

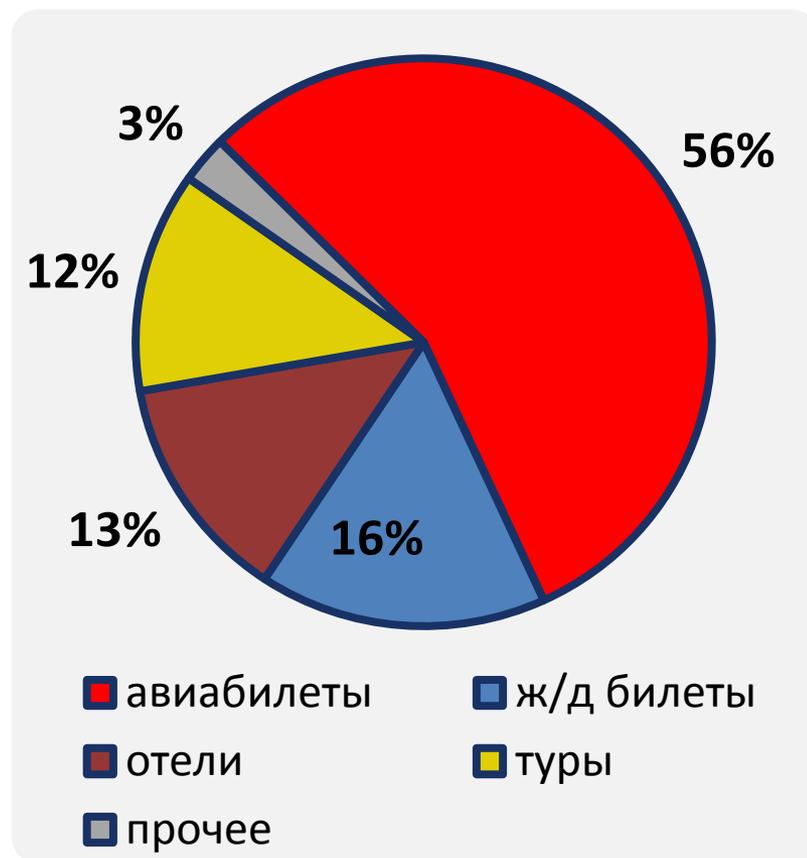
# Продавцы авиабилетов в онлайн: сравнение популярности и источники трафика

Data Insight

