заморачиваться? – пример «**отдых в крыму все включено**»
- А чтоб вообще не заморачиваться? – пример «**туроператоры крым**»
- Почему именно Вы?
- Какие гарантии?
- Ну, подтолкните же меня к решению?!

**В чём сходства и
различия рекламы и
продаж
в оффлайне и
онлайне?**

Стандарты «сетевой обратной»:

- Оперативный и компетентный ответ
- Объёмность ответа должна соотноситься с объёмностью запроса не более, чем 3:1 (и не менее, чем 1:1)
- Мотивирующий к рассмотрению список ответов на потенциальные вопросы
- Никакого форматирования в случае отсутствия уверенности в его отображении
- Никаких приложений более 1 МБ в первом ответе
- Чёткие данные отправителя / контактного лица

Нам обещали кофе-брейк... 😊



Часть 2. Эффективные точки входа: что это такое и как работает?



Ключевые критерии:

- Ощущение результативного маркетинга у покупателя
- Получение ответов на ВСЕ вопросы о продукте / сделке не более, чем в один клик понятного / заметного пользователю направления
- Предоставление пользователю максимально возможного для Вас комплекта способов обратной связи

А есть ли рынок?

Яндекс

Ключевые слова:

Регионы

[Уточнить регион...](#)

Шкала графика:

[Статистика посещений](#)

статистика ключевых слов

[по словам](#) [по регионам](#) [на карте](#) [по месяцам](#) [по неделям](#)

туры

Россия, СНГ (исключая Россию), Европа, Азия, Африка, Северная Америка, Южная Америка, Австралия и Океания

абсолютная относительная

Показов за последние 30 дней: 3176901, за период: 85882375

● Количество : 85 882 375

Янв 2010 - Дек 2011



Произвольный период: -

Периоды:

wordstat.yandex.ru –
лучший помощник стратега 😊

Сезонные запросы: между пиком и спадом разница почти в 4 раза...

Яндекс

Ключевые слова:

Регионы

[Уточнить регион...](#)

Шкала графика:

[Статистика посещений](#)

статистика ключевых слов

[по словам](#) [по регионам](#) [на карте](#) [по месяцам](#) [по неделям](#)

отдых

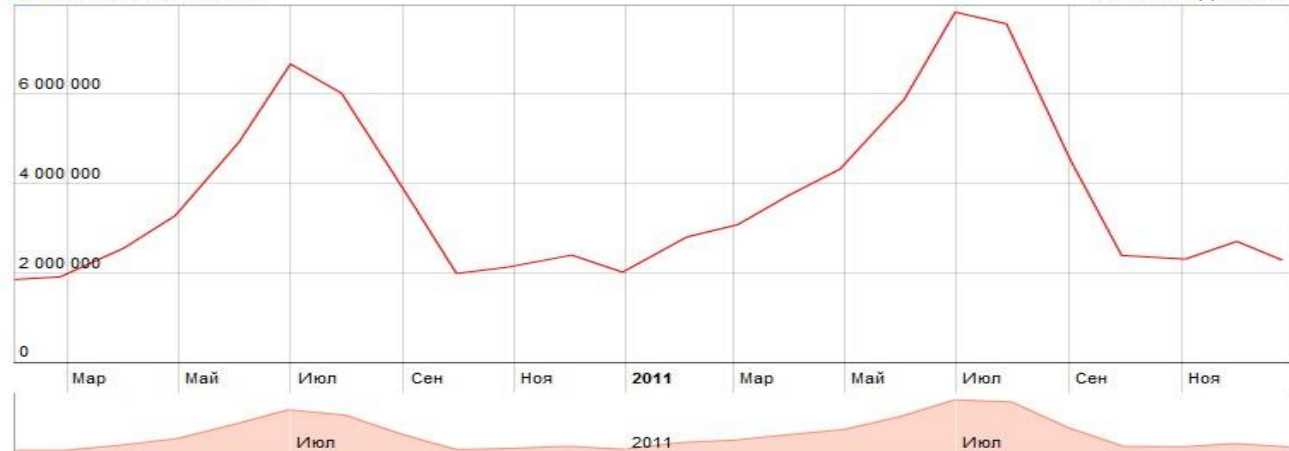
Россия, СНГ (исключая Россию), Европа, Азия, Африка, Северная Америка, Южная Америка, Австралия и Океания

абсолютная относительная

Показов за последние 30 дней: 2475404, за период: 89007671

● Количество : 89 007 671

Янв 2010 - Дек 2011



Произвольный период: -

Периоды:

Сезонные запросы по общему направлению: между пиком и спадом разница почти в 7 раз...

Яндекс

[Статистика посещений](#)

статистика ключевых слов

[по словам](#) [по регионам](#) [на карте](#) [по месяцам](#) [по неделям](#)

Ключевые слова:

отдых в крыму

Регионы

Россия, СНГ (исключая Россию), Европа, Азия, Африка, Северная Америка, Южная Америка, Австралия и Океания

[Уточнить регион...](#)

Показать

Шкала графика:

[абсолютная](#) [относительная](#)

Показов за последние 30 дней: 64830, за период: 4401668

● Количество : 4 401 668

Янв 2010 - Дек 2011



Произвольный период: 2010-01-31 - 2011-12-31

Периоды: 1М 3М 6М 1Г Все

Сезонные запросы по уточнённому направлению: между пиком и спадом разница почти в 12 раз...

