

## Комплексный подход к продажам с сайта отеля/санатория/базы отдыха

Кропачев Михаил

Руководитель по развитию направления санаториев и курортов в TravelLine

## О чем поговорим

**Часть 1**. Продвигаем гостиницу/санаторий/базу отдыха в интернете. Актуальные способы и инструменты в 2020 году.

- 1. Работа с соцсетями средства размещения. SMM-маркетинг.
- 2. Контекстная реклама в Google Ads и Яндекс. Директ.
- 3. SEO-продвижение сайта.
- 4. Другие виды продвижения в интернете.

**Часть 2**. Превращаем посетителей сайта в ваших гостей. Сайт и его инструменты, которые помогают продавать больше.

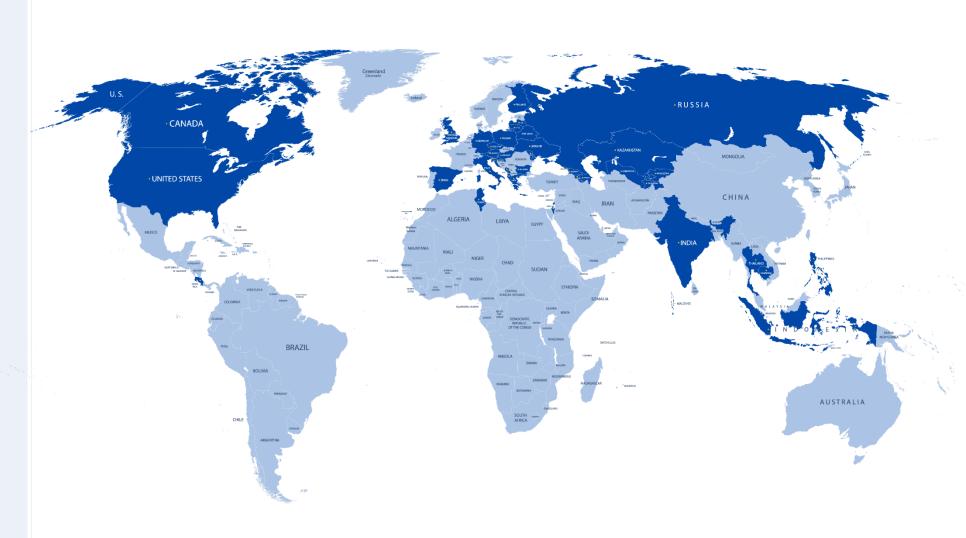
- 1. Техническая составляющая сайта.
- 2. Структура и визуальные решения эффективного сайта.
- 3. Факторы, которые мешают и помогают продажам с сайта.

## TravelLine

С 2008 года помогаем отельерам выстраивать онлайн-продажи



- 6 000+ средств размещения;
- команда компании
   330 человек;
- 50+ стран мира;
- 10 офисов и представительств по всему миру.



Часть 1.

Продвигаем гостиницу/санаторий/базу отдыха в интернете. Актуальные способы и инструменты в 2020 году

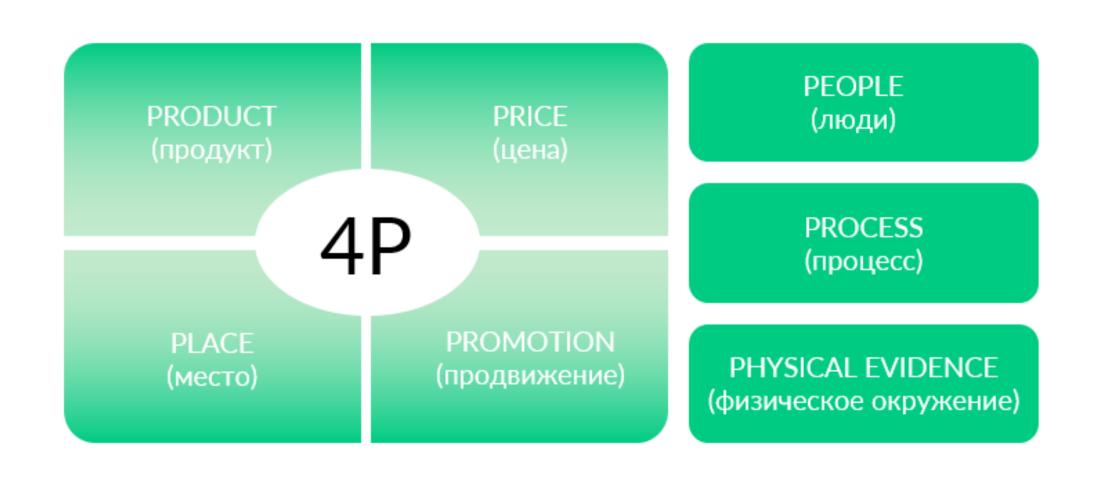
# Отвечаем на вопросы «Кому?» и «Что?»



1. Определить целевую аудиторию 2. Выделить УТП (уникальное торговое предложение) отеля

3. Создать контент с учетом интересов ЦА

### Концепция «Маркетинг-микс»

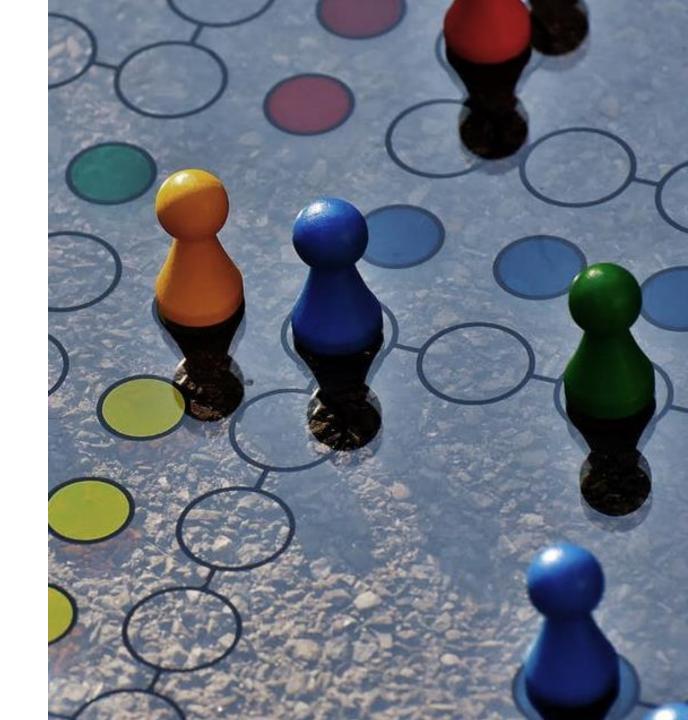


### Что такое Customer Journey Map

(карта путешествия клиента)

Это история взаимодействия клиента с компанией от момента осознания потребности и до повторных коммуникаций.

Составляется от имени покупателя с учетом его целей, чувств, эмоций, страхов, ценностей.



# Путь гостя в ваш отель

Формирование потребности, поиск информации об отдыхе

Выбор отеля на основе рекомендаций и информации в интернете

Контакт с отелем

个

1

2

3

Найти место отдыха под свои потребности

- Поиск в Google и Яндекс.
- Друзья и знакомые.
- Контекстная и таргетированная реклама.
- Инстаграм.
- Реклама в СМИ.
- Лидеры мнений в регионах.
- OTA.

Выбрать отель на основе рекомендаций, изучить дополнительную информацию о нем

- Сайты отелей (особенно раздел с отзывами).
- Отзывы друзей.
- Соцсети компаний.
- Сервисы по сбору отзывов.
- OTA.

Получить консультацию, полную информацию об услугах, проживании, правилах и ограничениях

- Чаты на сайте.
- Офис.
- Мессенджеры.
- Соцсети.
- Телефон.
- Почта.
- Личное посещение отеля для ознакомления.

# Путь гостя в ваш отель

Бронирование

Заселение гостя и проживание

Выезд гостя и возврат

(привлечение гостя для повторных бронирований)

6



4

Бронирование и оплата проживания и услуг

- Сотрудники отеля.
- Сайт (бронирование и оплата онлайн).

Получить качественное проживание и обслуживание, совпадение ожидания и реальности

- Сотрудники отеля.
- Горничные.
- Водители (если есть трансфер).
- Анимация.
- Официанты ресторана.

Оставить отзыв, приехать еще раз, использовать акции и скидки, получить привилегии постоянного гостя

- Персонал ресепшн.
- Сайт отеля.
- Соцсети.
- Реклама.
- Рассылки.

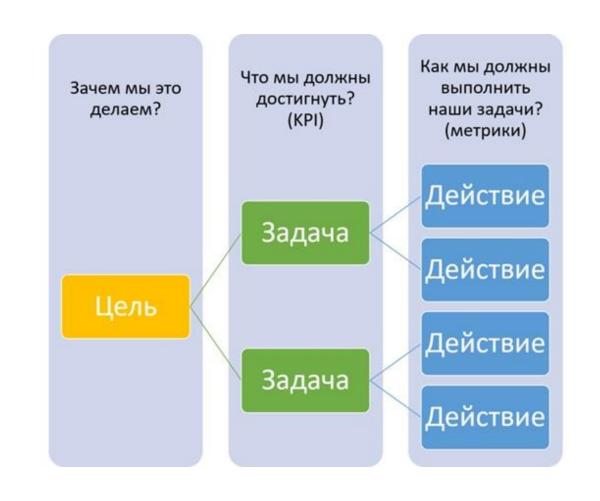
## Работа с соцсетями средства размещения. SMM-маркетинг



через социальные платформы.

### Основные цели в SMM

- 1. Узнаваемость бренда.
- 2. Привлечение трафика на сайт.
- 3. Лидогенерация.
- 4. Качественное обслуживание и поддержка клиентов.





# Соцсети для бизнеса в РФ (охват в месяц в % интернетаудитории)

72% ВКонтакте

56% Инстаграм

45% Одноклассники

42% Facebook

Источник: Mediascope, **февраль 2019,** Россия (города 100K+, 12–64 лет), desktop + mobile, % интернет-аудитории.