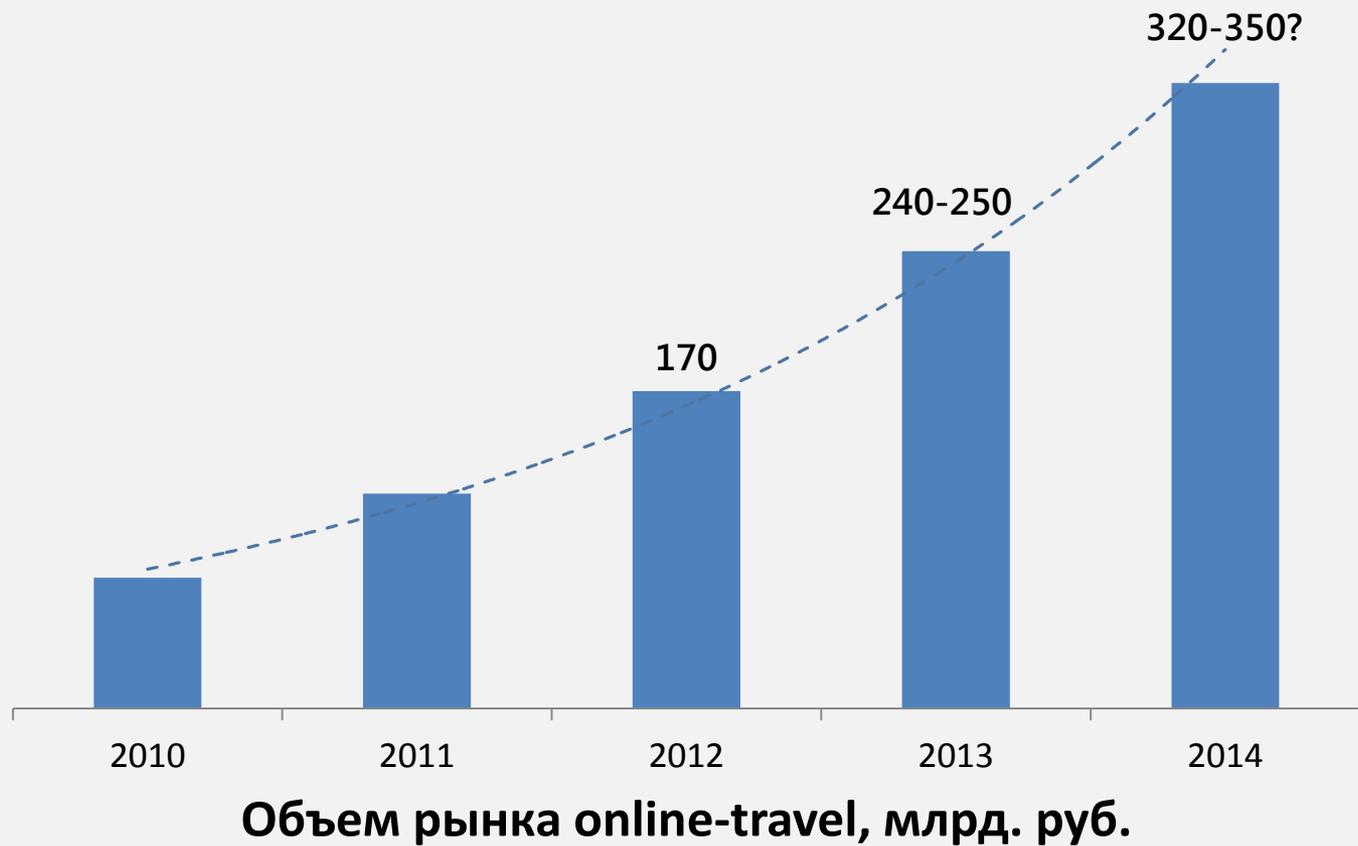
на основе презентации на конференции  
Маркетинг авиатранспортных услуг – 2013  
ноябрь 2013