Яндекс

[Статистика посещений](#)

статистика ключевых слов

[по словам](#) [по регионам](#) [на карте](#) [по месяцам](#) [по неделям](#)

Ключевые слова:

Регионы

[Уточнить регион...](#)

отдых в феодосии

Россия, СНГ (исключая Россию), Европа, Азия, Африка, Северная Америка, Южная Америка, Австралия и Океания

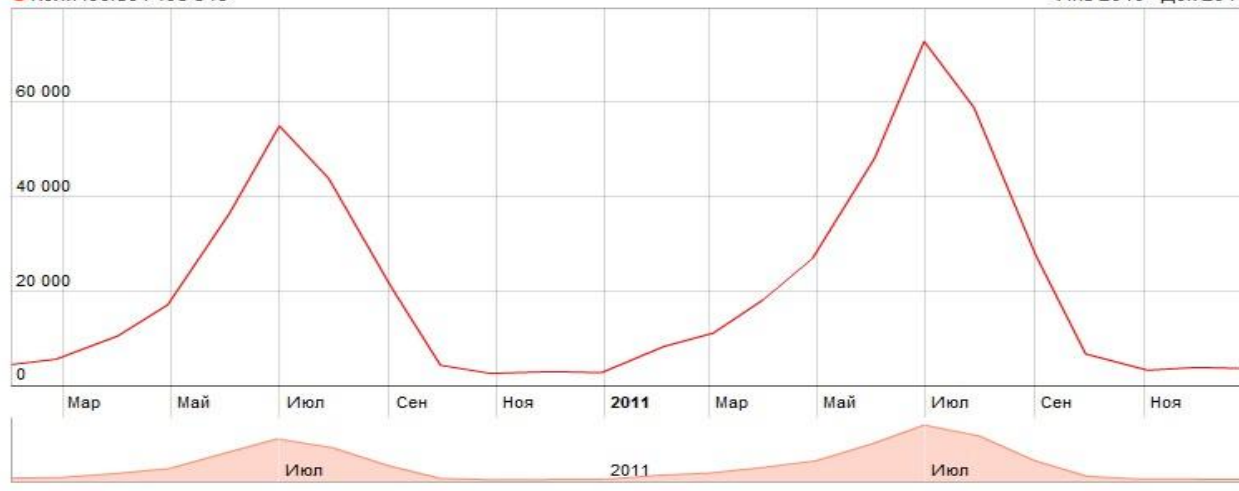
Шкала графика:

абсолютная относительная

Показов за последние 30 дней: 6191, за период: 495348

● Количество : 495 348

Янв 2010 - Дек 2011



Логика пользователя 😊

А Вы знаете, в чём
отличия между
отелем и
гостиницей?

Не верите, да?

Май – 2011, данные Яндекс.Вордстат:

- **отели с бассейном – 6065;**
- **гостиницы с бассейном – 3637;**
- **отели недорого – 14183;**
- **гостиницы недорого – 36518...**

А ещё:

- Самая высокая конверсия – с самых низкочастотных запросов
- Запросы, не существовавшие вчера, существуют сегодня
- Не всегда спрос рождает предложение – иногда наоборот 😊

Цели медийной рекламы:

- Информирование максимально широкой аудитории
- Популяризация продуктов с низким спросом
- Узнавание бренда или продукта
- Формирование (или реформирование) рынка

Цели контекстной рекламы:

- Информирование чётко таргетированной целевой аудитории
- Привлечение внимания к целевому предложению
- Фактические продажи в рамках существующего рынка

А давайте на «живом примере»?

The image shows a screenshot of the website for "Ялта-Турист" (Yalta-Tourist), a Crimean tour operator. The website has a light green header with navigation links: "О компании", "Акции", "Экскурсии", "Трансфер", "Агентствам", "Частным лицам", "Контакты", and "Справка". Below the header are promotional links for "НОВЫЙ ГОД 2012", "Большая Алушта", "Западный Крым", "Восточный Крым", "Отдых для детей", and "Южный берег". A central blue sign with white text and arrows points to three categories: "ОТДЫХ В ЯЛТЕ" (Up arrow), "ЮЖНЫЙ БЕРЕГ" (Left arrow), and "ОТДЫХ В КРЫМУ" (Right arrow). Below the sign, the website shows search filters: "Всего объектов в базе: 69" and "Фильтровать результаты". A search bar contains the text "поиск по сайту" and a "Найти" button. At the bottom, there are two listings for "Пансионат «Парковый»" and "Hostel «Парковый»", each with a photo, a "Закреть" button, and a 5-star rating. On the right, there is a section for "Ассоциации" with a logo for "Ката" (Cata).

Ялта-Турист
крымский туроператор

О компании Акции Экскурсии Трансфер Агентствам Частным лицам Контакты Справка

НОВЫЙ ГОД 2012 Большая Алушта Западный Крым Восточный Крым Отдых для детей Южный берег

Весь сайт

↑ ОТДЫХ В ЯЛТЕ

← ЮЖНЫЙ БЕРЕГ

→ ОТДЫХ В КРЫМУ

Всего объектов в базе: 69 Фильтровать результаты

поиск по сайту Найти

Пансионат «Парковый»

Hostel «Парковый»

Ассоциации

Ката

А давайте на «живом примере»?

Yalta-Tourist крымский туроператор

О компании | Акции | Экскурсии | Трансфер | Агентствам | Частным лицам | Контакты | Справка

Весь сайт | Главная | **НОВЫЙ ГОД 2012** | Большая Алушта | Западный Крым | Восточный Крым | Отдых для детей | Южный берег

отдых с детьми в ялте

Пансионат «Перлина»
от 165 грн.

Туристский приют «Сельское подворье»

Ассоциации

Yalta-Tourist крымский туроператор

О компании | Акции | Экскурсии | Трансфер | Агентствам | Частным лицам | Контакты | Справка

Весь сайт | Главная | **НОВЫЙ ГОД 2012** | Большая Алушта | Западный Крым | Восточный Крым | Отдых для детей | Южный берег

Извините, нет записей, удовлетворяющих вашим условиям.