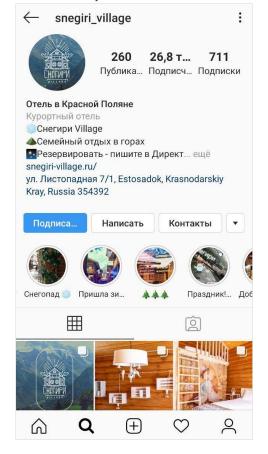


## Основы ведения SMM. Единая стилистика

Официальный сайт



#### Инстагра



https://snegiri-village.ru/

## Создаем контент-план на месяц

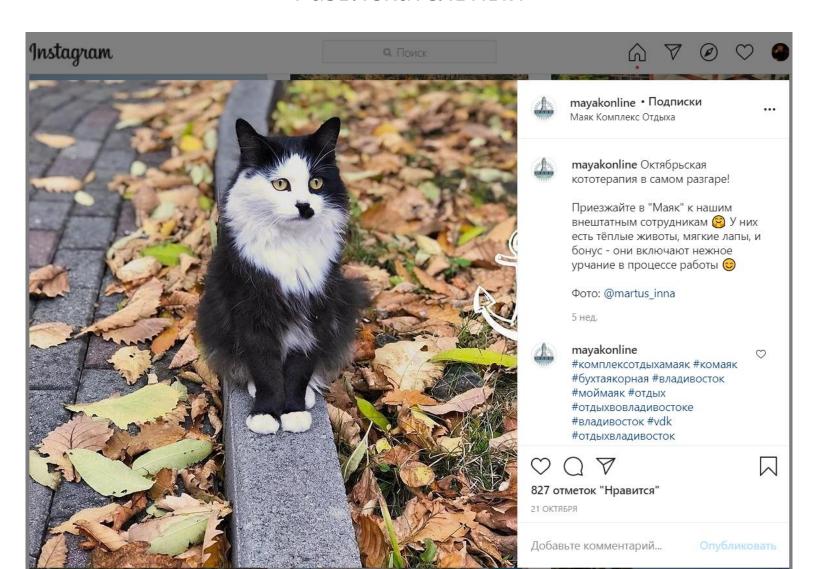
Тип контента	Тема	Тайминг						
		Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
Информационный	Памятка туристу по Вьетнаму		11.00					
	Что делать, если потерялся багаж?			11.00				
	Что стоит знать отдыхающим в Европе на праздники				11.00			
Развлекательный	Вдохновляющая картинка с надписью	10.00				16.00		14.00
	Интересное видео/картинка/новость		16.00		17.00			
Рекламный	Предложение по туру			15.00				
	Креативное промо тура					13.00		

## Лучше передать ведение SMM подрядчику

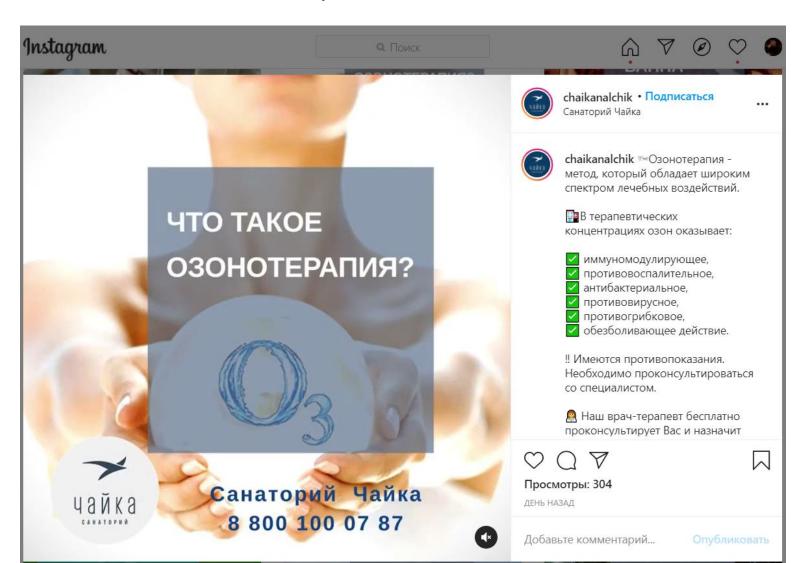
- SMM-специалист в штате обходится слишком дорого.
- Необходима команда специалистов из смежных областей.
- Риски болезни или увольнения штатного специалиста.



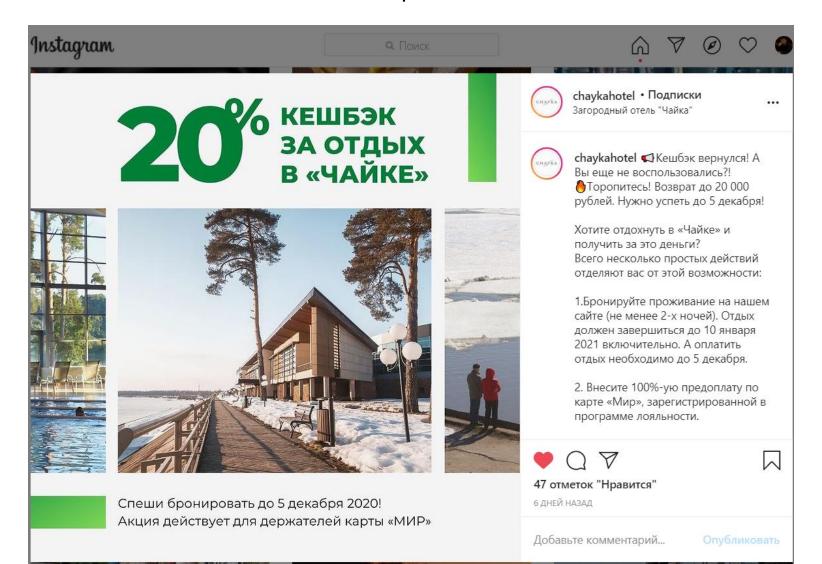
#### Развлекательный



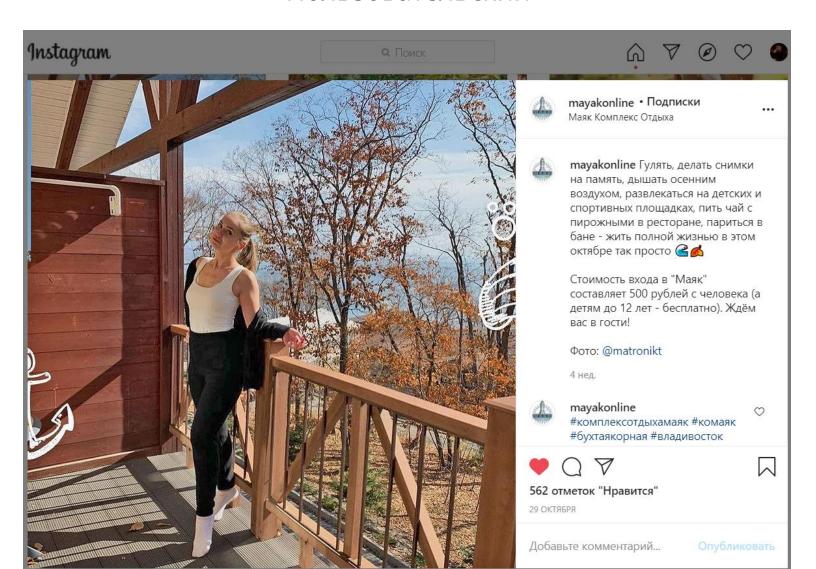
Образовательный



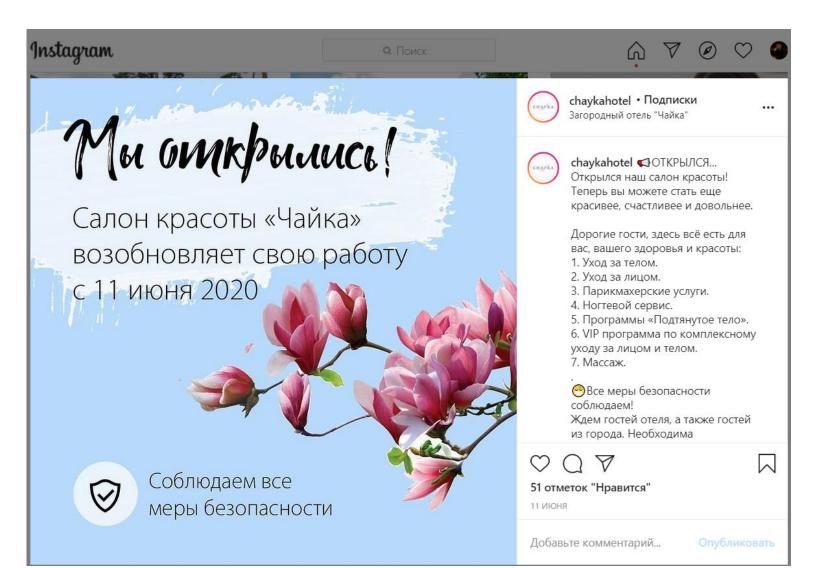
#### Коммерческий



#### Пользовательский



#### Новостной



### Реклама в соцсетях

Таргетированная реклама в соцсетях – это объявления, которые видят только те пользователи, которые соответствуют определенным критериям: пол, возраст, география и т. д.

Настройки таргетинга	Вконтакте	Facebook, instagram
По базам: объявления видят люди из вашей клиентской базы e-mail адресов и/или телефонов	<b>√</b>	✓
По look-a-like: пользователи, похожие на ваших клиентов	✓	✓
По интересам: бизнес, путешествия, кулинария и т.д.	<b>√</b>	✓
По должностям: программист, бухгалтер, директор и т.д.	<b>√</b>	✓
По геолокации: реклама показывается локально по заданным координатам широта/долгота	<b>√</b>	✓
По сообществам: рекламу видят подписчики определенных групп в социальных сетях	✓	
По доходам: ниже среднего, средний, выше среднего		✓
События жизни: свадьба, день рождения и т.д.	✓	✓

## Реклама по базе данных гостей отеля

Такая реклама рассчитана на гостей, которые у вас уже останавливались.

- 1. Необходима база с email-адресами и телефонами ваших гостей.
- 2. Соцсеть проверяет, какие из этих номеров или email привязаны к аккаунтам людей.
- 3. Важно, чтобы изначально в ней было более 3 000 контактов.



## Реклама по аналогии с существующей базой

Похожие или look-alike аудитории собирают на основе имеющейся базы.

Алгоритмы соцсетей анализируют исходную базу и выясняют, что общего у людей из этой базы: интересы, место жительства, поведение в интернете.

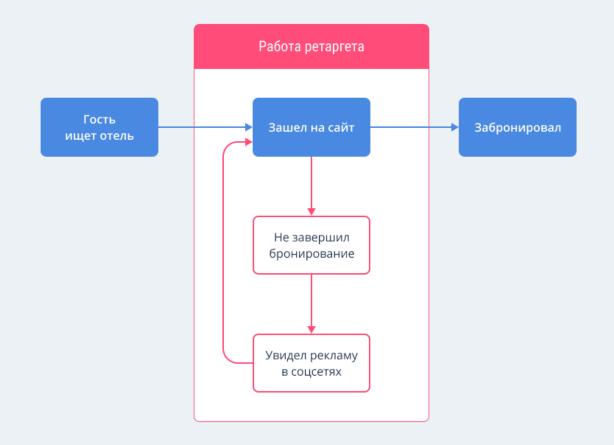
На основе этих данных соцсеть собирает новую базу гостей с похожими параметрами.



## Ретаргетинг по посетителям сайта

**Ретаргетинг** — это когда вы показываете рекламу пользователям, которые уже посещали ваш сайт и совершили определенные действия.

**Цель ретаргетинга** — напомнить гостям о намерении забронировать у вас отдых и вернуть их на сайт. Это хорошая, теплая аудитория. Реклама по таким гостям будет одной из самых дешевых и эффективных.



## **ЦА в социальных сетях** сегментирует себя сама

#### Сноуборд (Snowboard) — стиль жизни

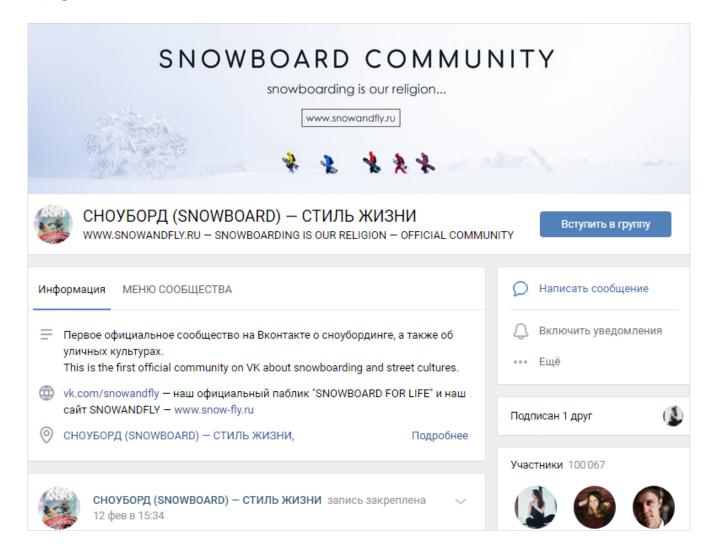
Паблик, собравший 100 067 человек, которые мечтают заняться катанием на сноуборде или уже увлечены этим видом спорта. Потенциальные клиенты горно-лыжных курортов.

