

**ostrovok.ru**

# Работа с системами онлайн бронирования

Октябрь 2013

# ВЕДУЩИЙ ЛОКАЛЬНЫЙ ИГРОК НА РЫНКЕ ОНЛАЙН-БРОНИРОВАНИЙ ОТЕЛЕЙ РФ

## Ostrovok ведущий локальный сервис бронирования отелей:

- Ориентир на русскоговорящих пользователей и туристов направляющихся в Россию
- Мы нацелены как на Россию так и на СНГ, предоставляя возможность бронирования отелей 300млн. потребителей



Растущее число пользователей сайта...



...увеличивает количество бронирований



# УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА OSTROVOK.RU

**Ostrovok один из самых заметных игроков на Российском рынке:**

Локальный сервис бронирования отелей №1:

– Впечатляющий ежеквартальный рост:

+ 96% (Q1 2012 к Q4 2012)

+ 48% (Q1 2013 к Q2 2013)

– Быстрорастущая база прямых контрактов с отелями в России и СНГ:

- Более 7000 прямых контрактов с отелями

- Более 120 тысяч отелей через сторонних поставщиков

– Высокий процент возвращающихся клиентов:

– Высокий уровень удовлетворенности клиентов:

- Net Promoter Score 53% (такой же как у Google)



# ИСТОРИЯ КОМПАНИИ

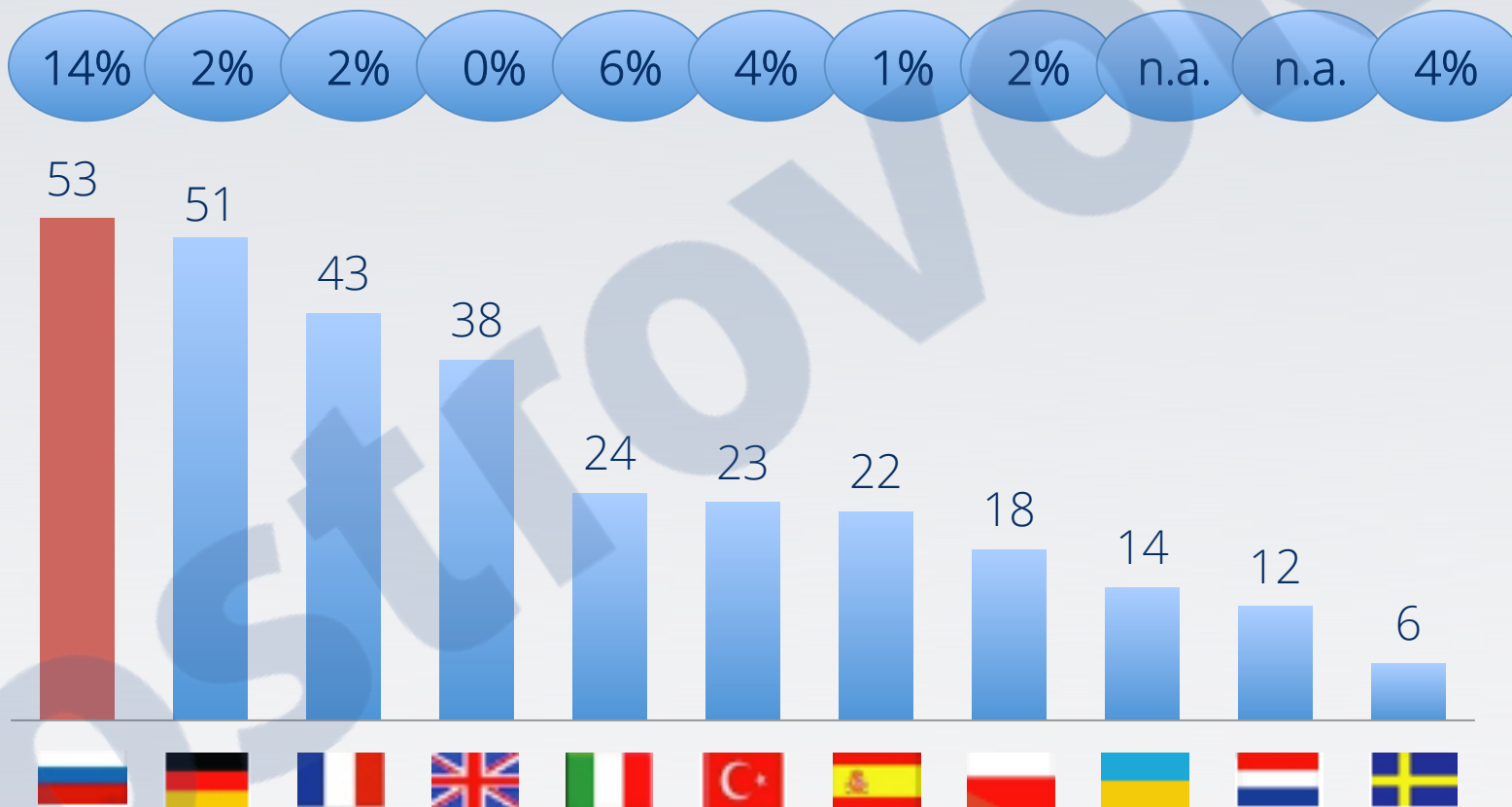




# Динамика рынка

# «РУНЕТ» – ИНТЕРНЕТ РЫНОК №1 В ЕВРОПЕ СО ЗНАЧИТЕЛЬНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ РОСТА

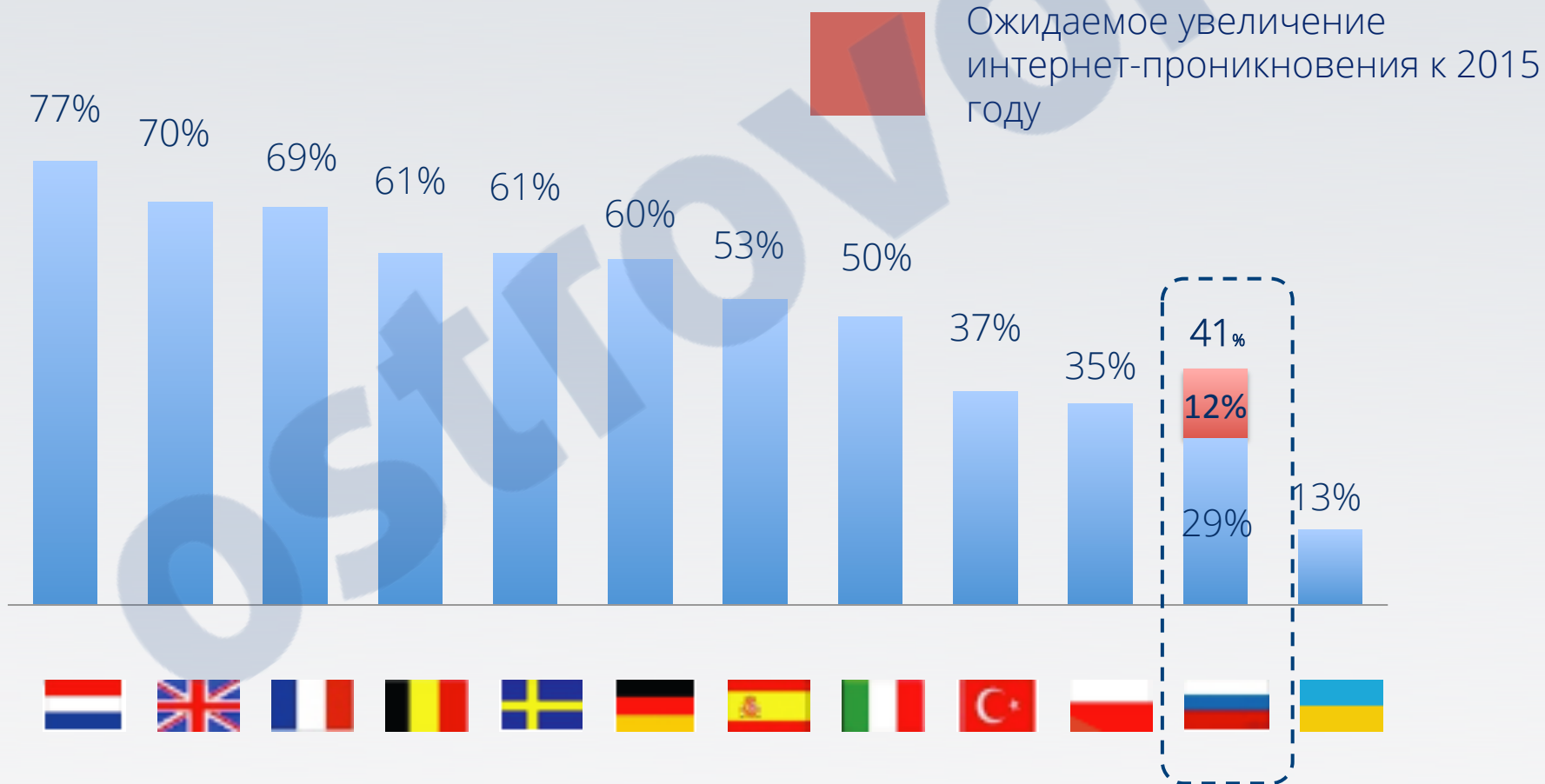
Объем и темп роста онлайн аудитории в 2011г<sup>(1)</sup> (млн.)



