

Медиа МТС Travel: гипотезы, которые работают в контенте

Лидия Страхова

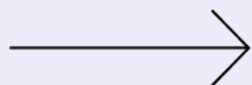
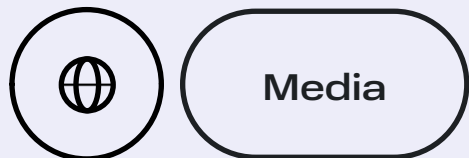
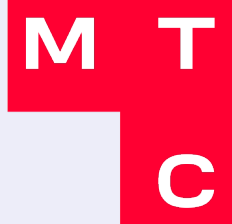


Издатель медиа
МТС Travel



TRAVEL

Из чего состоит MTC Travel



Медиа о путешествиях

Бренд-журнал MTC Travel
Онлайн-путеводители
Портал «Тонкости туризма»
> 2,5 млн MAU

MTC Travel — сервис бронирования отелей

Более 200 000 отелей
в России и за рубежом

Bronevik.com — отельный консолидатор

Более 50 000 прямых контрактов,
4 000 населенных пунктов
в России и СНГ

Особенности рынка travel в России

80%

Опрошенных уже пользуются сервисами бронирования жилья*

Лидера нет

Пользователи не различают сервисы бронирования жилья*

до 4 раз

В год путешественники бронируют жилье самостоятельно**

Customer Journey

Самостоятельные путешественники ведут себя нелинейно*



Особенности travel-контента и как он влияет на восприятие

68%

Выше частотность

Повторных визитов совершается в течение 30 дней, те частотность использования от 2 раз в мес***

84%

Выше запоминаемость

респондентов вспомнили, что переходили на онлайн-путеводители от МТС Travel, а 69% вспомнили, что за контент смотрели*

*По данным МТС BigData, телефонные опросы, январь 2023, **По данным «Тонкости Туризма», Yandex Metrika, за 2022



Мы декомпозировали
контент по воронке
продаж (модель AIDA).

А далее -
декомпозировали метрики,
которые планировали
использовать для оценки
эффективности контакта
из рекламных каналов



