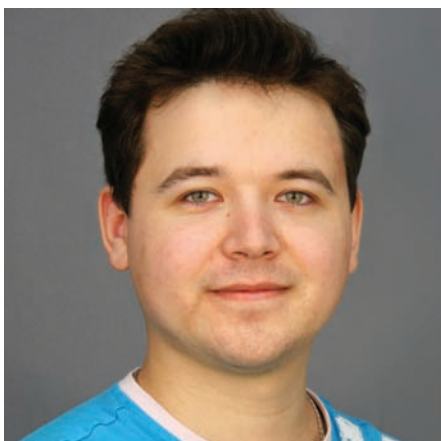
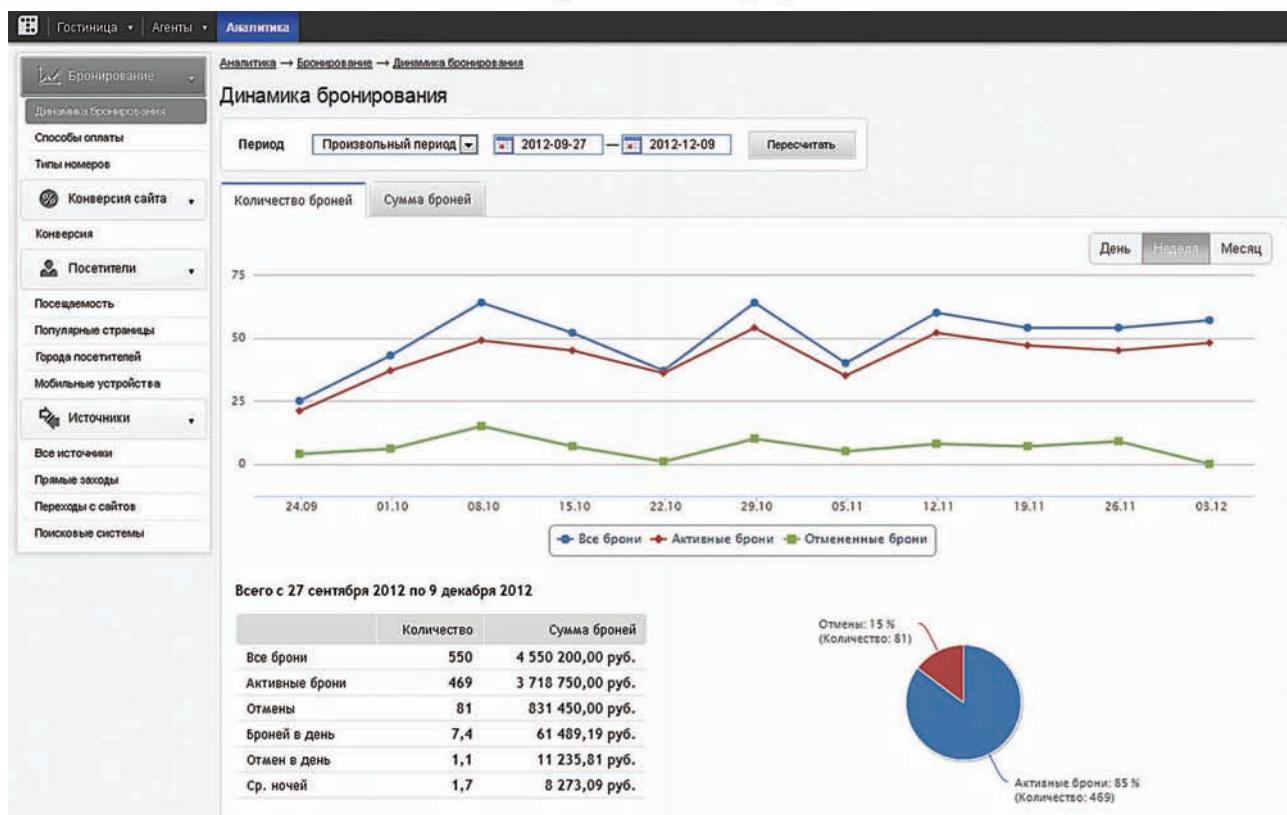


“TravelLine: Аналитика” - новая система контроля эффективности сайта



Антон Ломакин, руководитель проектов компании TravelLine

В конце 2012 года компания TravelLine представила рынку бесплатный интернет-сервис «TravelLine: Аналитика». Его пользователи получают полный контроль над посещаемостью сайта и добиваются максимального числа онлайн-броней. По функциональности решение напоминает сервисы Google Analytics и «Яндекс.Метрика», но с одним серьёзным отличием. «Аналитика» создана специально для индустрии гостеприимства и решает специфические задачи отельеров.

В этой статье я расскажу, что же особенного в новом продукте TravelLine, почему он столь полезен, и какие выгоды «Аналитика» несёт средствам размещения. Но для начала определимся с базовой терминологией. Приходилось ли вам слышать о конверсии трафика? В двух словах, конверсия — это отношение числа броней к общему числу посетителей интернет-ресурса.

«TravelLine: Аналитика» — это инструмент контроля и повышения конверсии трафика.

Контроль конверсии трафика

1% — это средний показатель конверсии для индустрии онлайн-продаж. Знаете ли вы, какой результат показы-

вает ваш сайт? Если нет, самое время подключиться к «Аналитике» от TravelLine. Этот сервис ежедневно измеряет конверсию, регистрирует ее колебания, пики и спады продаж. На основании собранной статистики строится 16 видов графиков и отчетов. Изучая эту информацию, вы получаете полное представление об эффективности собственного сайта.