Источники:  
(1) GP Bullhound Research (June 2012);

# «РУНЕТ» – ИНТЕРНЕТ РЫНОК №1 В ЕВРОПЕ СО ЗНАЧИТЕЛЬНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ РОСТА

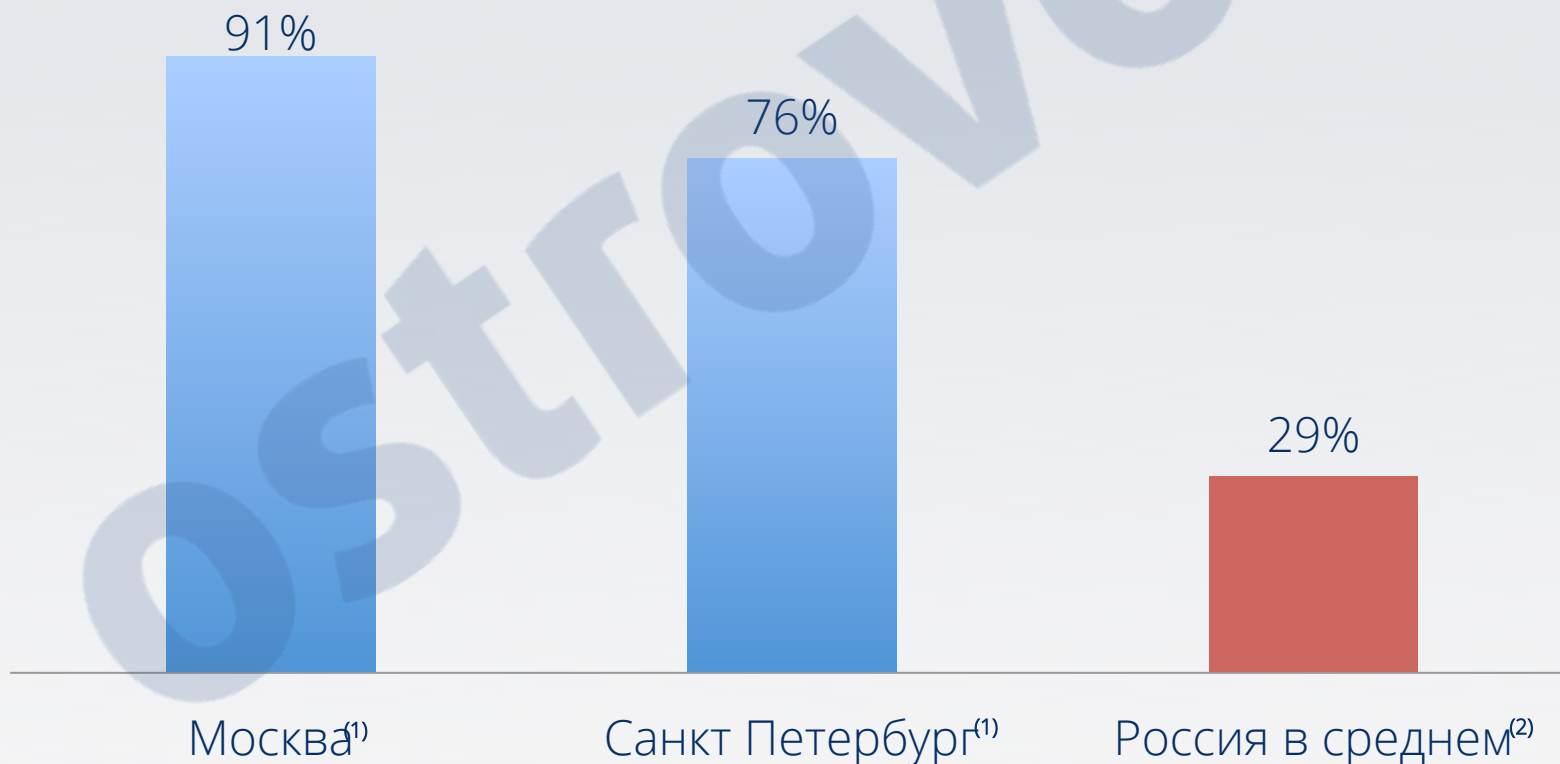
Общий уровень проникновения высокоскоростного интернета<sup>(1)</sup>