#### Это Сибирь! | Алтай, Байкал. Путешествия.

Паблик, в котором собрались 110 028 любителей природы Алтая и Байкала. Потенциальные туристы сибирской части России.

#### Мой Питер

В этом паблике 437 868 человек, которые влюблены в еверную столицу, ее белые ночи и разводные мосты.



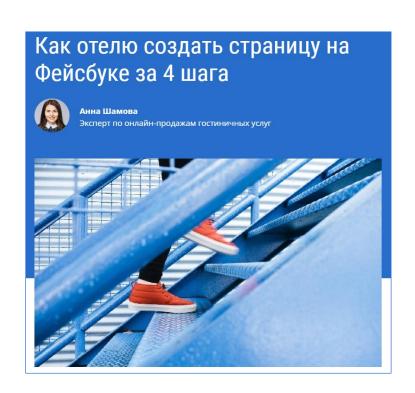
## Работа с блогерами и лидерами мнений

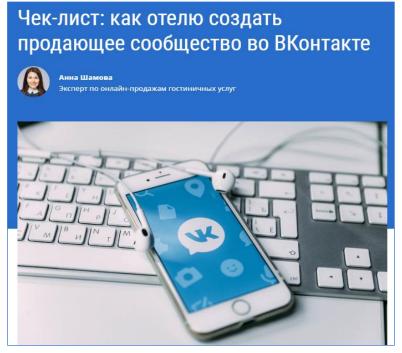


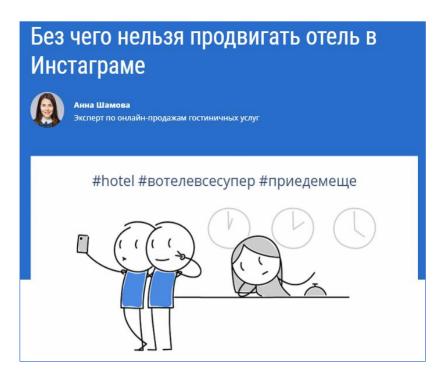
#### Анна Денисова (60 тыс. подписчиков)

Обычная стоимость поста — **3 000 Р**ЕR (вовлеченность) — 6,18%
Женщины — 76,7%
Качественная аудитория — 11 840 человек (Россия) **ЦА продукта** — **9 081 человек** 

### Подробнее о работе с соцсетями в статьях нашего блога







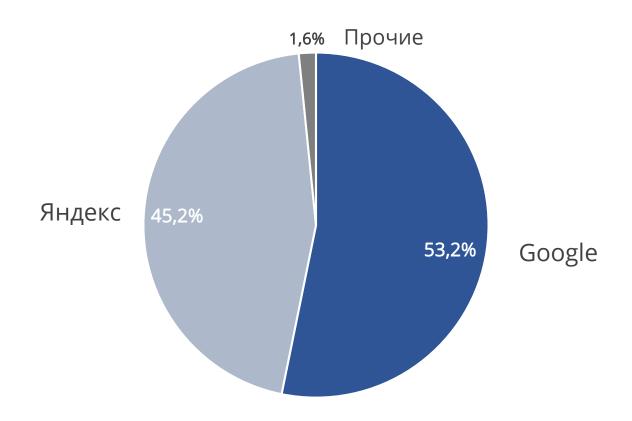
http://tlgo.me/1ie

http://tlgo.me/1if

http://tlgo.me/1ig

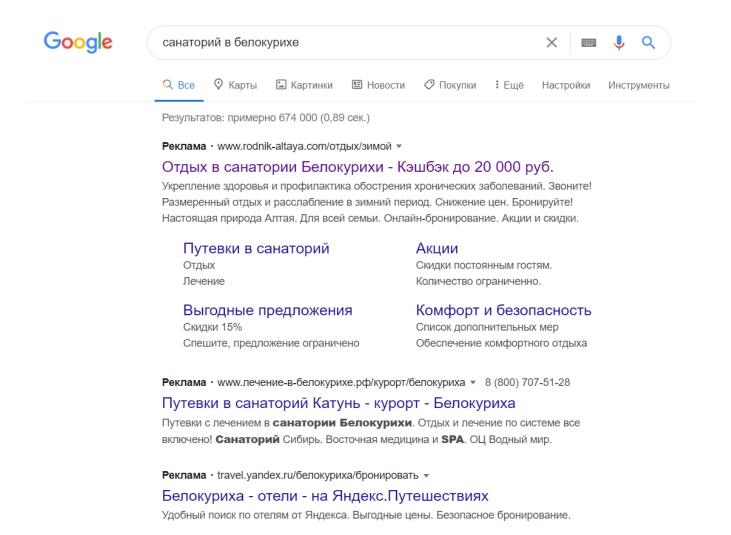
## Контекстная реклама в Google Ads и Яндекс.Директ

## Распределение пользователей среди поисковых систем



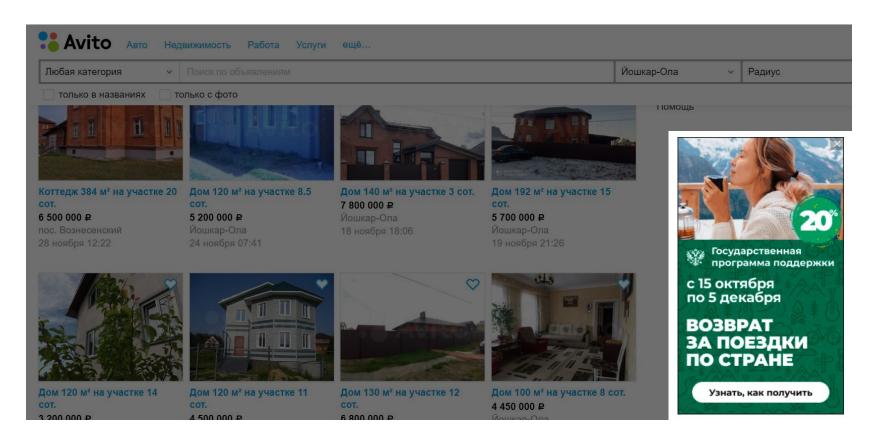
### Контекстная реклама

Объявления, которые показываются пользователям в соответствии с их поисковыми запросами



## Google (КМС) и Яндекс (РСЯ)

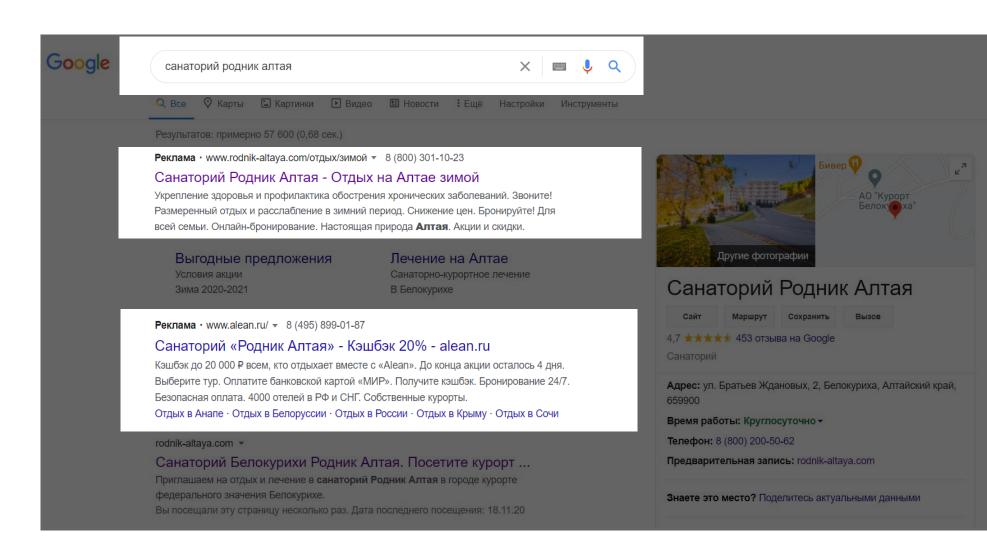
Оба рекламных сервиса сотрудничают с разными сайтами-партнерами. К примеру, партнеры РСЯ — Авито, ВКонтакте, РБК, Яндекс.Дзэн. А самые яркие партнеры КМС — YouTube, Gmail и т.д.



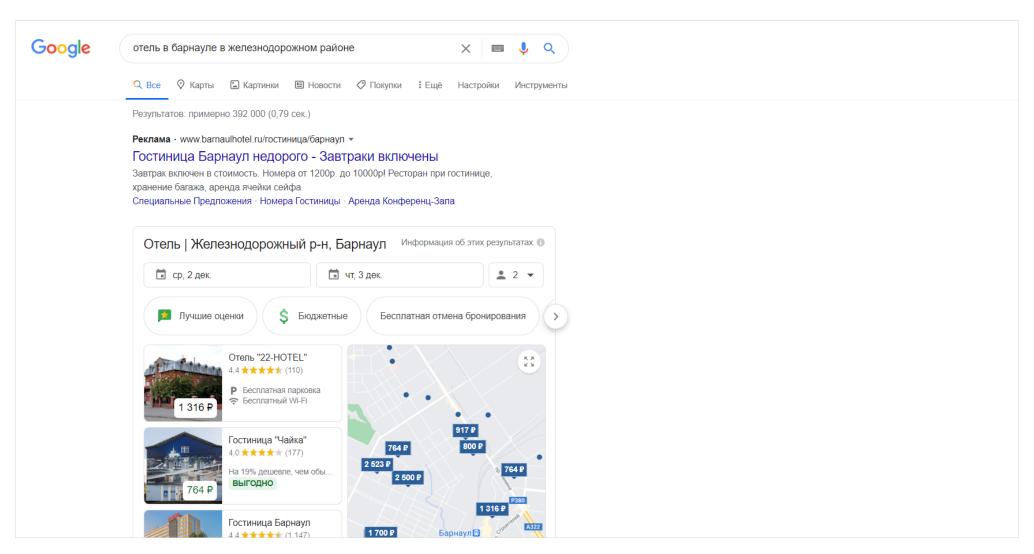
## Как отелю конкурировать с рекламой крупных площадок

Продвижение по названию отеля

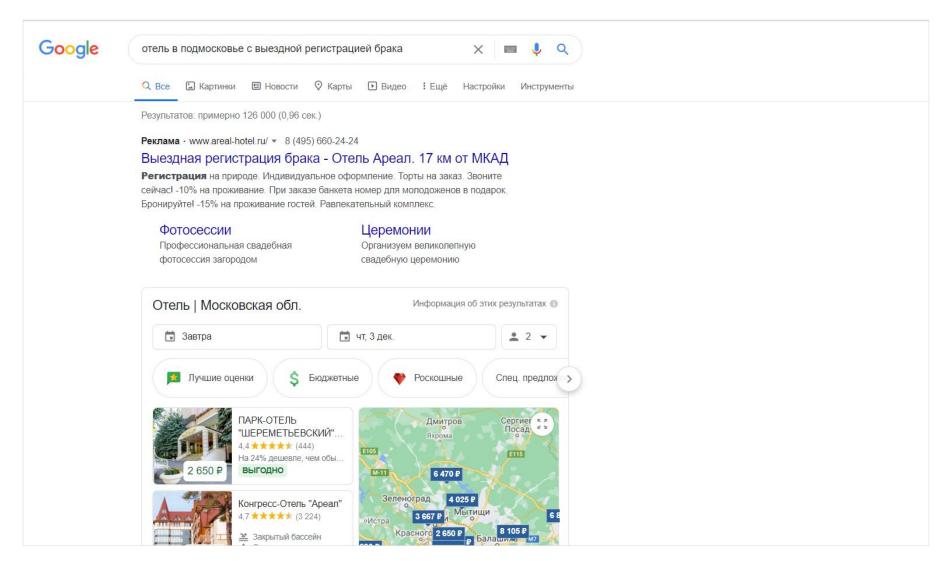
Номер телефона в объявлении



## Использовать более узкие запросы



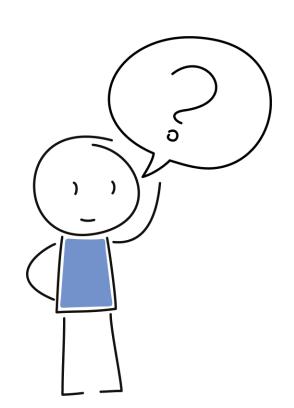
## Продвижение отдельных услуг и инфраструктуры отеля