# Российский рынок online-travel

- **170 млрд. рублей** (2012)
- в т.ч. онлайн-продажи авиабилетов – 98 млрд.
- рост рынка в 2012 г. **+50%**
- прогноз на 2013 г. **+40%** до 240-250 млрд. рублей



# Динамика рынка



# Подробнее об объеме рынка и аудитории

Другие презентации Data Insight о рынке  
online-travel в России

- Объем и динамика рынка, а также профиль новых покупателей [ноябрь 2013]  
[www.slideshare.net/Data\\_Insight/data-insight-ettravel2013](http://www.slideshare.net/Data_Insight/data-insight-ettravel2013)
- Онлайн-покупатели турслуг: профиль аудитории и сравнение сегментов рынка [апрель 2013]  
[www.slideshare.net/Data\\_Insight/ss-18610437](http://www.slideshare.net/Data_Insight/ss-18610437)

# ДЕМОГРАФИЯ И ГЕОГРАФИЯ РОСТА

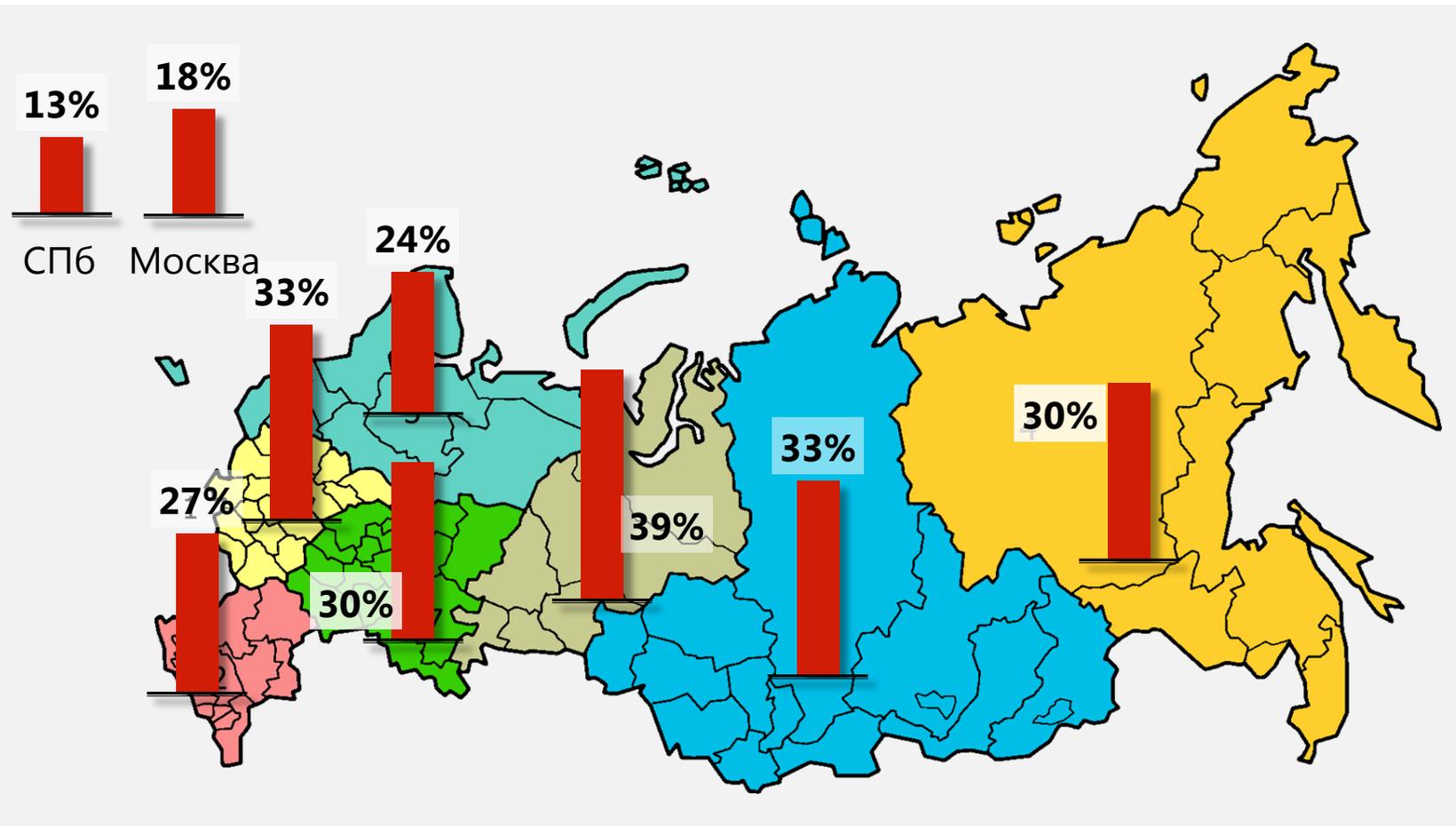
# За счет кого растет аудитория?

Аудитория онлайн-покупателей авиабилетов растет в основном за счет:

- интернет-пользователей с небольшим стажем (<5 лет)
- ... которые 2-3 года назад начали платить в онлайн за иные услуги
- ... и доходы которых заметно ниже доходов тех, кто раньше начал покупать билеты в онлайн

Приток новых покупателей смещает аудиторию в регионы, притом не только в города-миллионники