Источники:  
(1) Screen Digest (September 2012), Internet Securities Research;

# «РУНЕТ» – ИНТЕРНЕТ РЫНОК №1 В ЕВРОПЕ СО ЗНАЧИТЕЛЬНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ РОСТА

Общий уровень проникновения высокоскоростного интернета<sup>(2)</sup>.  
Регионы – основной источник роста.

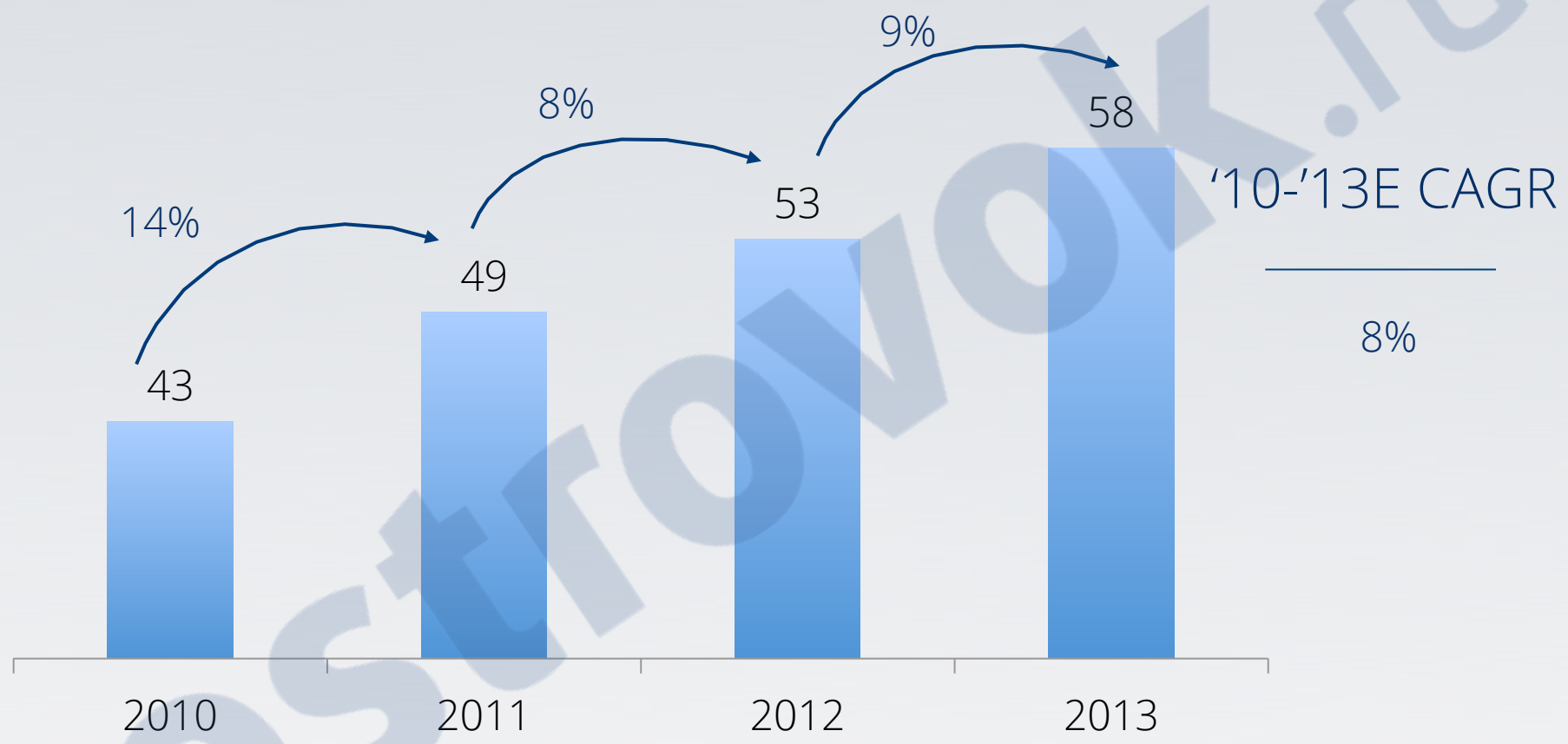


Источники:

(1) GP Bullhound Research (June 2012);

(2) Screen Digest (September 2012), Internet Securities Research;

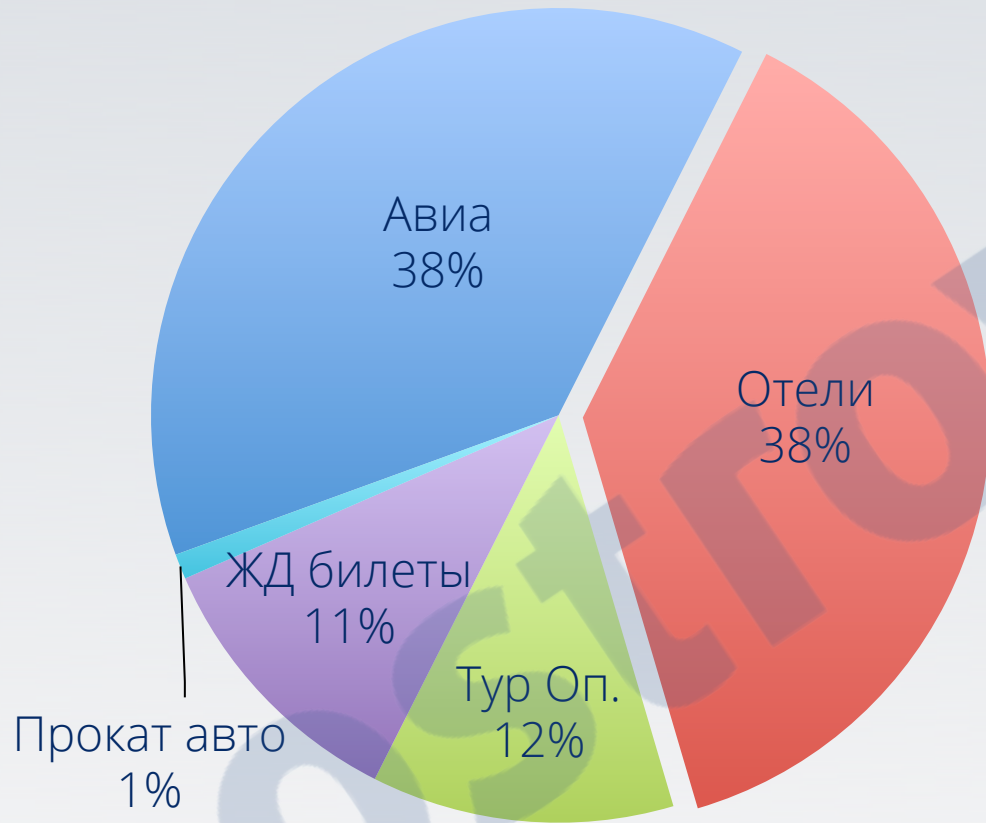
# ДИНАМИКА РЫНКА ТУРИЗМА РОССИИ (млрд.\$)