## Преимущества и недостатки контекстной рекламы

#### Плюсы:

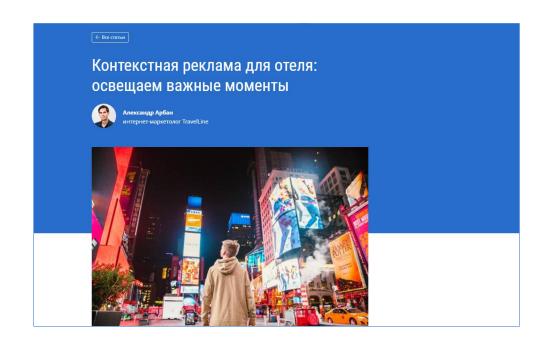
- Быстрое внесение любых изменений.
- Быстрая отдача вложенных инвестиций. Действие контекстной рекламы начинается сразу после ее размещения.
- Полная и прозрачная аналитика. Возможность оценить процент возврата инвестиций.
- Выбор целевой аудитории.

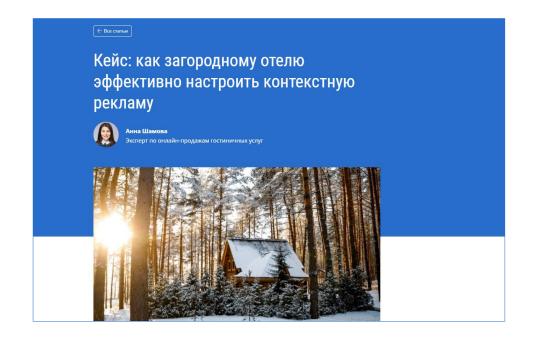


### Минусы:

- Краткосрочность.
- Относительно высокая плата за клик, который может не закончится бронированием.

## Подробнее о контекстной рекламе в статьях нашего блога



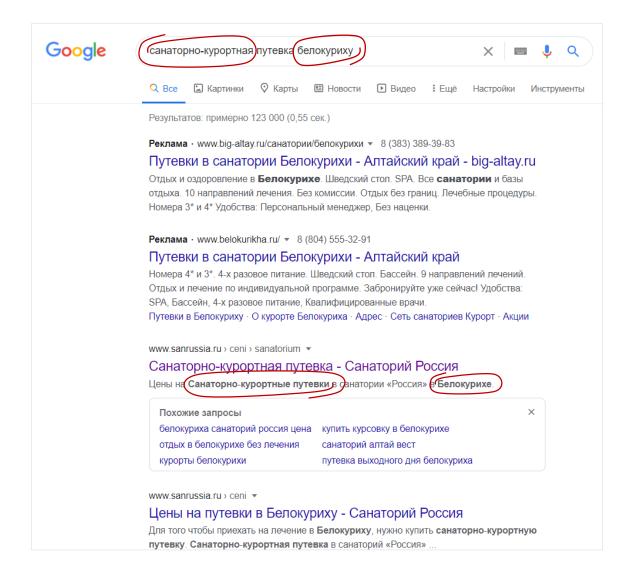


http://tlgo.me/1ih

http://tlgo.me/1ii

## SEO-продвижение сайта

### **SEO-продвижение**

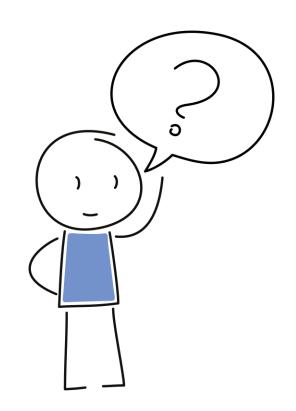


SEO-продвижение — это комплекс работ, направленный на вывод сайта в десятку выдачи поисковой системы по заданному пользователем запросу.

### Преимущества и недостатки SEO-продвижения

#### Плюсы:

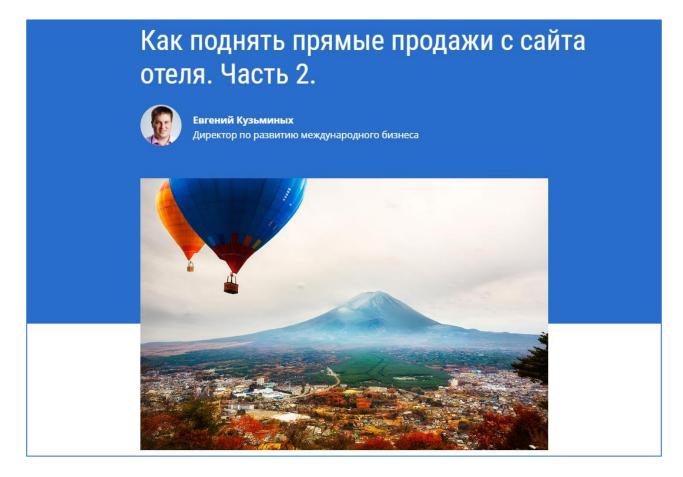
- При остановке работ по SEO-продвижению сайт ещё некоторое время сохраняет высокие позиции.
- Если сайт продвигается по определённому запросу, то он начнет выходить выше и по другим запросам.



#### Минусы:

- Точный результат предугадать невозможно из-за алгоритмов работы поисковиков.
- Срок выхода на высокие позиции по определенным запросам составляет от 4–6 месяцев и выше.
- Практически невозможно оценить качество работы SEO-специалиста.

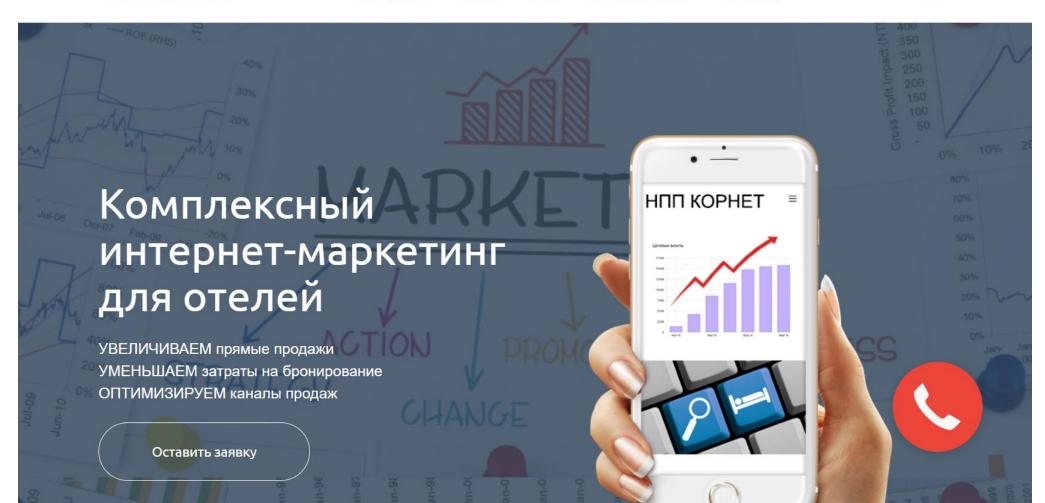
## Подробнее о SEO-продвижении в статье нашего блога



http://tlgo.me/1ij

## Наши партнеры по контекстной рекламе и SEO-продвижению

НПП КОРНЕТ О КОМПАНИИ УСЛУГИ ЦЕНЫ ОСТАВИТЬ ЗАЯВКУ КОНТАКТЫ

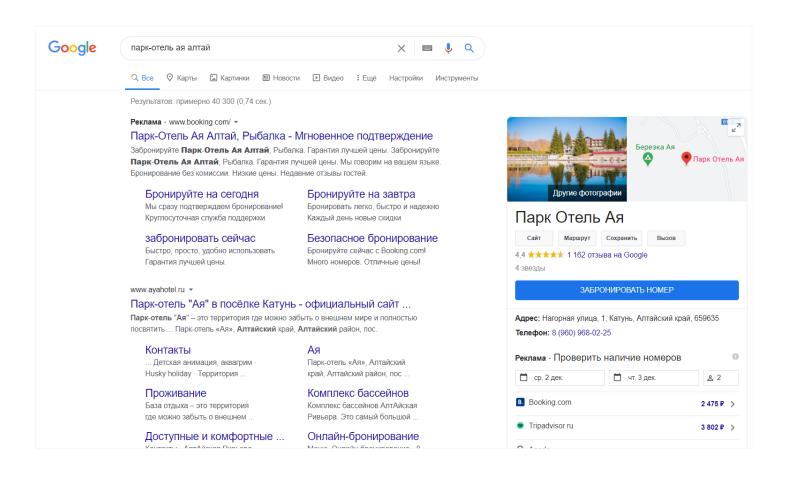


## Другие виды продвижения в сети

### Работа со справочниками

Google Мой Бизнес, Яндекс.Справочник, 2ГИС и др.

- Наличие ссылки на официальный сайт.
- Качественная и полная информация об отеле (фото, тексты, заполненные услуги).
- 3. Контроль отзывов об отеле и ответы на них.



## Присутствие в каналах может косвенно влиять на трафик на сайте



### Email-рассылки



Приветствуем вас всей командой отеля «Милан», Москва!

Мы очень соскучились и с нетерпением ждем новых встреч. Поэтому и приготовили для вас **подарок**: возможность остановиться у нас **по суперцене** до конца следующего года!

Вы платите всего 14 000 рублей, а получаете сертификат с открытой датой заезда номиналом 20 000 рублей, действующий до 30 декабря 2021 года!

Сертификат позволит вам:

- остановиться в зеленым районе Москвы со скидкой 30% в любой момент до 30 декабря 2021 года;
- подарить сертификат своим близким и устроить им праздник;
- суммировать сертификаты.

И уже сейчас вы можете забронировать:

- Летний weekend от двух ночей;
- Апартаменты для длительного проживания по антикризисной цене!

Выберите сертификат и узнайте подробности:

Выбрать сертификат

Отель «Милан» в соцсетях:











### Преимущества:

- Низкая стоимость привлечения трафика.
- Более лояльные пользователи, так как они уже знакомы с вашим брендом.
- Возможность аналитики и оценки результатов.

Часть 2.