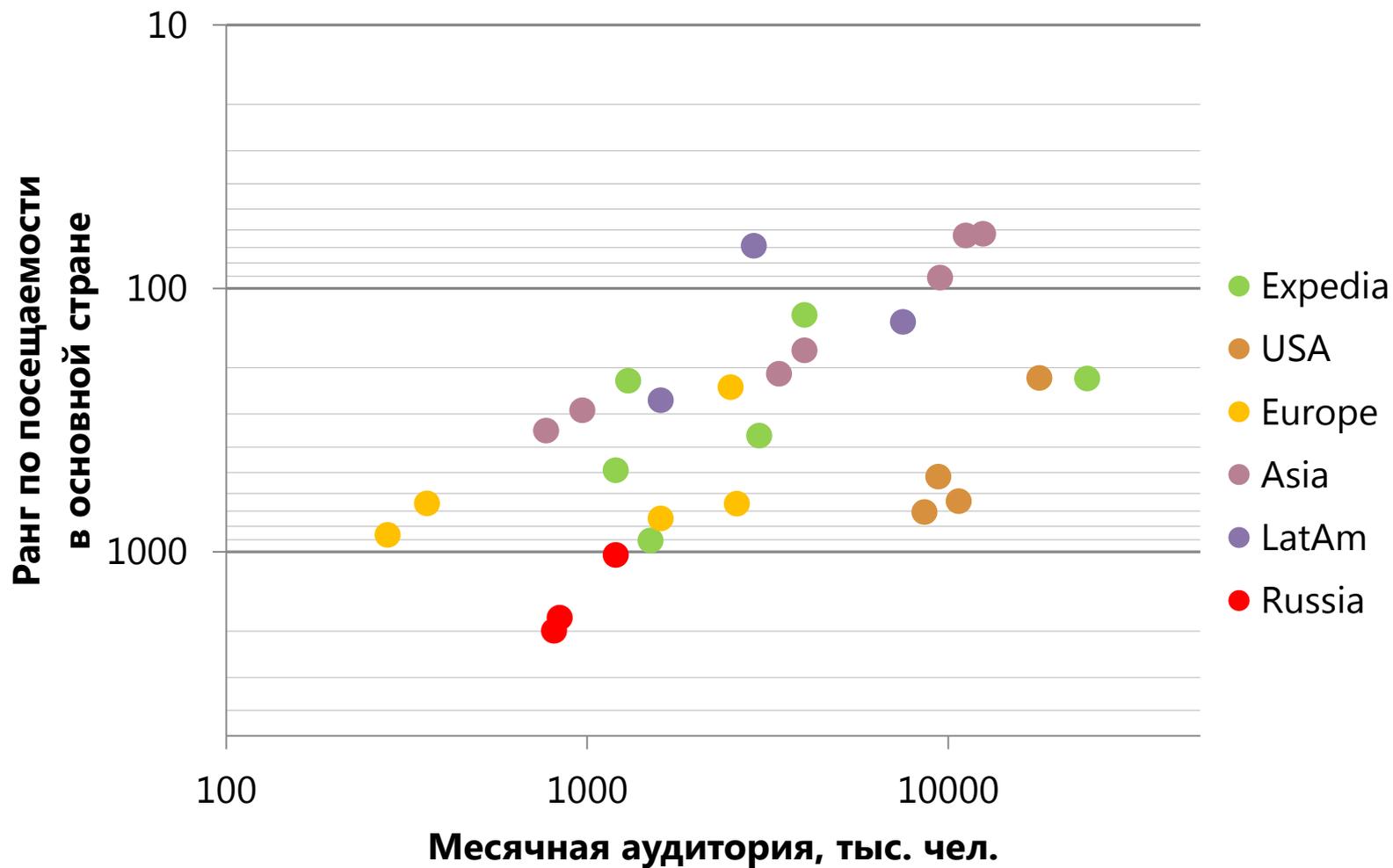
# География роста: пример



Рост за год количества поисковых запросов «авиабилеты»