Метрики, которые мы отслеживали

admire

interest

desire

action

loyalty

advocacy

Первичные поведенческие метрики

MAU, глубина просмотра, длительность сессии, BR

Узнаваемость Бренда

Top of mind, Spontaneous awareness, Prompted awareness

Восприятие Бренда

Показатели восприятия ключевых атрибутов бренда

Эффективность брендированного контента

Охват и CTR отдельных блоков, стоимость 1 мин внимания

Эффективность канала

CPU, CPA, GMV прямых и ассоциированных конверсий

Удовлетворенность сервисом

Показатель brand preference по BHT, NPS, Purchase intent, CSAT

Возвратность пользователей

Retention 1-3-7-30-90d



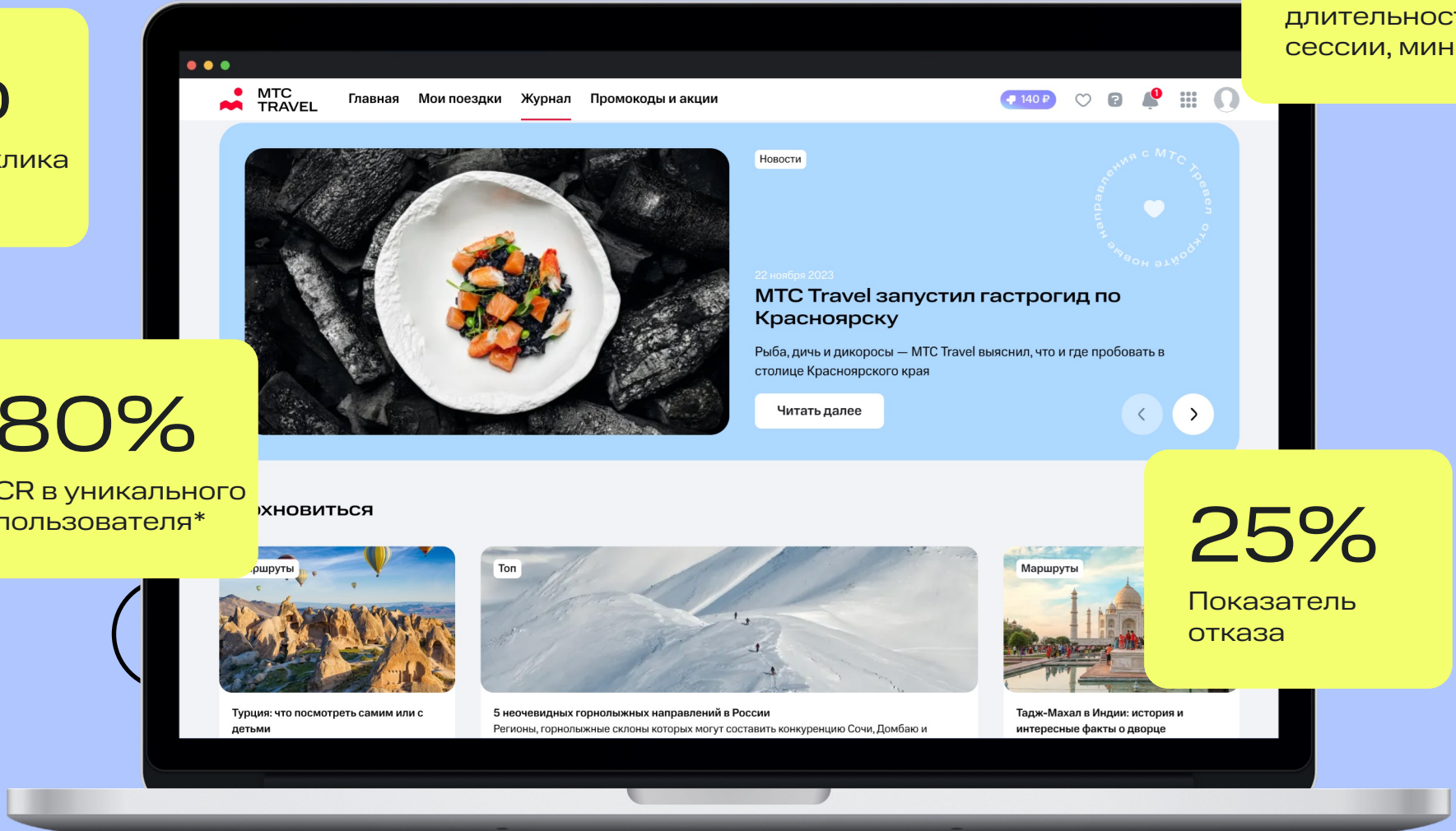
КРІ на запуск

38 р
Стоимость клика по рекламе

3:00
длительность сессии, мин

80%
CR в уникального пользователя*

25%
Показатель отказа



*Отношение визитов на странице к кликам по рекламному сообщению

Гипотезы в креативах



Нужно дать что-то полезное и НЕ рекламное



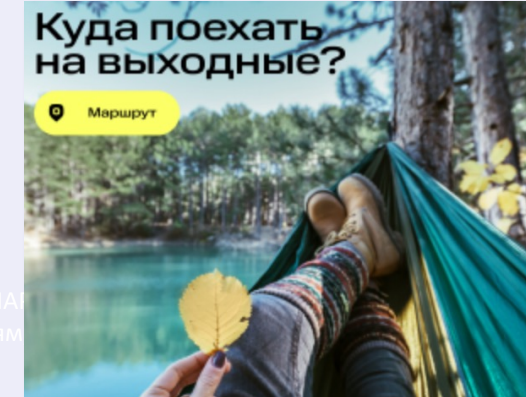
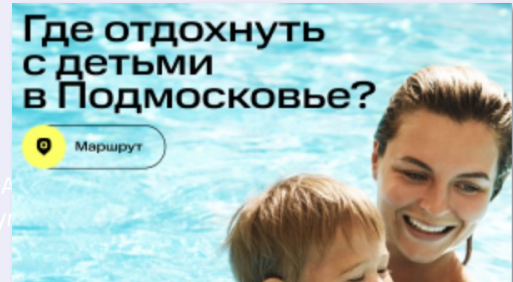
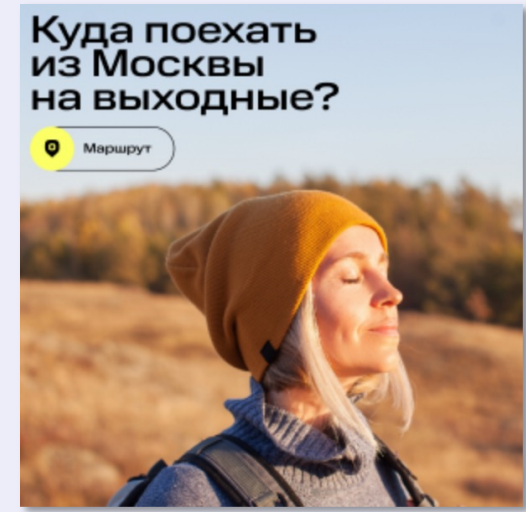
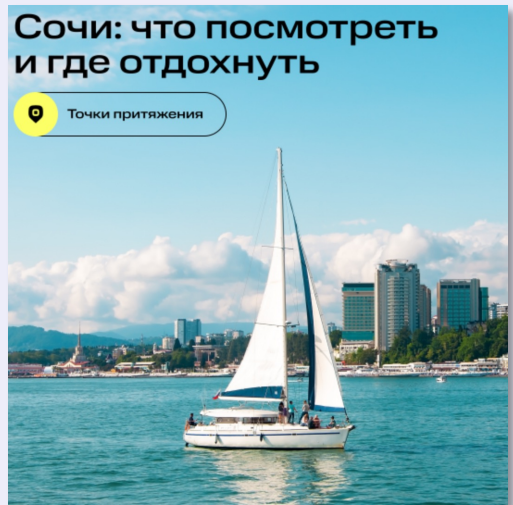
Нужны А/Б тесты с лого МТС Travel на креативах и без



Триггерное сообщение нужно стоять по структуре «проблема-решение»