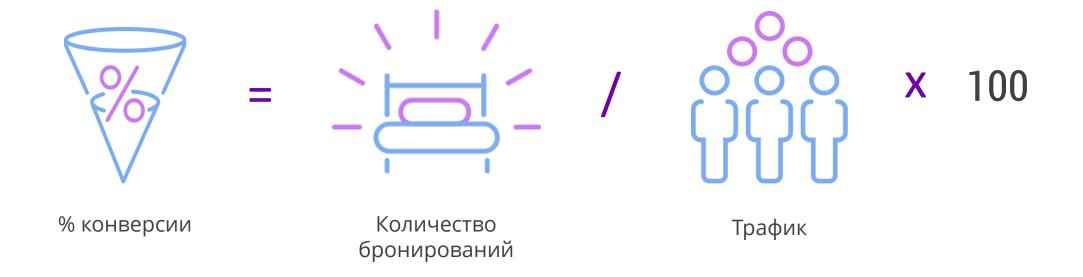
Превращаем посетителей сайта в ваших гостей. Сайт и его инструменты, которые помогают продавать больше



## Какие задачи решает сайт



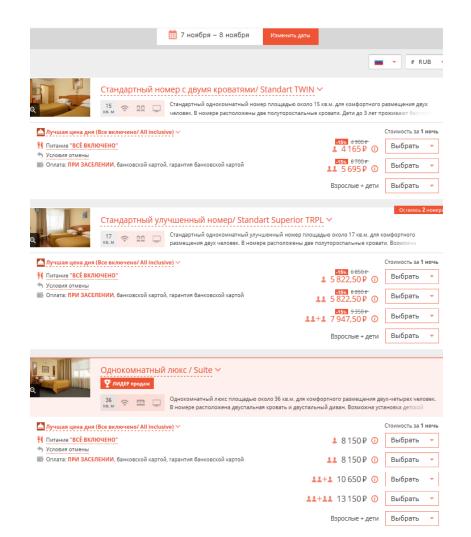
### Влияние конверсии на доход

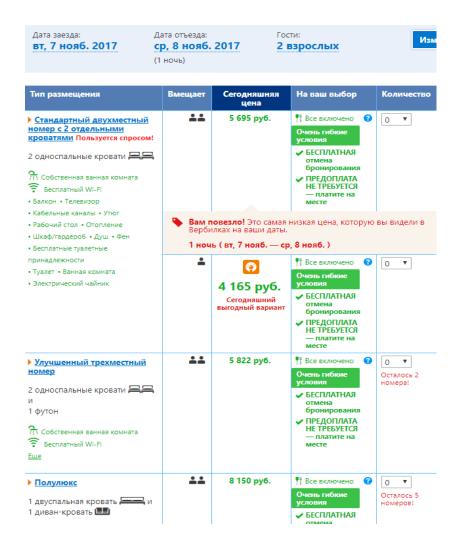


### Влияние конверсии на доход



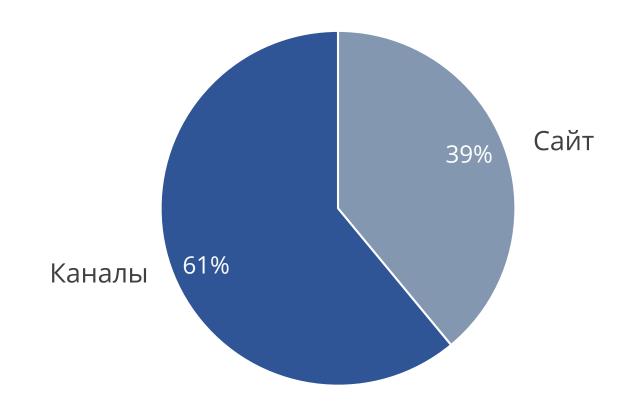
### Паритет цен с ОТА соблюден



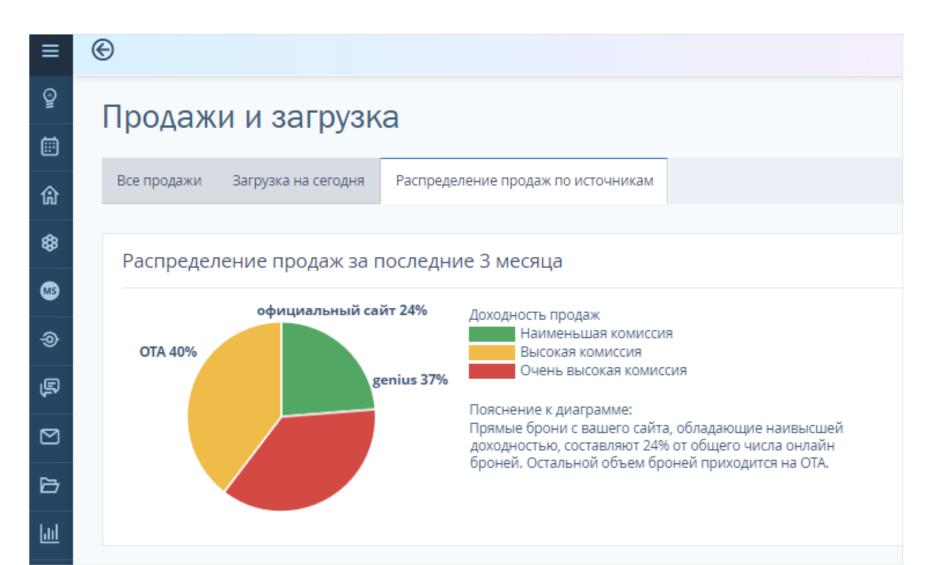


## Соотношение числа броней с сайта и ОТА

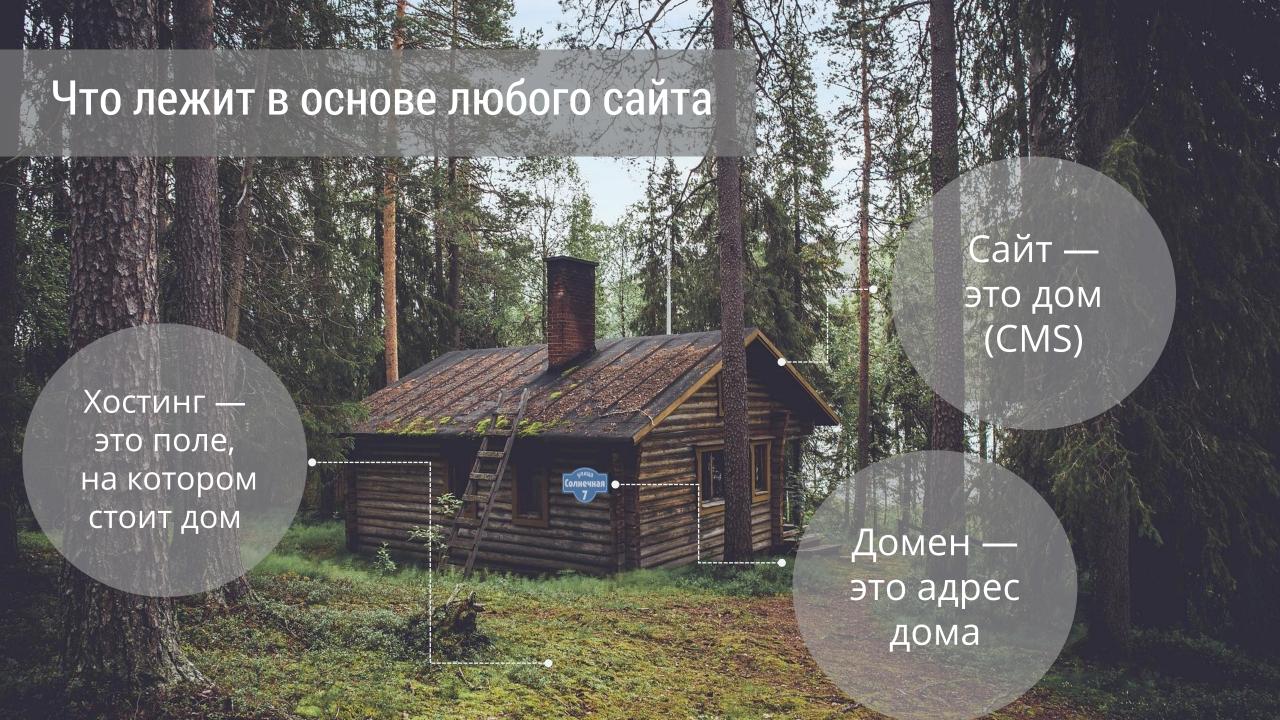
(Алтайский край и Республика Алтай 2020 г.)



### Соотношение числа броней с сайта и ОТА в TL: Помощнике



## Техническая составляющая сайта



### Хостинг сайта



#### Не удается получить доступ к сайту

Не удалось найти IP-адрес сервера san-nadezhda.ru.

Попробуйте сделать следующее:

- Проверьте подключение к Интернету.
- Проверьте настройки прокси-сервера, брандмауэра и DNS.
- Выполните диагностику сети в Windows

ERR\_NAME\_NOT\_RESOLVED

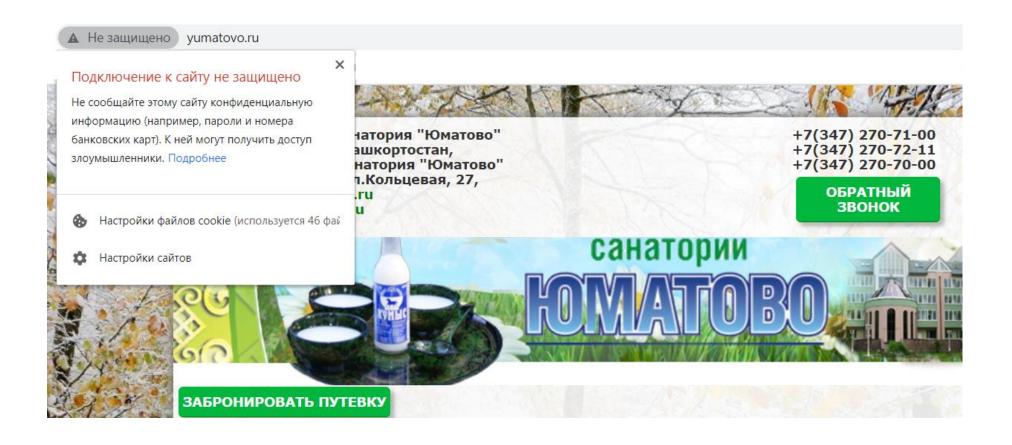
Перезагрузить

Подробнее

- 1. Скорость загрузки сайта.
- 2. Бесперебойная работа сайта.
- 3. Безопасность сайта и защита от вирусов.

## SSL-сертификат

SSL-сертификат — цифровая подпись сайта. Она защищает персональные данные гостей от интернет-мошенников.



### Платформа для сайта

**CMS** — это система, которая помогает управлять содержимым сайтов

Самые популярные CMS В 2019 г. по версии Рейтинг Рунета

Т	П	-5	П	па:	ΤН	Ы	Y	CN	VIS.	
			1 1/	Ia	ιп	DI	$\Lambda$		$\mathbf{v} = \mathbf{v}$	,

1С-Битрикс

CS-Cart

**UMI.CMS** 

NetCat

Shop-Script

uCoz

#### ТОП-5 бесплатных CMS

WordPress

Drupal

Joomla!

MODX

Opencart

### ТОП-4 конструкторов -

сайтов

InSales

**ADVANTSHOP** 

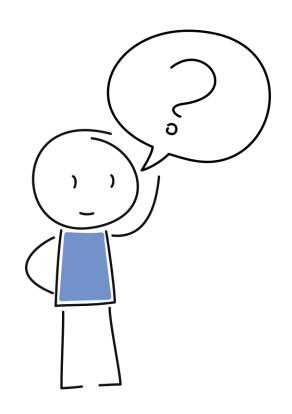
Tilda Publishing

uCoz

### Домен на кириллице

#### Плюсы:

- 1. Людям проще его запомнить и ввести в поисковую строку.
- 2. Относительно много доступных вариантов.