**КАКОВ ПОТЕНЦИАЛ РОСТА ?**  
**ЗАВИСИТ ОТ ТИПА ИГРОКОВ**

# Позиции ОТА в России и в мире

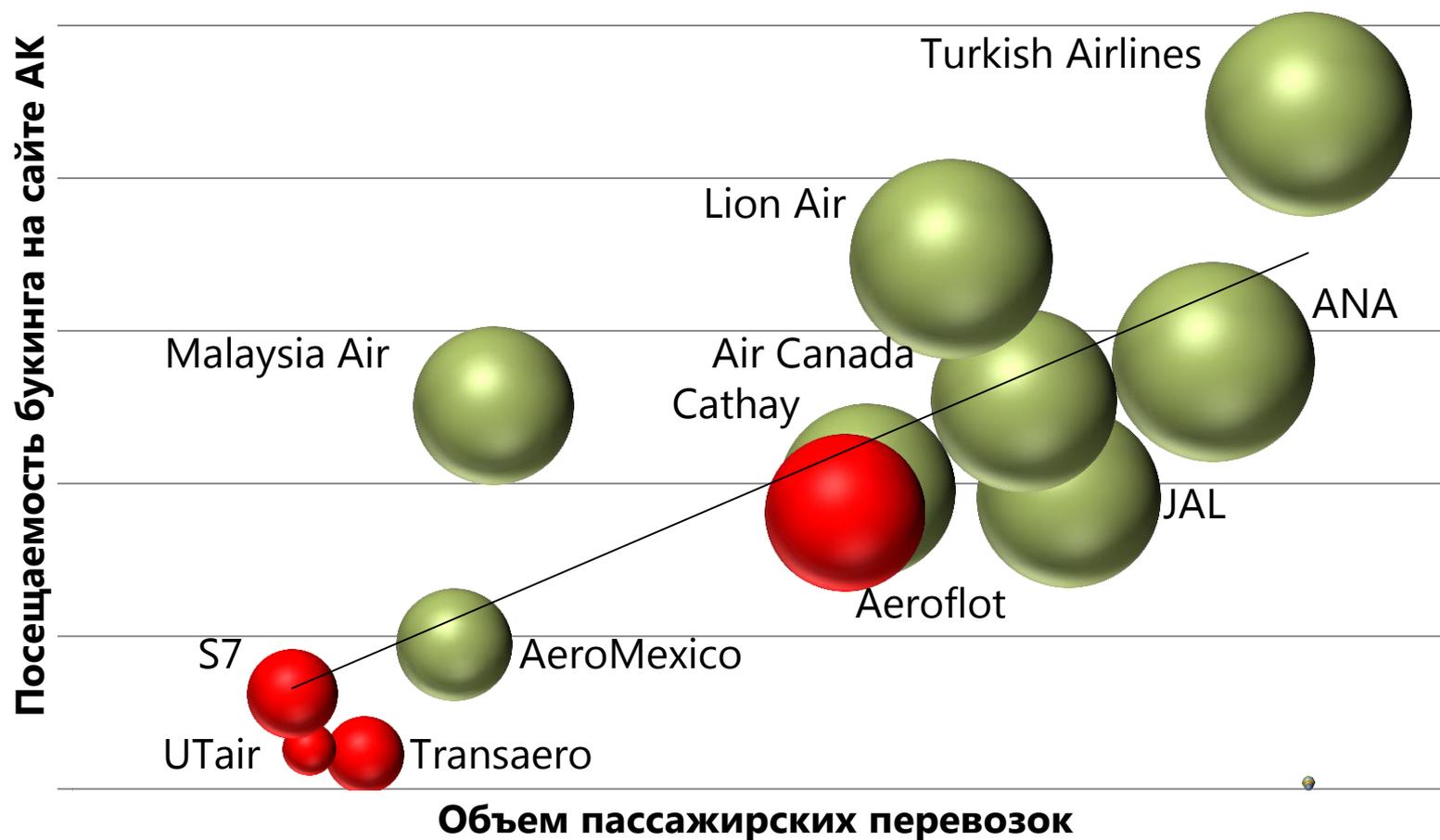


# ОТА в России: количественное оставание

- Масштаб ведущих российских ОТА в разы меньше того, что можно было бы ожидать при таких размерах авиарынка и интернет-аудитории
- Россия – единственный крупный рынок, где в топ-1000 наиболее посещаемых сайтов нет ни одного ОТА
- По относительной посещаемости ОТА Россия уступает и странам с большим проникновением интернета и авиаперевозок, и странам с меньшим проникновением

А каковы онлайн-успехи российских авиакомпаний в сравнении с перевозчиками из других стран ?