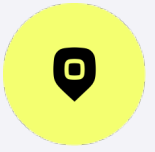
Визуалы должны отвечать сезону



Гипотезы в контенте



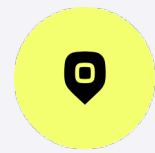
Нужно использовать контент в путеводителях, что вовлекают в sms-коммуникации



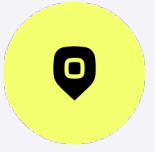
Локации в текстах нужно определять по объему турпотока и сезонности



Интерес к контенту типа «инструкций» будет выше



Еда работает в путеводителях – и будет работать в digital-каналах



Отдельные блоки работают лучше гиперссылок в текстах


Топ



10 отелей Турции с водными горками
 Расскажем о некоторых отелях с собственными водными развлечениями

3 марта 2023

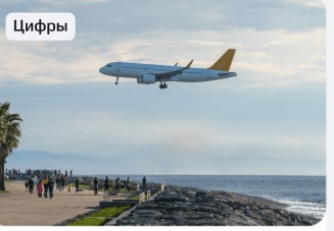
Инструкции



Как пересаживаться в крупном аэропорту Стамбула
 Важные детали, чтобы не запутаться в аэропорту

3 марта 2023


Цифры



Россия восстановила авиасообщение с Турцией

9 марта 2023


Маршруты



Выходные в Москве. Маршрут по столице за 2 дня

9 марта 2023

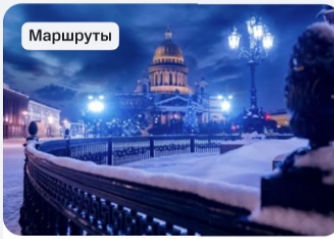
Инструкции



Как спланировать путешествие в Каппадокию
 Главное, за чем едут в Каппадокию, — это полёты на воздушных шарах или наблюдение за ними. Рассказываем, как организовать свой отдых с аэростатами и не только.