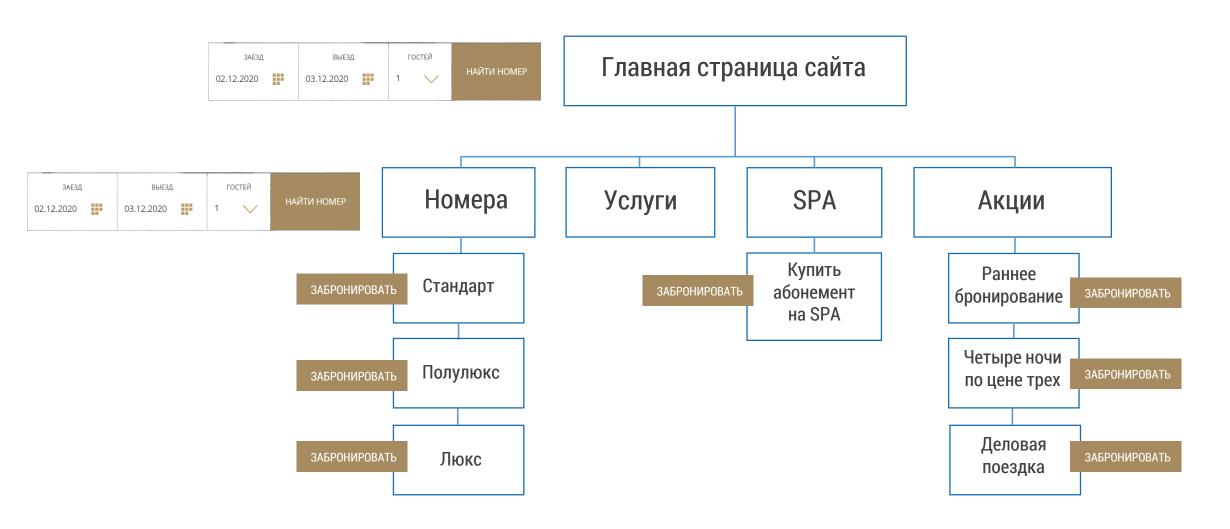


### Минусы:

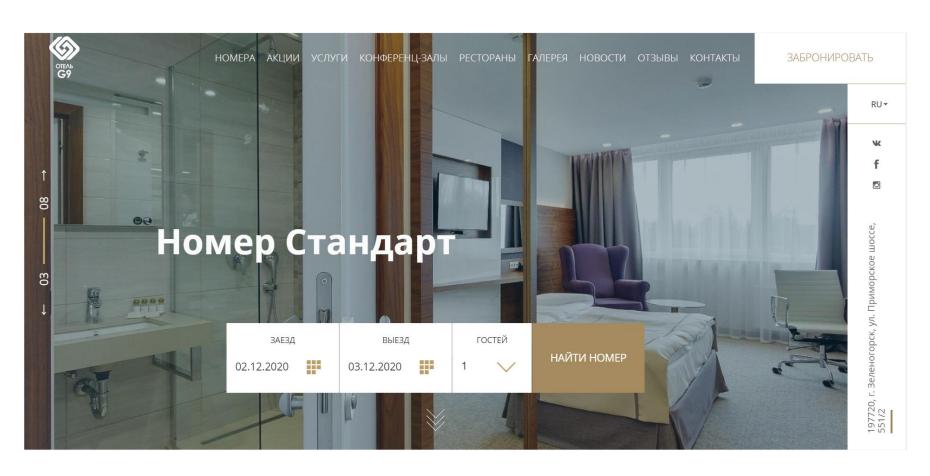
- 1. При копировании красивый URL на кириллице превращается в длинный набор символов.
- 2. Непривычность для зарубежных пользователей.
- 3. Не каждый хостинг поддерживает такие домены.

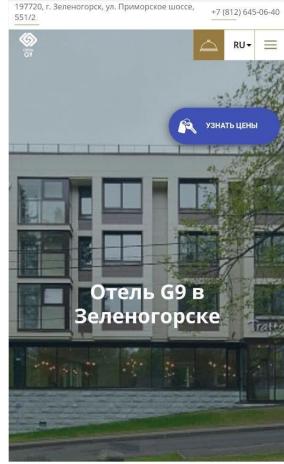
# Структура и визуальные решения эффективного сайта

## Структура расположения элементов действия на сайте

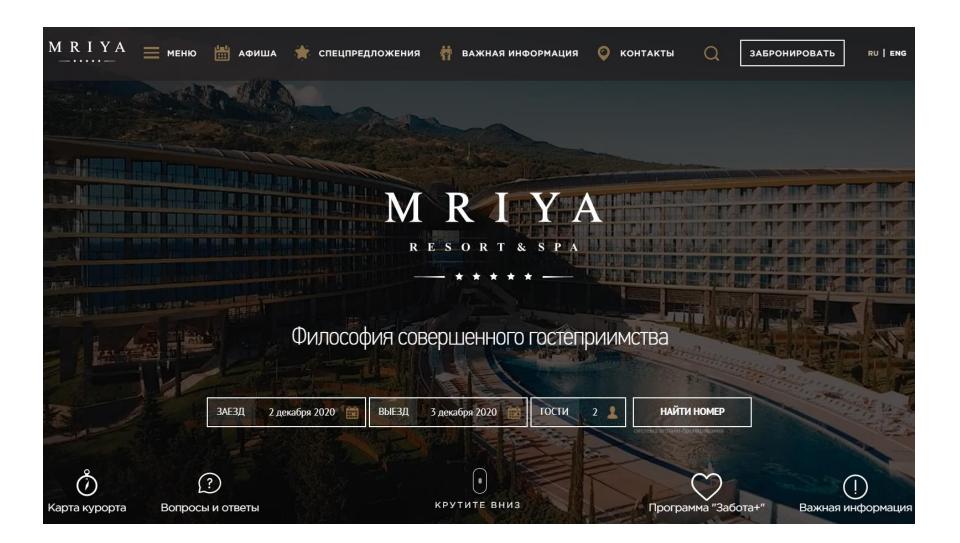


### Большие фото и простота работы с сайтом



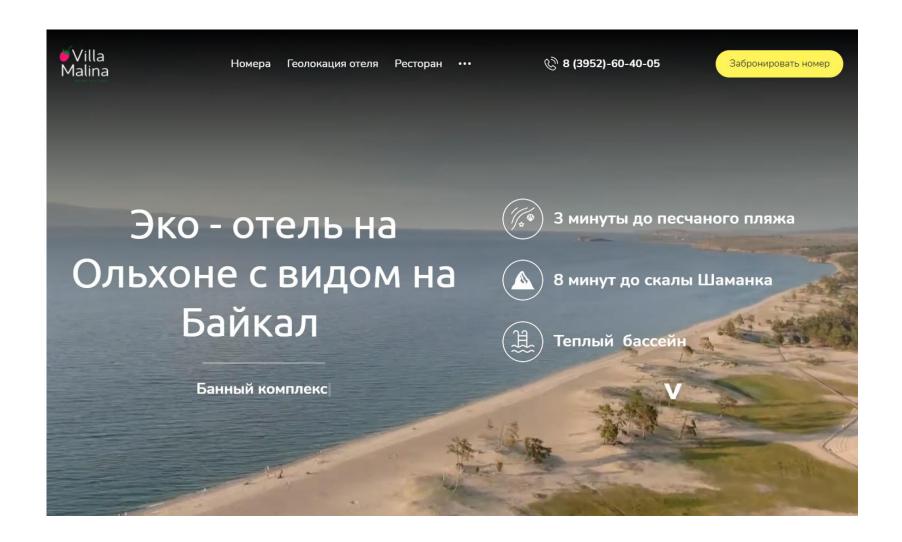


### Видеофон





## Вынесение особенностей отеля и акций на главную

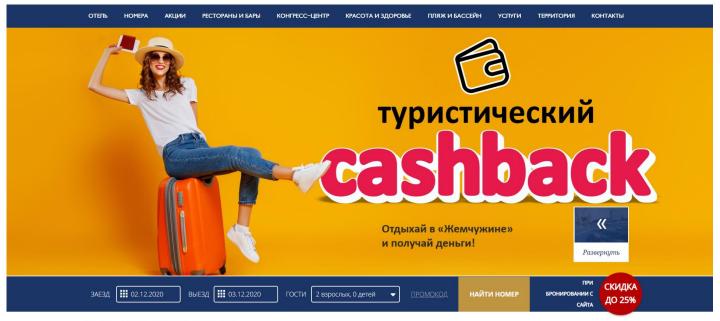












Главная / Акции / Туристический кэшбэк

#### ТУРИСТИЧЕСКИЙ КЭШБЭК

#### 20% ВОЗВРАТ ЗА ПОЕЗДКИ ПО СТРАНЕ

Ростуризм разработал программу лояльности по карте «МИР». Теперь отдыхающие могут не только получить эмоции во время отпуска, но еще и вернуть часть денежных средств.

Бронируйте свой отдых в Гранд отеле «Жемчужина» на официальном сайте по карте «МИР» и получите кэшбек от 5000 до 20000 рублей!

#### Чтобы получить приятные бонусы, необходимо соблюдать следующим условиям:

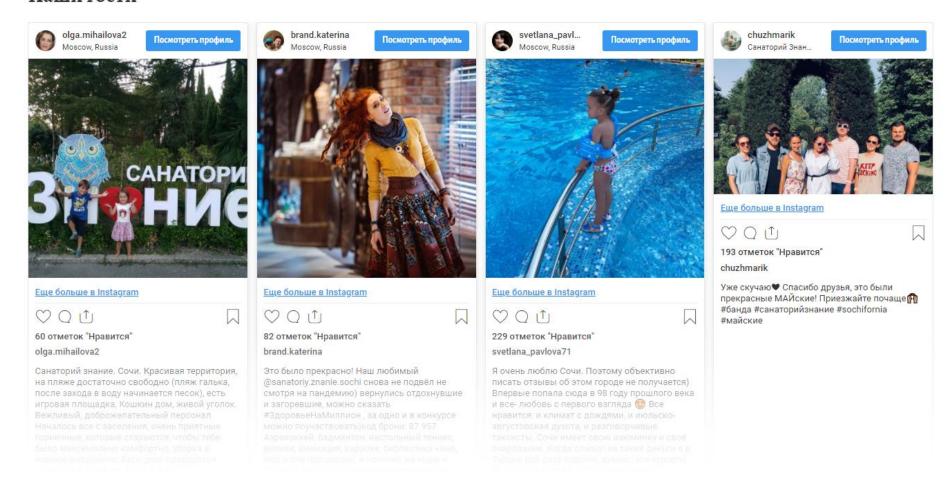
- Сроки проведения акции: с 15 октября 0:01 по 5 декабря 23:59 (в этот период необходимо оплатить поездку). Период заезда: в путешествие можно отправиться с момента старта акции и вернуться до 23:59 10 января 2021 года.
- Условия начисления возврата: размер возврата денежных средств на карту составит 20% от суммы покупки, но не более 20 тыс. рублей за одну транзакцию.
- Туруслуга должна быть оплачена полностью одним платежом.
- Количество покупок по одной карте не ограничено.
- Минимальная стоимость туристической услуги (турпакет, проживание) не ограничено.