# Онлайн-продажи АК в России и в мире

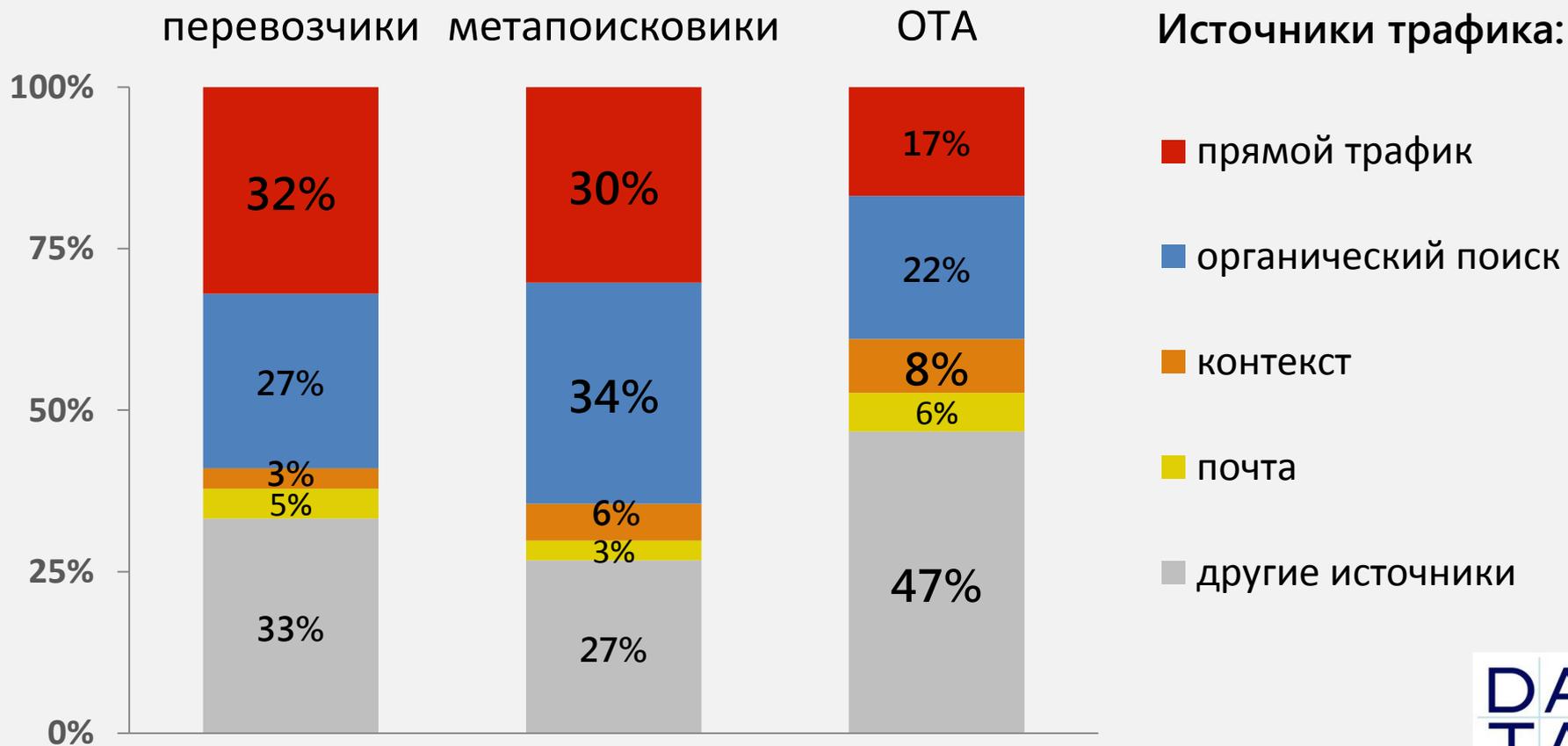


# Прямые онлайн-продажи АК: прогнозы

- Рост онлайн-продаж авиакомпаний пока продолжается
- Пример Аэрофлота:
  - ускорение роста продаж через сайт с ~+50% в 2011 г. до ~+60% в 2012 г.
  - ускорение роста посещаемости booking.aeroflot.ru с +75% в конце 2012 г. до +80% в настоящее время
- Но в среднесрочной перспективе можно ожидать:
  - рост конкуренции за посетителей/покупателей со стороны ОТА
  - смещение основного роста в сегмент ОТА
  - усиление роли сайтов и мобильных приложений авиакомпаний как инструментов брендинга/CRM

# ИСТОЧНИКИ ТРАФИКА

# Откуда приходят посетители?



# Основные получатели трафика

При оценке структуры источников трафика учитывались данные по следующим наиболее посещаемым сайтам:  
(список в алфавитном порядке)

## Перевозчики

Aeroflot.ru  
S7.ru  
Transaero.ru  
Utair.ru

## Метапоиск

Aviasales.ru  
Kayak.ru  
Momondo.ru  
Skyscanner.ru

## Онлайн-агентства

Anywayanyday  
Aviacassa.ru  
Aviakassa.ru  
Eviterra.com  
Onetwotrip.com  
Ozon.travel  
Senturia.ru  
Svyaznoy.travel  
Trip.ru  
Tripsta.ru