Основные «ошибки ввода»:

- Адресация продающих низкочастотных запросов к обобщённой главной странице
- Непрозрачная навигация к продающей странице
- Наличие в зоне прямой видимости устаревших коммерческих предложений
- Наличие на сайте неработающего функционала
- Отсутствие кнопки [«БАБЛО»](#)

1 страница = 1 запрос = 1 компредложение!

- **Избегайте перенасыщения** текста различными ключевыми словосочетаниями – да и одним не злоупотребляйте :)
- Делайте ставку **на низкочастотные запросы**
- **Запрос должен содержаться** в заголовке / тексте страницы / подзаголовках / названии иллюстрации / ссылках на эту страницу с других страниц сайта

Как создать качественный контент для «точки входа»?

- Ставьте себя на место читателя
- Ставьте себя на место «искателя»
- Ставьте себя на место покупателя

... и пишите правду 😊

Как создать качественный контент для «точки входа»?

Всегда пишите адресно и персонально:

- **Только сегодня и только для Вас!**

Всегда пишите увлекательно и прогнозируя возможные вопросы пользователя:

- **Вы хотели спросить...? Отвечаем...**

Как узнать подробнее?

Основы веб-аналитики: что и как анализируем?

Показатели сайта	Что анализировать?
Общее количество трафика	Абсолютно ничего не значит, если цель – фактические продажи
Доля целевого трафика	Если меньше 70% - значит, с продвижением «что-то не так»
Процент отказов	Если больше 50% - значит, с первым экраном «что-то не так»
Процент конверсии (обращений)	Если меньше 1% при среднем КП – значит с навигацией и контактами «что-то не так»
Процент фактических заказов	Если меньше 30% от конверсии при среднем КП – значит, с обработкой отклика «что-то не так»

Нам снова обещали кофе ;)



Часть 3. Репутация туристической компании в Сети Интернет



Магическое слово «ОТЗЫВЫ»

Яндекс
Нашлось
9 млн ответов

Поиск [Почта](#) [Карты](#) [Маркет](#) [Новости](#) [Словари](#) [Блоги](#) [Видео](#) [Картинки](#) [ещё](#)

отели крымa отзывы

Найти

в найденном только на украинских сайтах
 в Симферополе

[расширенный поиск](#)



Отели Крыма | Отзывы и рассказы об отелях Крыма - ТурПравда.ua

Благодарим Вас за **отзывы** и приглашаем в гости в "Мар Ле Мар Клуб" **Отели Крыма** » Песчаное » Mar Le Mar Club (Комментарии: 6)
[turpravda.ua](#) > **Крым** [копия](#) [ещё](#)



Крым 2012 -... Крыму, цены на туры в Крым, отзывы туристов об отелях...

Отели Крыма глазами туристов: **отзывы**, фото и видео. ... На **Крымском** полуострове можно посетить бывшие царские имения семьи Романовых — Ливадию, Массандру, Юсуповский дворец, дворец графа...
[ayda.ru](#) > **Крым** [копия](#) [ещё](#)



Крым: Отзывы об отеле Крым (Украина, Партенит)

Отзывы туристов и профессионалов турбизнеса об **отеле Крым** (). ... **Отзывы об отеле Крым**. С помощью нашего портала Вы сможете организовать для себя незабываемое путешествие в **отель Крым**.
[reviews.turme.com.ua](#) > [ukraine/partenit/krym/all](#) **Киев** [копия](#) [ещё](#)



Отели Крыма - ОТЗЫВ.RU

ОТЗЫВ.RU » Туризм » Каталог **отелей** » **Отели Крыма**. ... Несмотря на свои довольно скромные размеры, **Крымский** полуостров не может похвастаться единым климатом на всей территории.
[uch.otzyv.ru](#) [копия](#) [ещё](#)



... и отели Крыма 2011. Цены на частные мини отели Крыма. Отзывы...

Ссылки. **Отели Крыма** 2011. Севастопольский регион. Название. Цена. Примечание. **Отель "Аквамарин"**, г. Севастополь. от 350 грн. с чел.
[vatlantic.com.ua](#) > [chastnye...oteli-kryma.html](#) **Севастополь** [копия](#) [ещё](#)

Крым | отзывы | гостиницы и отели | крымские зори

Гостиницы и **отели Крыма** Алушты Ялты, частные гостиницы и **отели в Крыму**. ... Пансионат **Крымские зори** в Алуште // **Отзывы**. Михаил 20.02.2006. Отличный санаторий, симпатичный номера у вас, ждите...
[crimea-hotels.com.ua](#) > [zori-otzvvv/](#) **Симферополь** [копия](#) [ещё](#)

[Яндекс Директ](#)

Список эконом отелей Крым

Выберите один из **отелей в Крыму**.
Забронируй онлайн быстро и надежно!
[tripadvisor.ru](#)

English. Для туризма. No problem!

Комплекс мультимедиа тренингов на ПК.
Активное запоминание слов и фраз.New!
[nezubrilkin.info](#)

Рейтинг отелей в Крыму

Крым: ялтинский **отель** Palmira Palace признан победителем... Подробнее
[travel.ru](#)

Отели. Поиск, бронирование

Бронирование номеров во всех **отелях** мира. Удобный и быстрый поиск.
[b2b-transport.ru](#)

Под ред. Карпушевский Б

Лучшие здравницы и **отели Крыма**.
Справочник курортов **Крыма**...., 76 грн., на заказ
☞ **Адрес и телефон** [setbook.com.ua](#)
Украина

[Все объявления](#)

[Разместить объявление по запросу «отель крымa отзывы»](#) — 86 запросов в месяц

Об управлении репутацией в Сети

Что должно быть обязательно:

- **ОТЗЫВЫ И УПОМИНАНИЯ**
- **«собственные» ветки и официальные аккаунты**
- **не менее 5% отзывов «эта контора– полное Г****»**
- **не более 10% отзывов «супер!!! Всё понравилось!»**
- **системное оперативное реагирование на отзывы о Вас и вопросы к Вам**
- **постоянное экспертное участие в смежных темах**

Об управлении репутацией в Сети

Чего не должно быть ни в коем случае:

- **полного отсутствия отзывов и упоминаний**
- **адекватных и подробных отзывов, оставшихся без Вашей обратной связи**
- **«паливного вымогательства» отзывов или оценок**
- **перебранок с недовольными клиентами и агрессивных официальных ответов**
- **предоставления заведомо ложной информации**
- **избыточной саморекламы во всех проявлениях**

Чего хотят потенциальные клиенты?