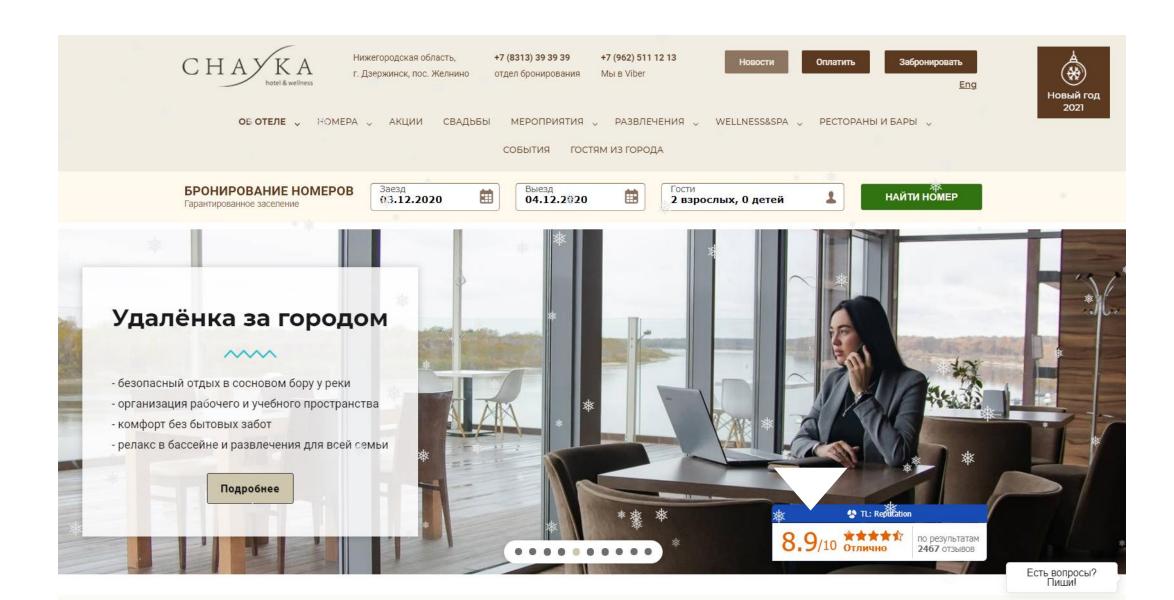
### Лэндинг для спецпредложений

## Виджет Инстаграма на сайте

#### Наши гости



### Отзывы на сайте отеля



### Отзывы на сайте отеля

07.09.2019 на



Прекрасное место для отдыха, все есть для культурно—массовых мероприятий, один вид на реку Оку чего стоит...

★ ★ ★ ★ № 9.5/10 Отлично

Tatiana EN

EN-GB

Perfect location, great food and a very good room service.

12.08.2019 на Booking.com

Плюсы: Location is awesome, tranquil and green, Oka river and pine trees make it special. Great facilities. Crisp linen, room service is great! Variety of delicious food. Security is in place. Минусы: You can get there by car only.

★ ★ ★ ★ 10/10 Отлично

Ирина Перминова



20.07.2019 на Google

В Чайку поехала на свое день рождение, было так приятно когда зашла в номер и увидела торт, команда менеджеров просто молодцы.Все четко и конкретно и быстро.Номер очень чистый, халаты, шампуньки и гели.Жили в корпусе Корабль, шикарный балкон-терасса Пьяняший сосновый воздух.Ездили с внучкой 3.5 года .Спа комплекс просто сказка.Чистый бассен, раздевалки.В бассейне за порядком следит врач.Это очень важно.Публика достаточно порядочная, все с детьми.Видно что персонал вышколен под " туриста".Были первый раз , но обязательно вернемся. Шведский стол уникален на все вкусы и "жанры еды", даже детское меню для малышей. (пюрешки, супчики). Работает прокат. На переспективу надо задуматься о пляже на берегу рядом с отелем.Тогда вообще туристы будут стоять в очередь. Переезжать на другую сторону не очень удобно, хотя без перерыва ездит катер.

**★★★★ 10**/10 Отлично

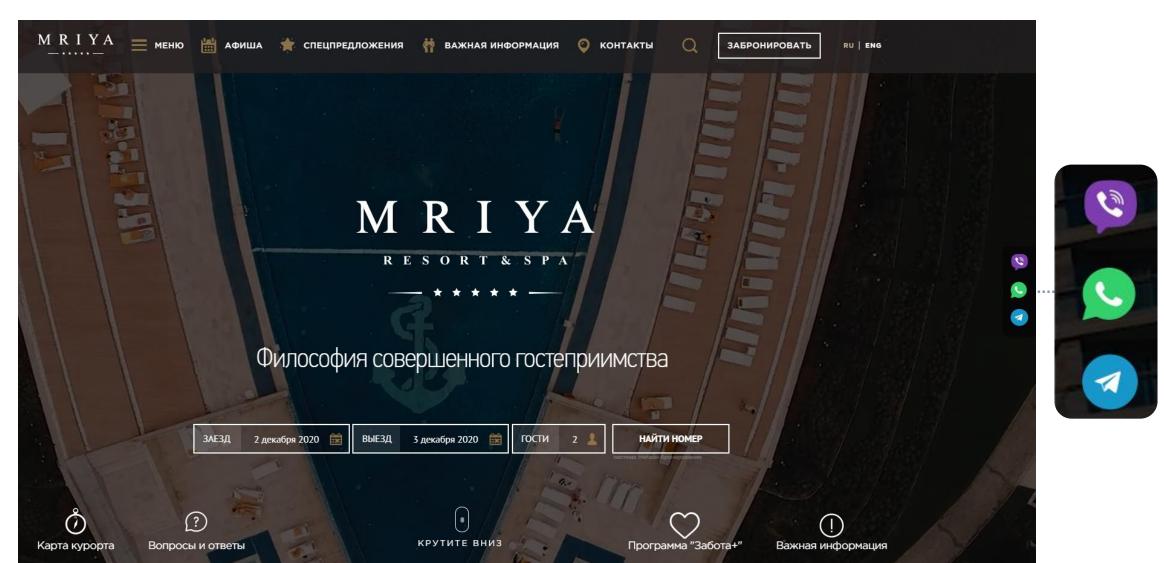
Олег



27.06.2019 на 101Hotels

Плюсы: Замечательный отель. Здесь имеется абсолютно все для комфортного проживания, начиная от комфортабельных номеров, заканчивая замечательным обслуживанием. Если будет