# Прямой трафик

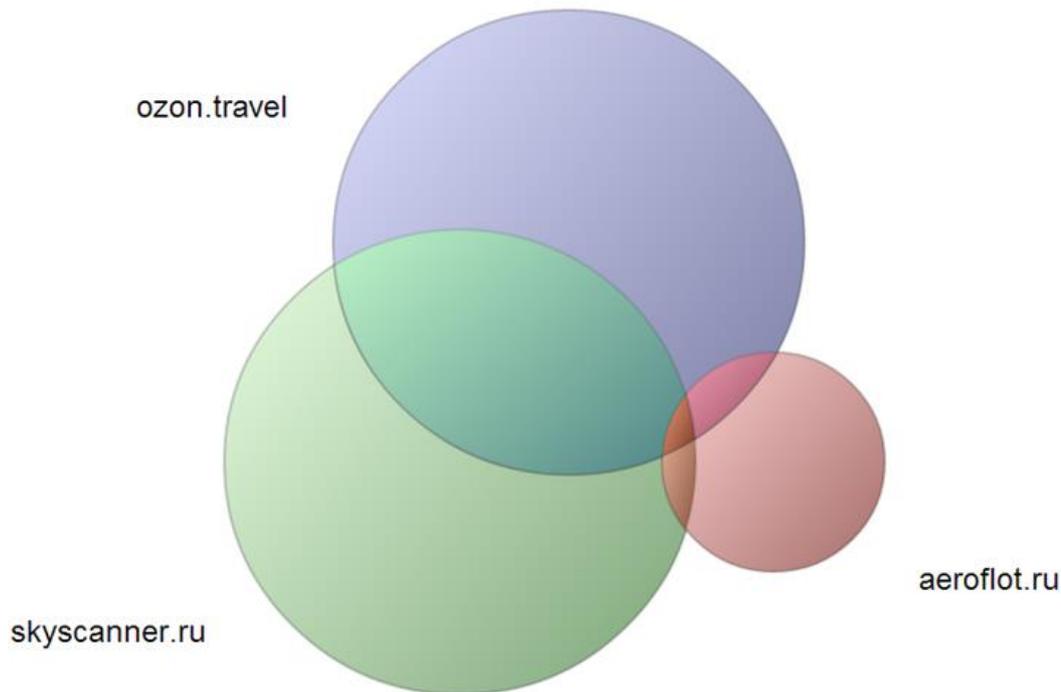
- прямой трафик (без определенного внешнего источника перехода) – показатель силы бренда сайта
- это 26% трафика на крупнейшие билетные сайты Рунета
- менее чем 5% трафика для многих ОТА (aviacassa.ru, aviakassa.ru, svaznoy.travel, tripsta.ru)
- ... и около 40% трафика для anywayanyday.com (у остальных ОТА - менее 1/3) и некоторых авиакомпаний
- по абсолютным объемам прямого трафика лидируют
  - aeroflot.ru
  - skyscanner.ru
  - anywayanyday.com

# Органический поисковый трафик

- поиск (бесплатный) дает в среднем 28% трафика на крупнейшие авиабилетные сайты Рунета
- для некоторых сайтов поиск обеспечивает более 50% трафика (например, [aviacassa.ru](http://aviacassa.ru) , [aviakassa.ru](http://aviakassa.ru))
- в то же время [onetwotrip.ru](http://onetwotrip.ru), [svyanoj.travel](http://svyanoj.travel) и [tripsta.ru](http://tripsta.ru) менее 20% аудитории получают из поиска
- по абсолютным объемам получаемого поискового трафика лидируют [aeroflot.ru](http://aeroflot.ru) и крупнейшие метапоисковики (Skyscanner, Aviasales)

# Поиск: слабая конкуренция

- многообразии поисковых запросов, связанных с путешествиями и авиатранспортом, огромно
- так что пересечение между топ-сайтами по запросам (генерирующим трафик) невысоко