4 марта 2023

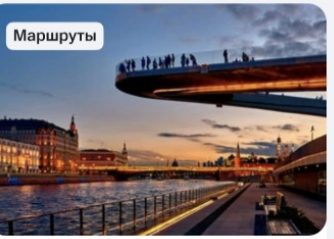
Маршруты



Маршруты



Маршруты



Гипотезы в рекламных каналах



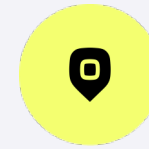
Самая активная аудитория «сидит» в соц.сетях и мессенджерах



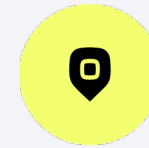
В «сетках» контакт будет дешевле и релевантнее, если настроить показ по WL-листу



ТГО в Яндекс поиске работает лучше «по горячему спросу» и вчз



Промо-страницы в «Дзен» должны лучше конвертировать в «уника», тк формат выглядит нерекламным



Programmatic в «мобилке» может сработать лучше рыночных бенчей

РЕКЛАМА
Топ-10 эко-отелей в регионах
Комфортный отдых с деревенским колоритом

Подборка

travel.mts.ru

Сельский туризм в России: подборка эко-отелей

Подборка мест для комфортного отдыха с деревенским колоритом

Узнать больше

Живописные места Сочи

Маршрут

travel.mts.ru

Сочи: идеи для отдыха

Красивые места и достопримечательности легендарного города-курорта.

- Интересные места >
- Развлечения >
- Места для прогулок >
- Необычные локации >
- Где поесть >

Узнать больше

Идея для отдыха: глэмпинг
Реклама · 18+

Собрали топ-10 глэмпингов в России — мест для отдыха на природе со всеми удобствами

Топ-10 глэмпингов в России:
отдых на природе и гостиничный комфорт

Подборка

Подробности на MTC Travel

Перейти

Откройте свой Петербург
Реклама · 18+

Путеводитель по культурной столице, который подстраивается под ваши интересы

Соберите свой гид по Петербургу
На сайте MTC Travel

Настроить Петербург

TRAVEL

Подробнее

РЕКЛАМА

Топ-10 отелей в горах Кавказа

Подборка

Как выглядел цикл тестирования гипотез



Гипотеза для запуска – это микс контента + креативов + рекламного инвентаря

Рабочая связка: контент+креатив+канал

Директ

Travel_Media_short_trips_net_uzk_msk
Кампания № 106766729
■ Остановлено

Настройки кампании

Ключи
Группа № 5395042428
■ Остановлено

Обзор **β**
Кампании
Рекомендации 1
Конверсии
Статистика
Библиотека
Инструменты
Информация

Тематические слова

Ключевые фразы ⓘ
Слова или словосочетания, с которыми совпадает тематика площадки или интересы пользователя, для показа ваших объявлений.

Музей Сергиева Посада	Средний охват	×
Монастыри Серпухова	Средний охват	×
Музеи Коломны	Средний охват	×
Коломенский кремль	Средний охват	×
Рязанский кремль	Средний охват	×
Успенский собор	Высокий охват	×
Трубежная набережная	Низкий охват	×
Боровск Веря	Низкий охват	×
Тульский кремль	Средний охват	×
Музеи Туль		

Введите ф...
10 фраз из 20

Креативы с лого
10 низких и средних ключей
CPC – 11 руб
BR – 13%

travel.mts.ru Реклама

Отпусти Москву на праздники

Подборка идей для поездки за город на февральские и мартовские выходные.