### Мессенджеры на сайте с интеграцией с CRM



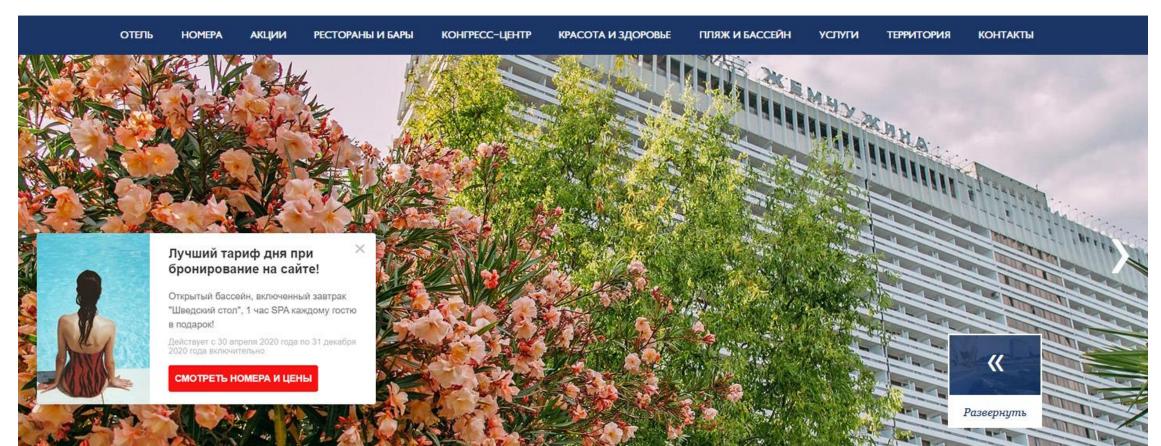
### Виджет для информирования об акциях



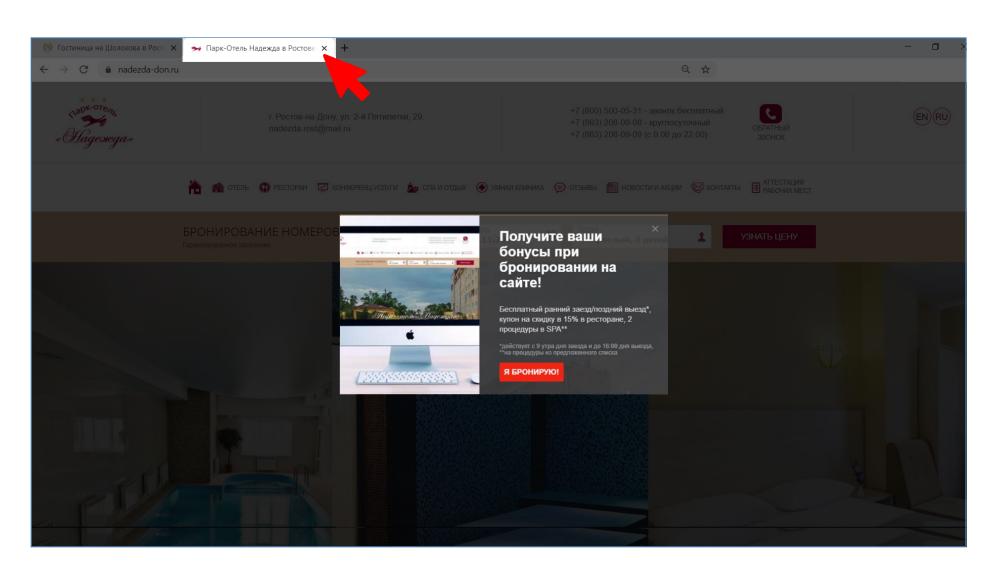
Г. Сочи, ул. Черноморская, 3



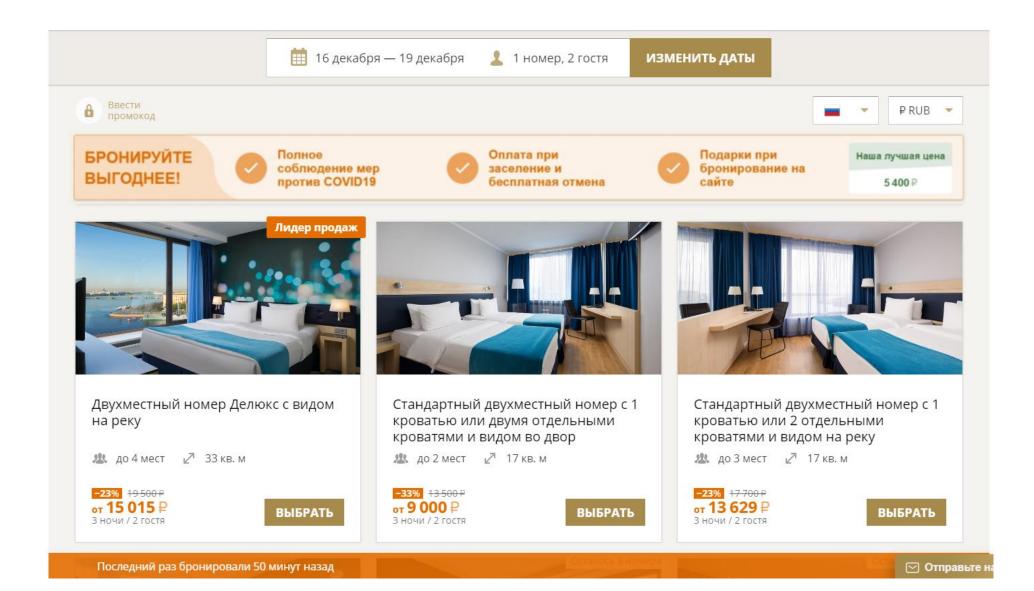




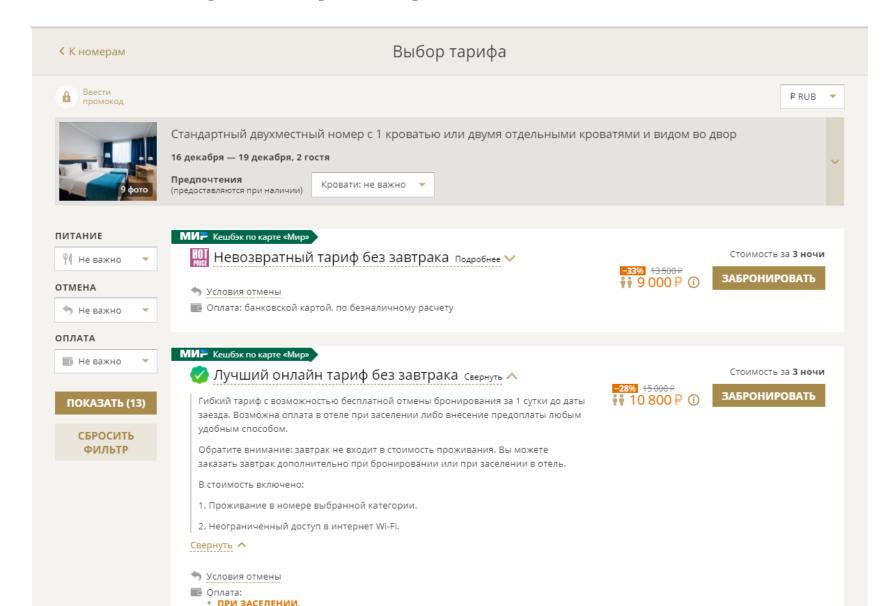
## Виджет при попытке уйти с сайта



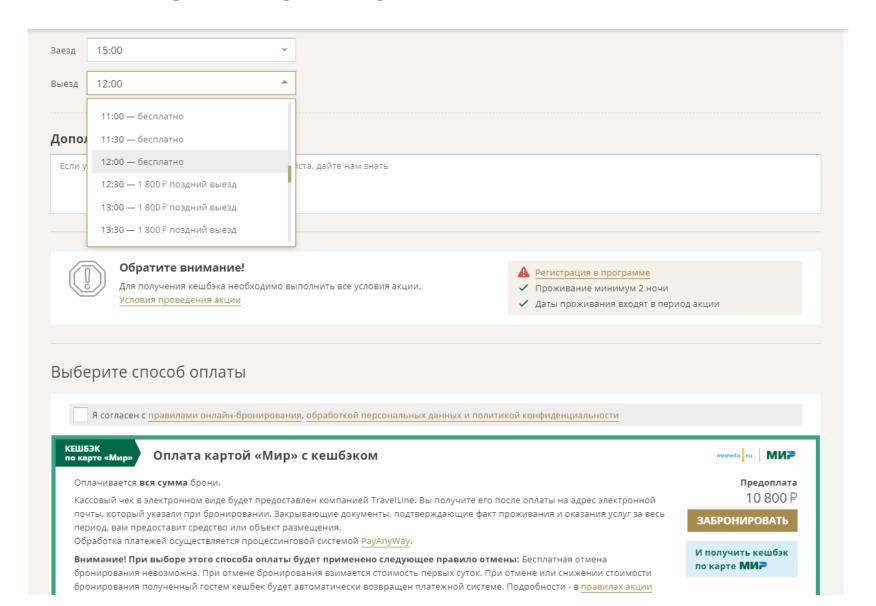
### Форма бронирования на сайте



### Форма бронирования на сайте



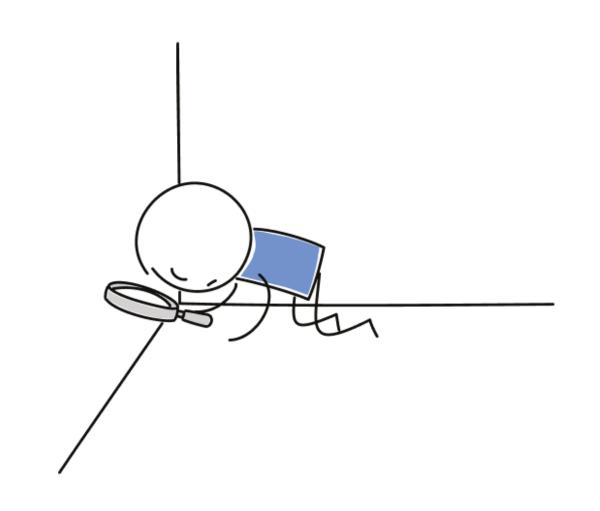
### Форма бронирования на сайте



# Факторы, которые мешают и помогают продажам с сайта

## Основные причины отказа от бронирования на сайте

- 1. Много виджетов и всплывающих окон.
- 2. Долгая загрузка сайта.
- 3. Гость не уверен, что это официальный сайт отеля.
- 4. Недостаточно информации на сайте и в форме бронирования.



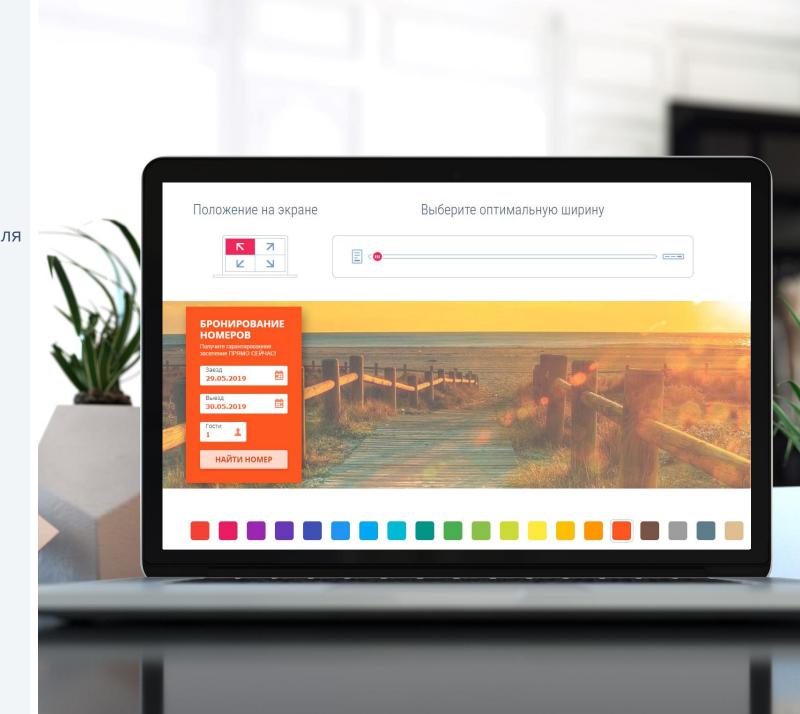
# Kak TravelLine помогает отелю и гостю быть ближе друг к другу

### TL: Отель

Модуль онлайн-бронирования для сайта отеля

#### Мы помогаем:

- выбрать дизайн формы поиска номеров;
- решить, где разместить ее на сайте;
- выставить необходимые настройки.

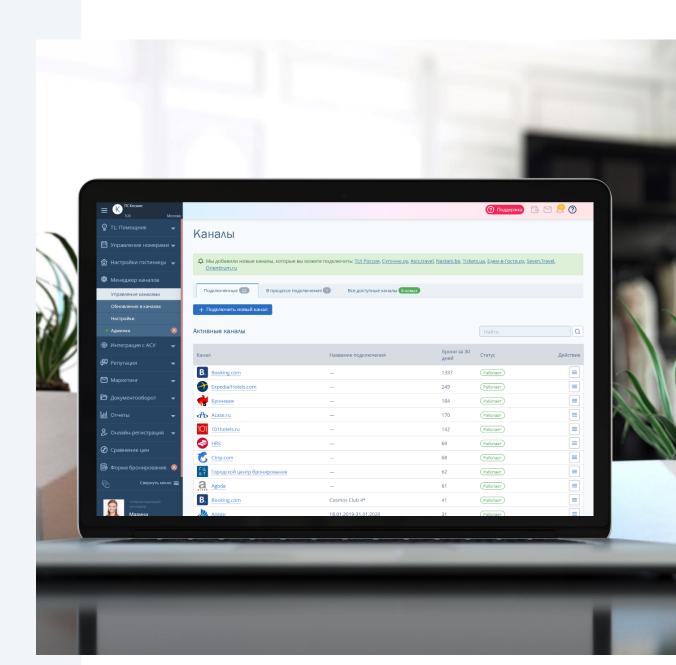


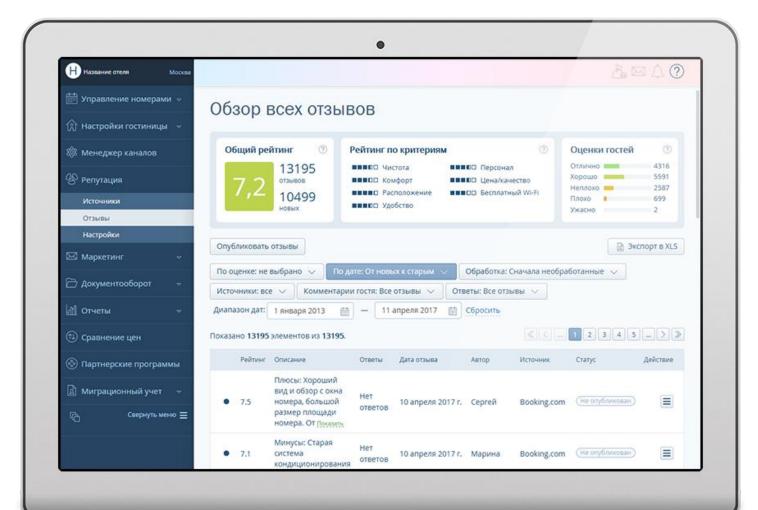
### TL: Channel Manager

Единый пульт управления каналами онлайн-продаж

Управляйте максимальным количеством OTA без дополнительных затрат времени и усилий.

- автоматизирует работу более чем с 80 каналами продаж;
- экономит время на работу с каждым личным кабинетом;
- страхует от ошибок;
- обновляет информацию по каналам в течение 7 секунд;
- поддерживает различные ограничения.





### TL: Reputation

Сервис для сбора онлайн-отзывов

Следит за отзывами на 15 онлайн-платформах и оценивает, насколько гостям нравится ваш отель.

### Сайт за 3 дня — «Автостарт»

- 1. 7 шаблонов сайта на выбор.
- 2. От 8 до 11 разделов сайта.
- 3. Русская и английская версии сайта.
- 4. Модуль онлайн-бронирования TL: Отель.
- 5. Модуль аналитики TL: Analytics.
- 6. Полные права на управление сайтом.
- 7. Лицензия 1С-Битрикс «Старт».
- 8. Доступ к домену на 1 год.
- 9. Доступ к хостингу на 3 месяца.
- 10. SEO-подготовка, тестирование, помощь при запуске сайта.

Россия, Краснодарский край 9 +7 9887 650 950 Новороссийск, Видова, 121А +7 800 350 8418 ГОСТИНИЦА «ДУБЛИН» БРОНИРОВАНИЕ НОМЕРОВ Выезд 30.03.2019 НАЙТИ НОМЕР 29.03.2019 HOMEPA АКЦИИ **УСЛУГИ** 

Стоимость — 60 000 рублей

### TRAVELLINE



## Михаил Кропачев

Директор по развитию направления санаториев и курортов в TravelLine

- +7 800 555-20-30 (доб. 1314)
- +7 937 116-96-46 (Telegram, Viber, WhatsApp)

https://www.facebook.com/kropachev.mikhail mikhail.kropachev@travelline.ru