# Контекстный рекламный трафик

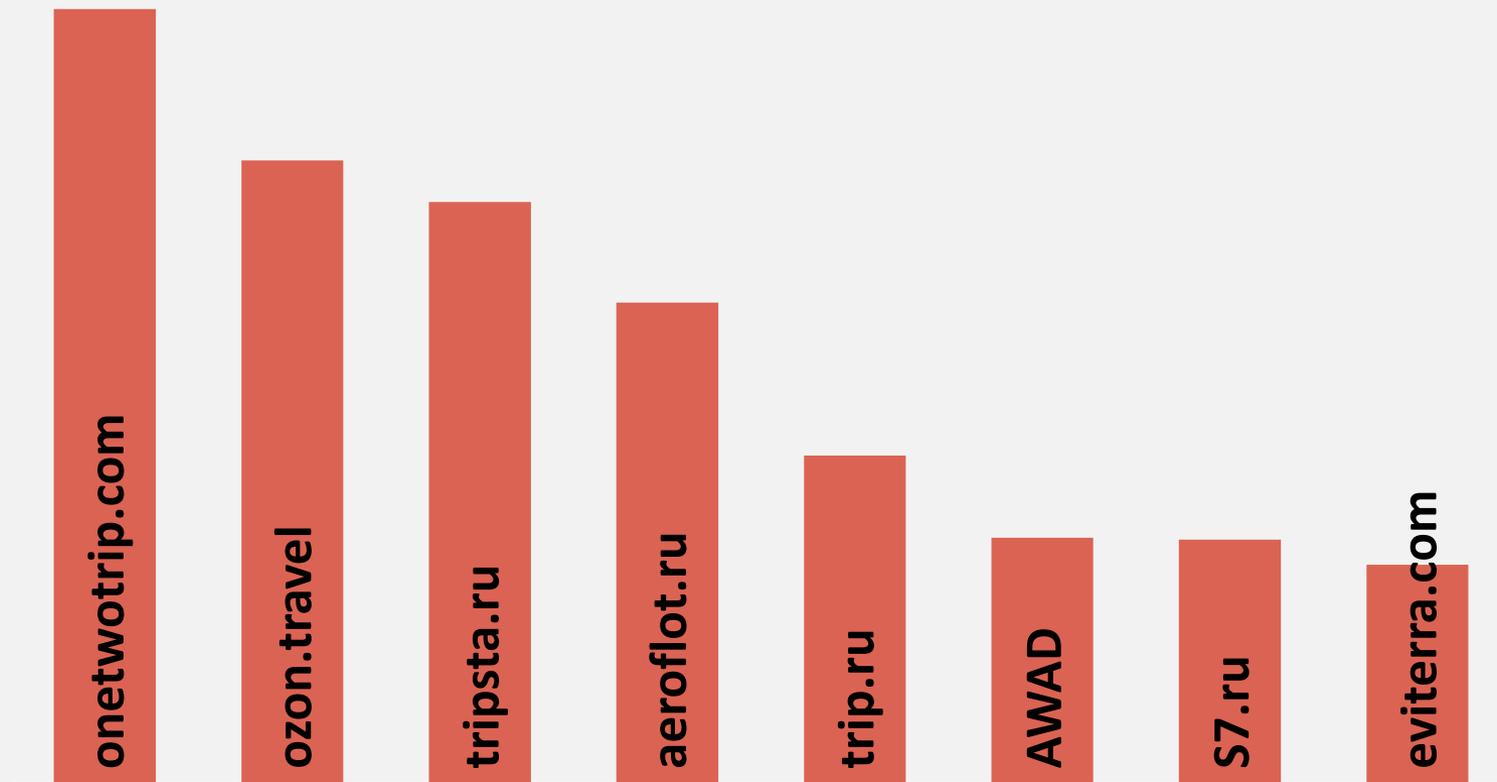
- 2/3 крупнейших игроков активно используют контекстную рекламу для привлечения посетителей
- для некоторых сайтов контекстная реклама обеспечивает более 10-20% трафика
- лидеры по количеству переходов из «контекста»:  
Ozon.travel, Aviasales.ru, Anywayanyday.com
- рекламные кампании лидеров: тысячи объявлений по десяткам тысяч запросов
- исключения (не используют или мало используют «контекст»): сайты перевозчиков (кроме Аэрофлота), а также tripsta.ru, senturia.ru и eviterria.com

# Другие источники

- в среднем около 1/3 трафика обеспечивают переходы с «прочих» сайтов
- разброс доли подобных источников от 5-10% до более чем 50% (например, Svyaznoy.ru, Tripsta.ru)
- сюда входят разные источники:
  - метапоисковики
  - контентные проекты туристической тематики
  - «материнские» сайты (Ozon.ru, Svyaznoy.ru)
  - рекламные сети – притом разного типа и качества
- доля переходов из социальных сетей у всех менее 2%

# Переходы из метапоисковых сервисов

## Топ получателей трафика



# Data Insight

Исследовательская компания **Data Insight**

Исследования рынков e-commerce и интернет-рекламы

Контакты:

[a@datainsight.ru](mailto:a@datainsight.ru)

+7 495 5405906

[www.datainsight.ru](http://www.datainsight.ru)

[www.facebook.com/DataInsight](http://www.facebook.com/DataInsight)

[www.slideshare.net/Data Insight](http://www.slideshare.net/Data_Insight)