Конверсия трафика зависит от множества условий. На первом месте дизайн и функциональность сайта, цены в отеле, наличие спецпредложений и дополнительных услуг. Любые изменения этих параметров так или иначе влияют на поведение посетителей. Иногда простой перенос кнопки «Забронировать» из одной части страницы в другую повышает конверсию на десятки процентов.

«Аналитика» — это мощнейший инструмент, который отслеживает влияние изменений сайта на число забронированных номеров. Представьте, что теперь вы можете менять компоновку собственного интернет-ресурса, корректировать онлайн-тарифы, предлагать новые услуги и с математической точностью отслеживать эффективность своих действий. «Аналитика» показывает путь к идеальным продажам, ориентируясь на потребности и особенности гостиничного бизнеса.

Измерение посещаемости сайта

Надо сказать, что работа с конверсией — это малая часть функциональности сервиса. Формат статьи не позволяет рассказать обо всем, поэтому я опишу лишь основные возможности «Аналитики». Одна из них — точный анализ посещаемости гостиничного сайта. Наш сервис предоставляет пользователю полную информацию о популярности интернет-ресурса.

Вы спросите, зачем нужна подобная статистика? Дело в том, что повышать конверсию бессмысленно, если ваш сайт посещает мало потенциальных гостей. Используя отчеты «Аналитики», вы оцениваете потенциал своего сайта. Стоит ли работать над конверсией или нужно сначала поднять посещаемость? На этот важный вопрос отвечает наш сервис.

Еще одна возможность «TravelLine: Аналитики» — сбор информации о самых посещаемых страницах вашего сайта. Эти данные невероятно полезны при оценке интереса к спецпредложениям и платным услугам отеля. Вы легко отслеживаете ситуацию, когда посетители сайта игнорируют страницу с описанием какой-либо услуги. Выявив проблему, остается лишь поместить предложение на более заметное место или просто изменить оформление ссылки.

Определение источников трафика

Знаете ли вы, откуда посетители приходят на ваш сайт? Надеюсь, что да, ведь повышение популярности интернет-ресурса — это далеко не всегда позитивное событие. Хорошо, если людей «приводит» к вам поисковик. А если сайт отеля упомянут на интернет-форуме в тексте негативного комментария? Подобные ситуации нужно отслеживать, чтобы уберечь репутацию.

«Аналитика» рассказывает о ваших потенциальных гостях. Узнав, откуда пришли посетители, вы легко корректируете свой сайт согласно их интересам, ожиданиям или потребностям. Обнаружив на сайте отеля полезную информацию, люди с большой вероятностью станут вашими гостями. Подстраиваясь под существующую аудиторию, вы повышаете свои онлайн-продажи.

Анализ точек входа на сайт

Всегда полезно знать, на какие страницы вашего сайта обычно приходят посетители. В реальной жизни это далеко не всегда главная страница. Если вы видите, что пользователям поисковых систем предлагается, к примеру, раздел «Погода» вашего сайта, ситуацию нужно срочно менять. В противном случае конверсия посещаемой и популярной страницы будет стремиться к нулю.

«TravelLine: Аналитика» покажет, какие страницы нужно скорректировать для повышения эффективности сайта. Тогда пришедшие с поисковых систем посетители увидят именно ту информацию, которую ожидают. Они продолжат изучение сайта и забронируют номер. Подобный результат почти исключен, если страница входа содержит мало полезных для посетителя данных.

«TravelLine: Аналитика» — полный контроль над посещаемостью сайта!

Выше я упомянул несколько ключевых возможностей нового продукта TravelLine. К сожалению, вместить все функции системы в одну статью невозможно. Остается буквально в нескольких строках перечислить, что еще

можно делать с помощью «Аналитики»:

- **определять страницы сайта, на которых пользователи проводят больше всего времени.** Расположите в этих разделах продающие элементы, и число броней повысится;
- **изучать поисковые запросы, по которым посетители находят ваш сайт.** Дайте людям информацию, которая им нужна, и посетители сайта станут вашими гостями;
- **контролировать пики и спады онлайн-продаж.** Планируйте свою ценовую политику, основываясь на точных данных об уровне онлайн-продаж;
- **просматривать списки городов, где живут посетители вашего сайта.** Получайте больше информации о потенциальных гостях и планируйте рекламные кампании в других городах;
- **измерять популярность методов оплаты при онлайн-бронировании.** Узнавайте, какие способы расчета повышают число броней.

Впрочем, даже теперь список возможностей не полон. Лучший способ почувствовать всю мощь новейшего сервиса — попробовать его самому. Затрачивая всего 5 минут в день на изучение отчетов «TravelLine: Аналитики», вы получаете 100% информации о происходящем на сайте отеля. Вы получаете именно то, что нужно профессиональному отельеру. Без лишних данных и «воды».

Как стать пользователем «TravelLine: Аналитики»?

А теперь самое интересное. На данный момент сервис аналитики бесплатен для всех партнеров TravelLine. Весной появится коммерческая версия, а пока мы делаем отельерам такой вот шикарный подарок. Вы получаете полный контроль над посещаемостью собственного сайта и онлайн-продажами, просто связавшись с нами по телефону 8 800 555-20-30. Звоните!