Поиск [Почта](#) [Карты](#) [Маркет](#) [Новости](#) [Словари](#) [Блоги](#) [Видео](#) [Картинки](#) [ещё](#)







Яндекс
Нашёлся
1 млн ответов

детская анимация крым

в найденном в Москве

расширенный поиск

Найти

- 1**  [Детская анимация в отелях Крыма](#)
Добрый день! Может быть, кто-нибудь подскажет, в каких отелях в **Крыму** существует **детская анимация**? Пока нашел только Порто Маре в Алуште и Бомбей в Береговом. Но наверняка же есть еще?
[four.otzyv.ru > read.php?id=178169](#) [копия](#) [ещё](#)
- 2**  [Анимация в отелях Крыма, цена, купить Симферополь — Prom.ua](#)
...Услуги > Услуги по организации праздников > Услуги по организации **детских** праздников > **Анимация** в отелях **Крыма**. ... Нашими творческими партнерами являются **Крымский** Университет культуры...
[Spinea.prom.ua > p1558090-animatsiya-v...kryma.html](#) Симферополь [копия](#) [ещё](#)
- 3**  [Анимация пансионата Азовский, Крым 2009 - фотогалерея](#)
Отдых в 2012 г. **Детский** аквапарк. ... [Azovsky.ru](#) – Отдых в **Крыму** / Фотогалерея / Программы **анимации**.
[azovsky.ru > Фотогалерея > Анимация](#) [копия](#) [ещё](#)
- 4**  [Детская анимация / Сервис / Palmira Palace](#)
Круглый год дружная команда **анимации** курорта Palmira Palace дарит ... Автор лучшей публикации о выставке «**Крым** - круглый год!» отправится отдыхать на курорт Palmira Palace.
[palmira-palace.com > ru/services/children-...](#) Ялта [копия](#) [ещё](#)
- 5**  [Анимация, игровая комната и детская площадка](#)
Наш адрес: 98431, АР **Крым**, Бахчисарайский район, с. Песчаное, ул. Набережная, 11-В.
[marlemarclub.com.ua > ru/club/infrastructure/...](#) Симферополь [копия](#) [ещё](#)
- 6**  [Анимация, проведение коллективных программ досуга в отеле...](#)
читать полностью. Мы рекомендуем. Отдых в **Крыму**. **Анимация**. ... Причем **детская** и взрослая **анимация** отдельные, что позволяет прекрасно повеселиться и детям, и их родителям.
[atelica-tavrida.ru > animaciya/](#) Симферополь [копия](#) [ещё](#)

[Разместить объявление по запросу «детская анимация ...»](#)

[«детская анимация ...» в картинках](#)



[Все картинки](#)

Чего хотят потенциальные клиенты?

Яндекс

[Статистика посещений](#)

статистика ключевых слов

[по словам](#) [по регионам](#) [на карте](#) [по месяцам](#) [по неделям](#)

Ключевые слова:

Регионы

[Уточнить регион...](#)

детская анимация крым

Россия, СНГ (исключая Россию), Европа, Азия, Африка, Северная Америка, Южная Америка, Австралия и Океания

Показать

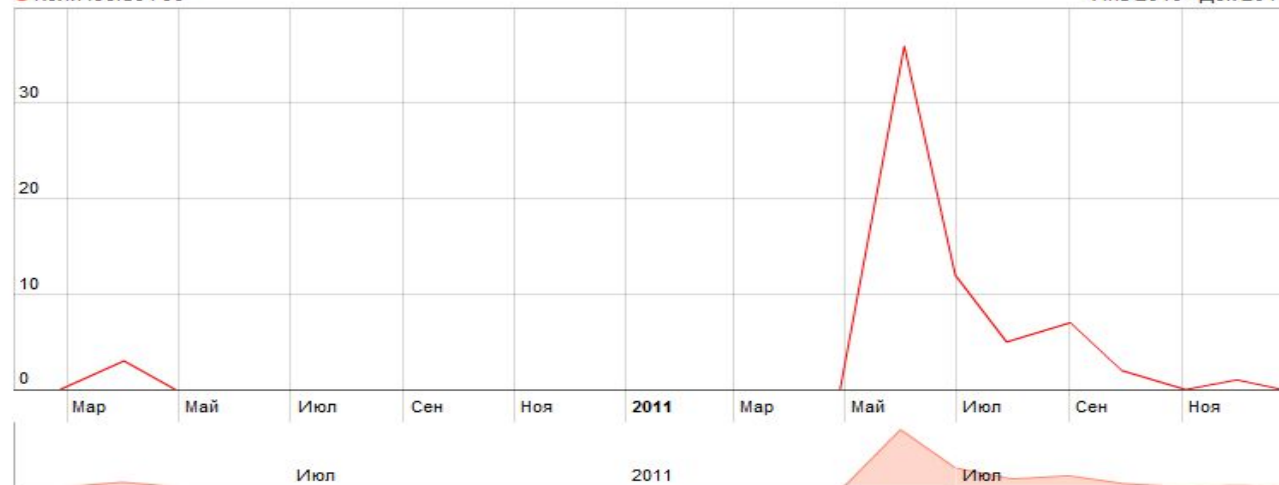
Шкала графика:

[абсолютная](#) [относительная](#)

Показов за последние 30 дней: 0, за период: 66

● Количество : 66

Янв 2010 - Дек 2011



Произвольный период: 2010-01-31 - 2011-12-31

Периоды: 1М 3М 6М 1Г **Всё**

Олег [аноним] [22.12.11 09:58:28] IP: 109.127.177.*

Добрый день! Может быть, кто-нибудь подскажет, в каких отелях в Крыму существует детская анимация? Пока нашел только Порто Маре в Алуште и Бомбей в Береговом. Но наверняка же есть еще? Заранее спасибо.