Средний чек выше чем в среднем в мире – \$600\* против \$275 в США

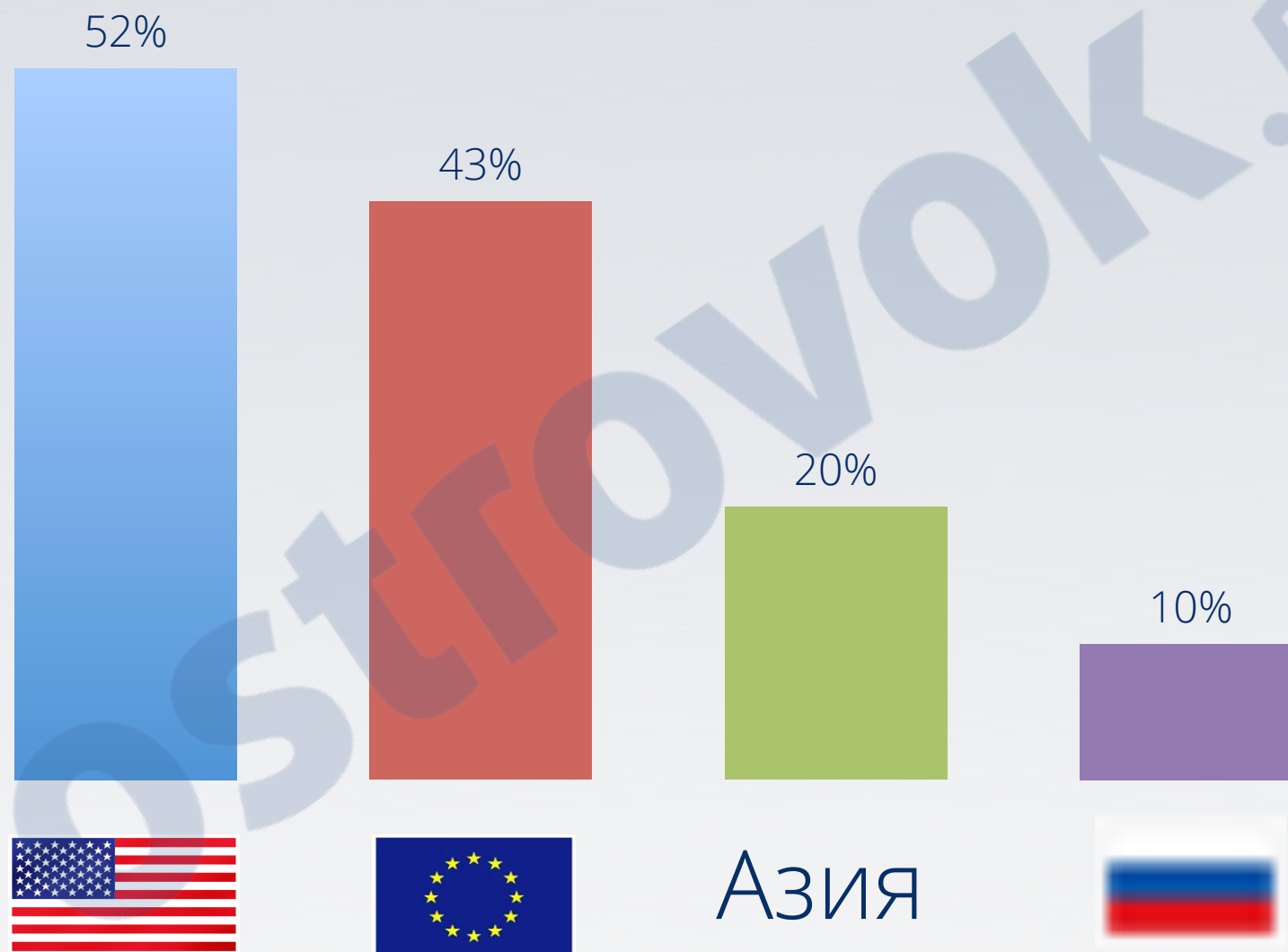
Источник/Заметки:  
(\*) Данные компании  
(1) PhoCusWright за Июнь 2012, Восточная Европа  
(2) только развлекательные и частные деловые поездки