MTC TRAVEL

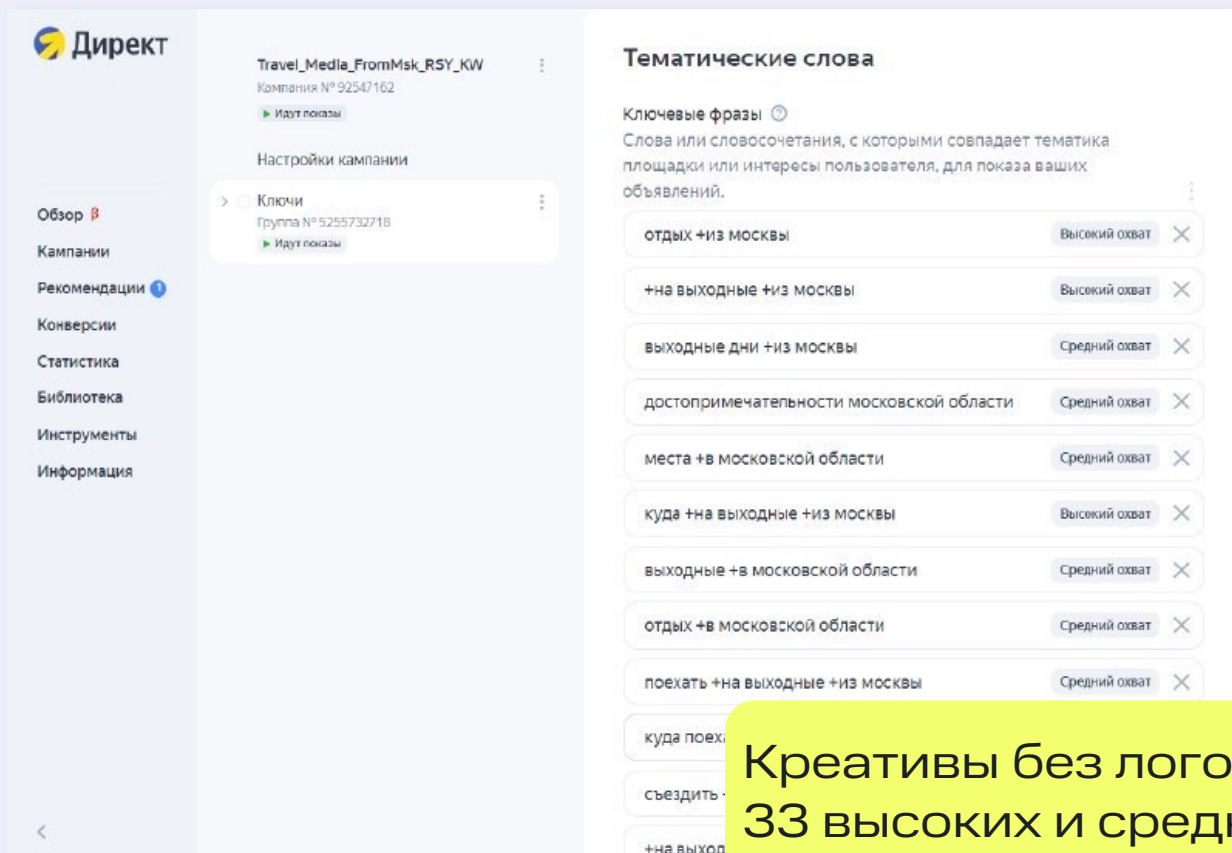
Отпусти город на праздники

Идеи для отдыха

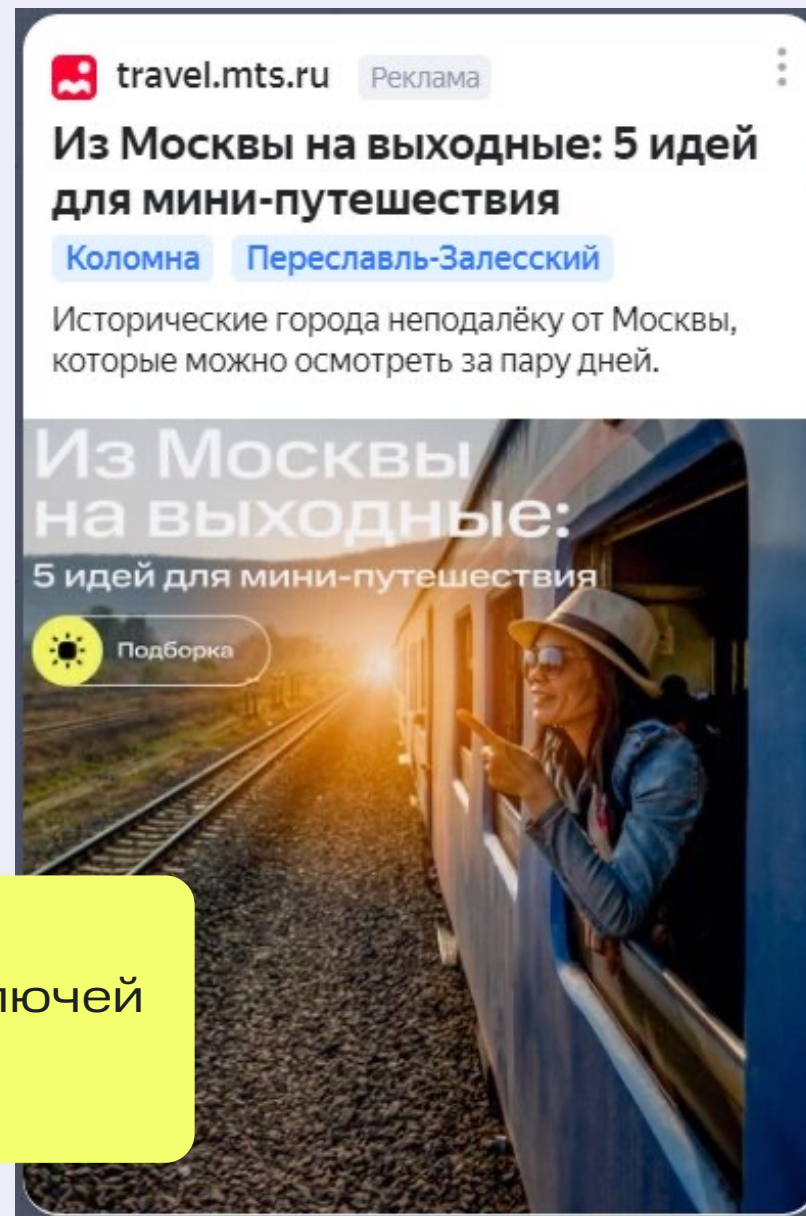
Смотреть

*Путешествия
Реклама: ООО «МТС ТРЭВЭЛ», ИНН 9709081870.






Рабочая связка: контент+креатив+канал



Креативы без лого
 33 высоких и средних ключей
 CPC – 5 руб
 BR – 7%



Какие выводы мы сделали

-  **Коммуникация** в креативах **без указания бренда** работает лучше
-  **Контент по узким локациям плохо работает в digital-каналах**, тк емкость мала и точно невозможно определить интерес к такому контенту
-  **Топ-локации по объему турпотока** с сезонными креативами – **драйвят лиды внутри контента**
-  **Гастро-контент генерит трафик из всех рекламных каналов** и снижает CPC
-  На генерацию трафика и действий по воронке внутри контента лучше работают **ТГО в Яндексе (поиск+рся)**, при настройке **высоко и средне частотных ключей**



Спасибо за внимание!

Медиа

Путеводители

М Т
С



Лидия Страхова
lastrakhov@mts.ru



TRAVEL