Разделы: Крым

[Управление подпиской](#)

[Пожаловаться модератору](#)

alexcrimea [22.12.11 12:38:18]

По запросу в гугле сразу выпало: Порто Маре, санаторий Черноморец, Бомбей, Мар ле Мар, база отдыха Волна и далее по списку...Почитайте отзывы об этих отелях, анимация везде разная!

[Пожаловаться модератору](#)

Yllek [22.12.11 18:16:13]

Знаю точно, что есть в Респект Холле и Пальмире Палас.

[Пожаловаться модератору](#)

Менеджер Ольга [26.12.11 23:48:55]

Олег, без лишней скромности: в организации детской анимации мы лидеры в Крыму.

[Пожаловаться модератору](#)

LynaLyna [27.12.11 00:28:38]

Yllek , а расскажите, плиз, подробнее про Респект и Пальмиру.
Спасибо.

[Пожаловаться модератору](#)

Чего хотят потенциальные клиенты?

НАШ СУБЪЕКТИВНЫЙ ВЗГЛЯД НА MAR LE MAR

Общая оценка: **+3**


Ваша оценка отзыва: **1**

Автор:  [ivopros](#)





Время поездки: 17 — 27 августа 2011

Написано: 30 августа 2011

Оценка отеля:

8.0 
из 10

Оценки отеля по критериям:

Номера:	8.0		Питание:	8.0	
Сервис:	8.0		Инфраструктура:	8.0	
Чистота:	8.0				

Кому автор советует отель: семьи с детьми

Отдых в клубе Mar Le Mar выбрали по интернету. Искали спокойный тихий отдых. Главным критерием выбора были: приличные номера, собственный пляж, бассейн, стоянка для автомобиля. Просмотрели много вариантов, даже забронировали несколько. Прочитав множество всяких отзывов, перевесил Mar Le Mar: практически отсутствовали плохие отзывы, понравился сайт, подкупило еще то, что отель совсем новый, сотрудники клуба "вживую" общаются(!): отслеживают и реагируют на все отзывы в интернете и на сайте

Чего хотят потенциальные клиенты?

[LynaLyna](#) [19.12.11 14:48:02]

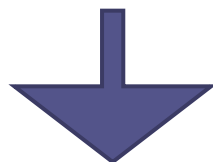
Кто отдыхал в этом отеле.

Напишите, пожалуйста, ваши впечатления.

На первый взгляд, оч даже и оч.

Цена для 3-х разовой "шведки", собственный пляж, бассейн, стоянка и т.д.

Интересует все - питание, сервис, пляж, номерной фонд - ну, все - для отдыха)).



[LynaLyna](#) [17.01.12 13:17:40]

Хорошо у вас работает служба бронирования.

Сделала бронь, через 1 час получила счет.

Сегодня оплатила, буду ждать подтверждения (по почте)

Отдельно спасибо Вашему представительству в Москве - девушка Оксана - оч подробно и тактично отвечала на мои все "стопитьсят" вопросов))).

Т.к. мы едем к вам надолго, хотела узнать все и только правду))).

И еще, я забронировала конкретный номер - я правильно поняла, что именно он у нас и будет?

Спасибо.