# СОСТАВЛЯЮЩИЕ РЫНКА ТУРИЗМА



Рынок отелей составляет \$22млрд., при общем объеме рынка туризма в \$58млрд<sup>(1)(2)</sup>

# ОНЛАЙН ПРОНИКНОВЕНИЕ РЫНКА ОТЕЛЕЙ <sup>(1)</sup>



Источник/Заметки:  
(\* ) Данные компании  
(1) PhoCusWright за Июнь 2012, Восточная Европа



# ДИНАМИКА ПРОНИКНОВЕНИЯ ОНЛАЙН ТУРИЗМА<sup>(1)</sup>



# Варианты работы

ostrovok.ru

# POST-PAY / PRE-PAY

Оплата во время заезда в отель

Оплата до заезда в отель на сайте

Оплата гостем в момент заезда в отель. Кредитная карта используется в качестве гарантии, либо не используется вообще

Оплата проживания происходит через систему в момент бронирования отеля

Комиссия переводится раз в месяц за все прожитые бронирования

Деньги за проживание переводятся отелю раз в месяц за все прожитые бронирования за вычетом комиссии системы

# NET RATES

## Особенности:

- Net Rates (B2B2C) – это комбинирование онлайн и офлайн моделей реализации номерного фонда
- Net Rates позволяют привлекать бронирования через:
  - Онлайн партнеров системы:
    - Онлайн агентства
    - Авиакомпании
  - Офлайн партнеров системы:
    - Туристические агентства
    - Банки
  - Технологические платформы:
    - Wholesalers
    - GDS
  - Корпоративные партнеры
    - Системы с закрытым доступом только для сотрудников

## Условия:

Схема участия в программе понятна и знакома, так как представляет собой агентский договор, того же типа, что и с тур.операторами

- NET цены
- Предоставление скидки от BAR до 70%
- Предоставление квоты номеров



# Несколько практических советов

РАЗДЕЛЯЙТЕ!





У МЕНЯ 5+ КАНАЛОВ, ЧТО ДЕЛАТЬ?!