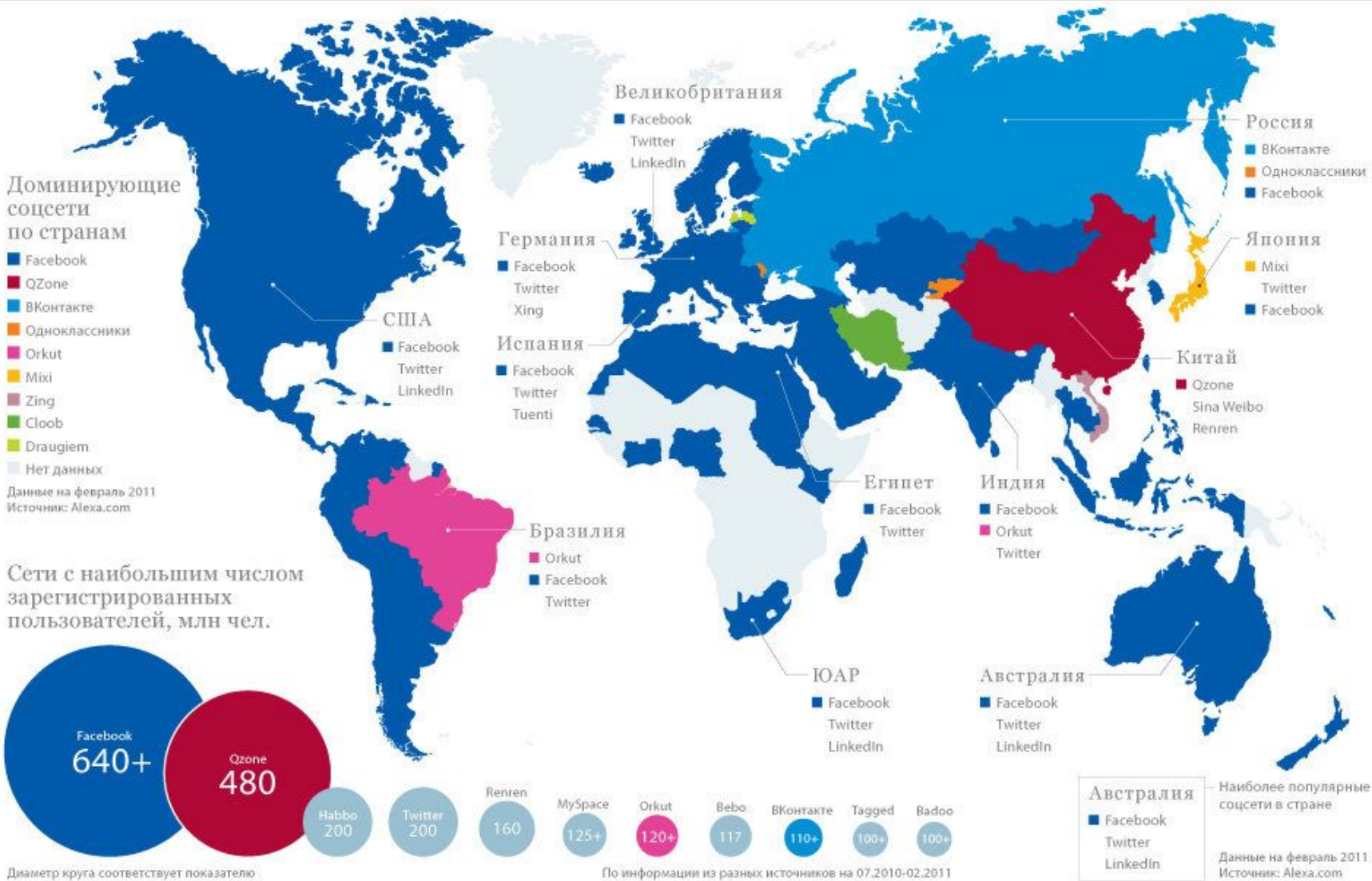
[Пожаловаться модератору](#)

Постановка целей присутствия в Интернет

Цели должны быть:

- обоснованными и достижимыми
- соотносимыми с текущими возможностями
- простыми и понятными
- имеющими количественные и качественные показатели (глобальные и промежуточные)
- «привязанными» к результату – т.е. к денежкам 😊

Распространение социальных сетей в мире



Присутствие малого бизнеса в социальных сетях

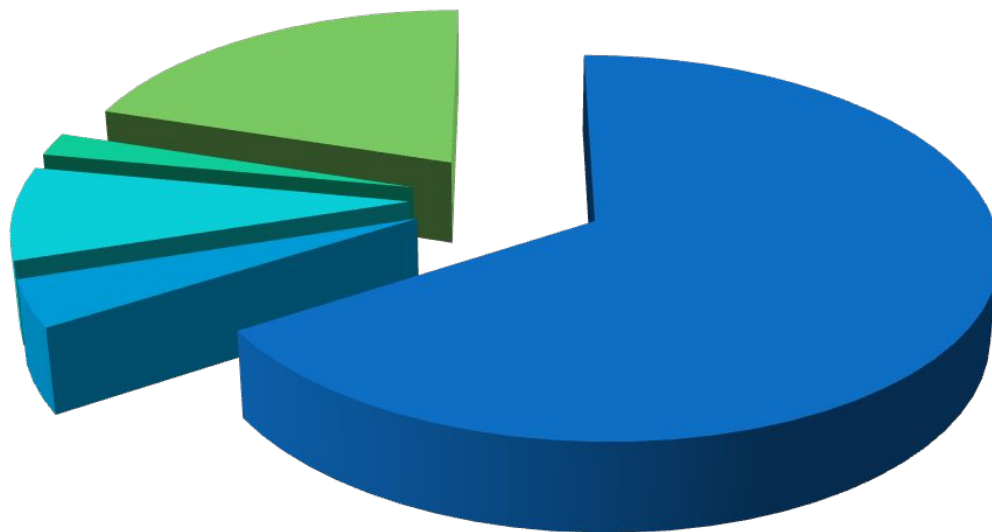
У «них»:
Висконсин-2011,
Порядка 4 000 респондентов



- Нет аккаунтов в социальных сетях
- Есть официальный аккаунт в одной социальной сети
- Есть официальные аккаунты более, чем в одной социальной сети
- Есть официальные и технические аккаунты в социальных сетях
- Для позиционирования бизнеса используется личный аккаунт

Присутствие малого бизнеса в социальных сетях

У «нас»:
Москва-2011,
порядка 2 000 респондентов



- Нет аккаунтов в социальных сетях
- Есть официальный аккаунт в одной социальной сети
- Есть официальные аккаунты более, чем в одной социальной сети
- Есть официальные и технические аккаунты в социальных сетях
- Для позиционирования бизнеса используется личный аккаунт

«... И я понял(а), что это работает!»



■ Подбор персонала

■ Привлечение новых клиентов

■ Повышение лояльности существующих клиентов

■ Оперативное консультирование (саппорт)

■ Повышение узнаваемости бренда

■ Другие причины

6 главных мифов о соцсетях?

- «Сейчас вообще все сидят в социальных сетях!»
- «Мы не справимся сами без помощи экспертов!»
- «На это надо тратить много часов каждый день!»
- «Социальные медиа могут заменить сайт отеля!»
- «Отдачу от соцсетей невозможно измерить!»
- «Оттуда будет много трафика на наш сайт!»

Формулируем цели присутствия:

- Подбор персонала
- Привлечение новых клиентов
- Повышение лояльности существующих клиентов
- Оперативное консультирование
- Повышение узнаваемости бренда

- **Управление репутацией**
- **Повышение посещаемости сайта**

Кредит доверия...

Доверяют мнению своих онлайн-друзей больше, чем официальным источникам:

- в США – 78 % пользователей
- в России – 32 % пользователей

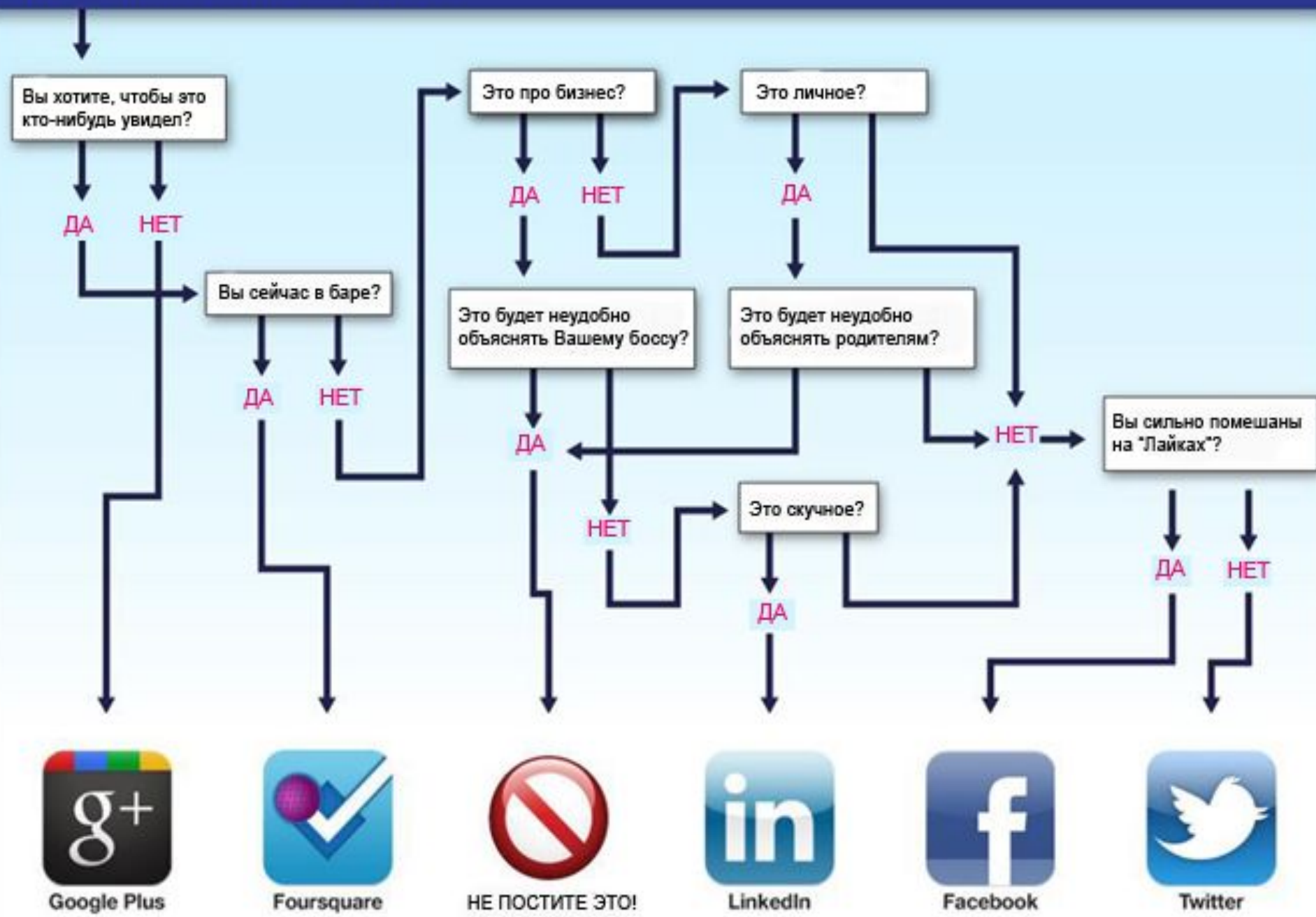
Доверяют мнению своих онлайн-друзей больше, чем обсуждениям на тематических ресурсах:

- в США – 75 % пользователей
- в России – 61 % пользователей

Куда пойти, куда податься?



Куда Вам постить свой статус?



... и пусть меня все фолловят!!!

1. Задавайте вопросы своим друзьям и/или последователям, будьте открыты для потенциальных подписчиков.
2. Сами предлагайте дружбу и поясняйте, чем Вас заинтересовал именно этот человек.
3. Системно взаимодействуйте со своими подписчиками и интересующими Вас пользователями.
4. Публикуйте на стене персонализированные медиа-файлы, опросы и другие нестандартные сообщения.

... и пусть меня все фолловят!!!