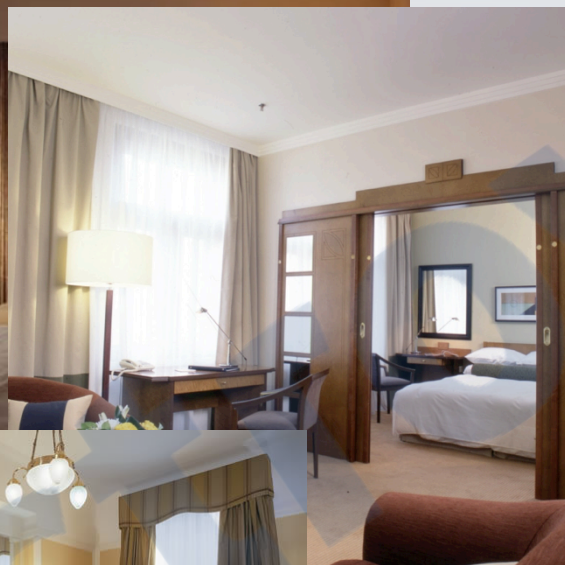




НЕ ЗАБЫВАЙТЕ ОБНОВЛЯТЬ КОНТЕНТ



# ВЫСТАВЛЯЙТЕ ВСЕ КАТЕГОРИИ И ТАРИФЫ



# ИСПОЛЬЗУЙТЕ РАЗДЕЛ «ВАЖНАЯ ИНФОРМАЦИЯ»





# ЗАГРУЖАЙТЕ ДОСТУПНОСТЬ НОМЕРОВ



# И ЧТО ЖЕ ЭТО ДАСТ?

- **Контент** – конверсия отелей, которые постоянно следят за своим контентом выше на **40%**
- **Номера и тарифы** – отели, которые выставляют все номера и тарифы имеют конверсию на **30%** выше
- **Доступность** – отели, у которых доступность загружена на год вперед и не закрыты пиковые даты имеют в **1.5 раза** больше просмотров, и на **50%** выше конверсию

# ПОЧЕМУ ВЫГОДНО БЫТЬ СВЕРХУ СПИСКА

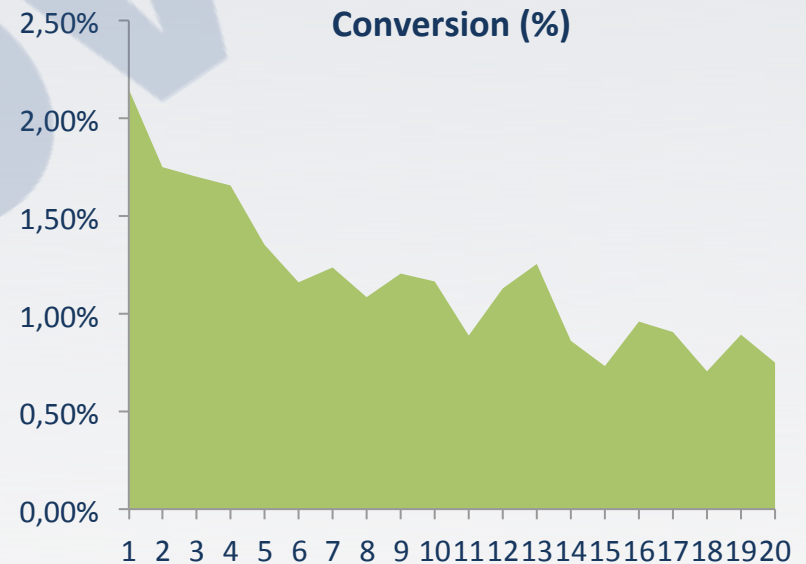
## Увеличение числа кликов

10 первых позиций приносят 50% кликов и 65% заказов, 20 первых позиций приносят 70% кликов и 80% заказов. Доля заказов, с уменьшением позиции, падает быстрее, чем доля кликов.



## Улучшение конверсии

у пользователя так же вызывают интерес те позиции, которые перед глазами. В среднем, конверсия убывает на 0,06 пунктов за позицию. То есть присутствует зависимость (статистическая) конверсии от позиции



# ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ

## На что обращают внимание клиенты:

- Расположение отеля, жалобы типа "сложно найти", "нет указателей";
- Всегда много и придирчиво рассуждают про качество завтрака;
- Готовность персонала помочь гостям, манера общения с гостями;
- Чистота (отдельно всегда много пишут про чистоту белья и ванных комнат);
- Очень много жалоб насчет плохой звукоизоляции.



Просите клиентов оставлять отзывы!



# Q&A

Федор Егоров, [fedor.egorov@ostrovok.ru](mailto:fedor.egorov@ostrovok.ru)