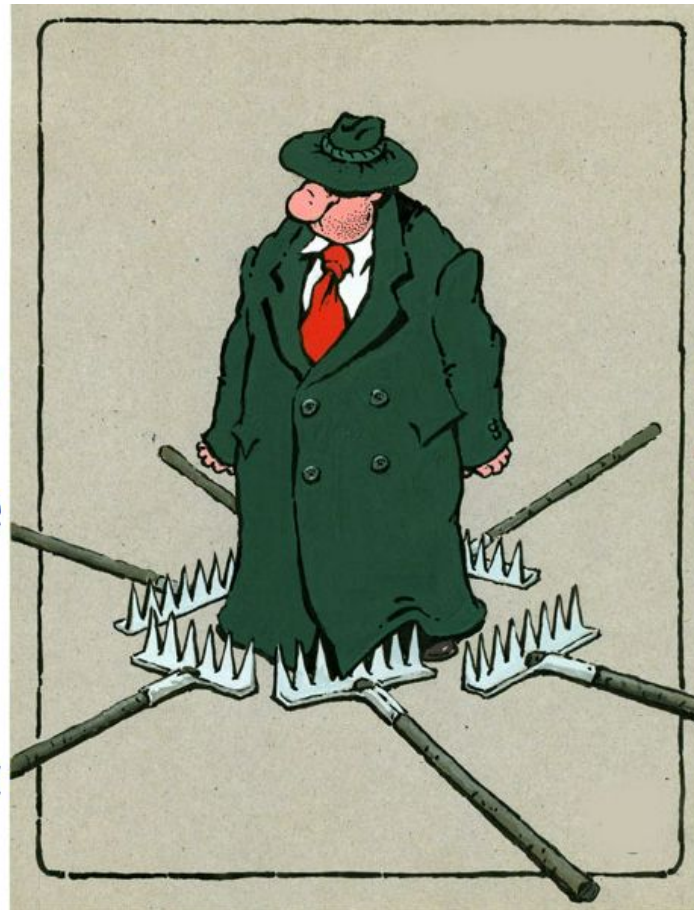
5. Публикуйте анонсы и отзывы о событиях, которые Вам максимально интересны и/или имеют непосредственное отношение к Вашему региону.
6. Публикуйте эмоциональный контент.
7. Публикуйте релевантные ссылки и сопровождайте их персонализированными авторскими комментариями.
8. Будьте понятны, пишите сообщения и комментарии четко и ясно

Главные «грабли» маркетологов в социальных сетях:

Частые
сообщения

Бесполезные
сообщения

Скучные
сообщения



Невыполнение
заявленных
обязательств

Отсутствие
оперативных
ответов

Избыток
саморекламы

Контент по правилу трёх «П»:

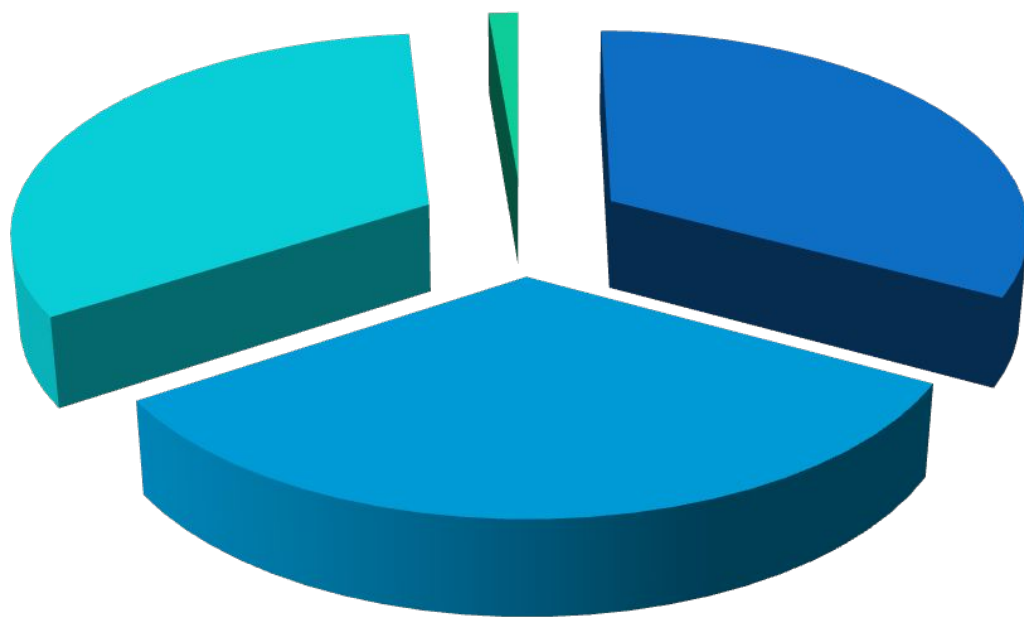
- Профессиональный
- Профильный
- Персональный

... и ещё по правилу трёх «Г», как бы странно это ни звучало ;)

- Грамотный (*да-да, про синтаксис и пунктуацию*)
- Горячий (*да-да, без анонсирования корпоративных микрновостей в течение месяца*)
- Гибридный (*да-да, содержащий Ваши пояснения/дополнения к заимствуемым картинкам, ссылкам, сообщениям*)

Формула эффективного присутствия: 30+30+30+10

Составляющие контента



■ Новости и события компании

■ Интересные отраслевые новости и тематические материалы

■ Тематический юмор и "няшечки"

■ Обратная связь с аудиторией

Основные типы метрик SMM:

- Exposure. **Степень участия.**
- Engagement. **Степень вовлечения.**
- Influence. **Степень влияния.**
- Action. **Совершенные действия.**
- ROI. **Возврат на инвестиции.**

Метрика Exposure. Степень участия в Social Media

ВКонтакте	FaceBook	Twitter
Количество участников группы или подписчиков страницы	Новые «лайки» за определенный период	Количество Follower's
Среднее суточное количество уникальных посетителей за последние 30 дней	Общее количество «лайков» вашей страницы	Количество Listed
Количество новых участников за определенный период времени	Количество уникальных посетителей страницы	True reach - количество реальных аккаунтов, на которые оказывается влияние ;)
Количество вышедших участников за определенный период	Количество активных пользователей за день/неделю/месяц	Количество и качество «ретвитов» и обращений

Вопросы?

- Если захотите еще каких-нибудь презентаций посмотреть:

www.slideshare.net/web_kport

- Если вдруг вспомните, что хотели спросить, как-нибудь потом:

[FaceBook.com/Natalya.Prachuk](https://www.facebook.com/Natalya.Prachuk)