

Анализ отзывов о Таиланде в Интернете

Интернет-агентство
«Ворошилова и партнеры»

г.Москва 2012

С чего все начиналось?



Таиланд – в 2011 году приехало более 1 млн. туристов из России.

Рост турпотока составил +63% по сравнению с 2010 годом.

Почему туристы едут в Таиланд?

Что они там делают?

Что им нравится, а что нет?

Собираются ли они возвращаться?

Много вопросов? Нужны ответ быстро и недорого? Интернет!



Министерство туризма прогнозирует
снижение темпов роста тур.потока
(революция в Египте кончилась)

И планирует новые активности по
Таиланду.

Где и как?

Методика анализа:

Анализ текста (отзывов) на предмет наличия основных точек фрустрации/восторга в потребительском опыте российских туристов в Тайланде



Базы данных

1) Анализ отзывов: 1530 упоминаний 210 уникальных авторов.

2) Мониторинг: 3000 упоминаний за период 1.12.11-5.03.12, из которых 980 релевантных целям исследования.

Основные объекты исследования

Паттайа, Пхукет, Бангкок, Самуи, Пхи Пхи, Чанг, Краби, Хуа Хин, Самет, Ча-ам

Сюрприз 1:

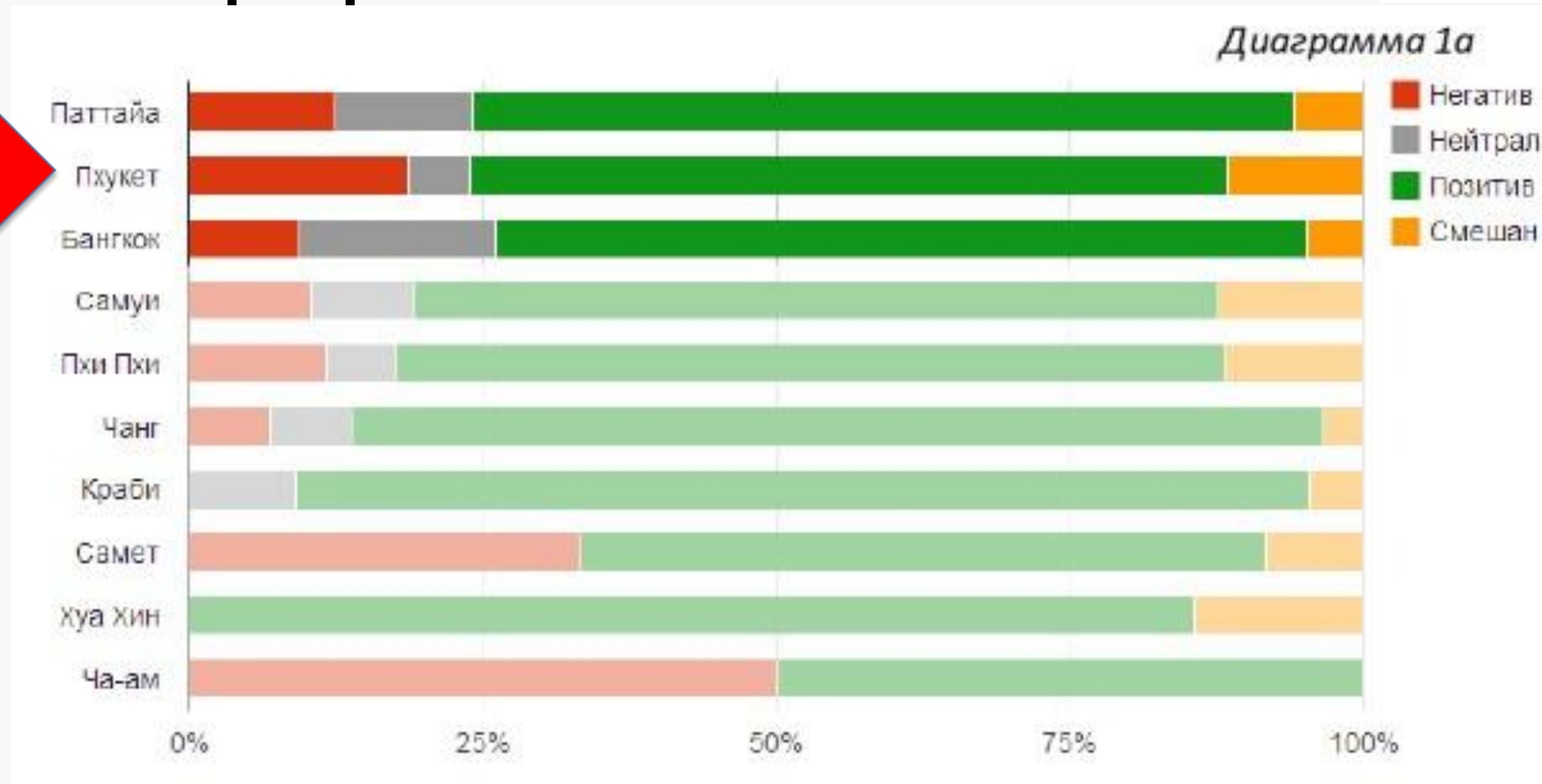
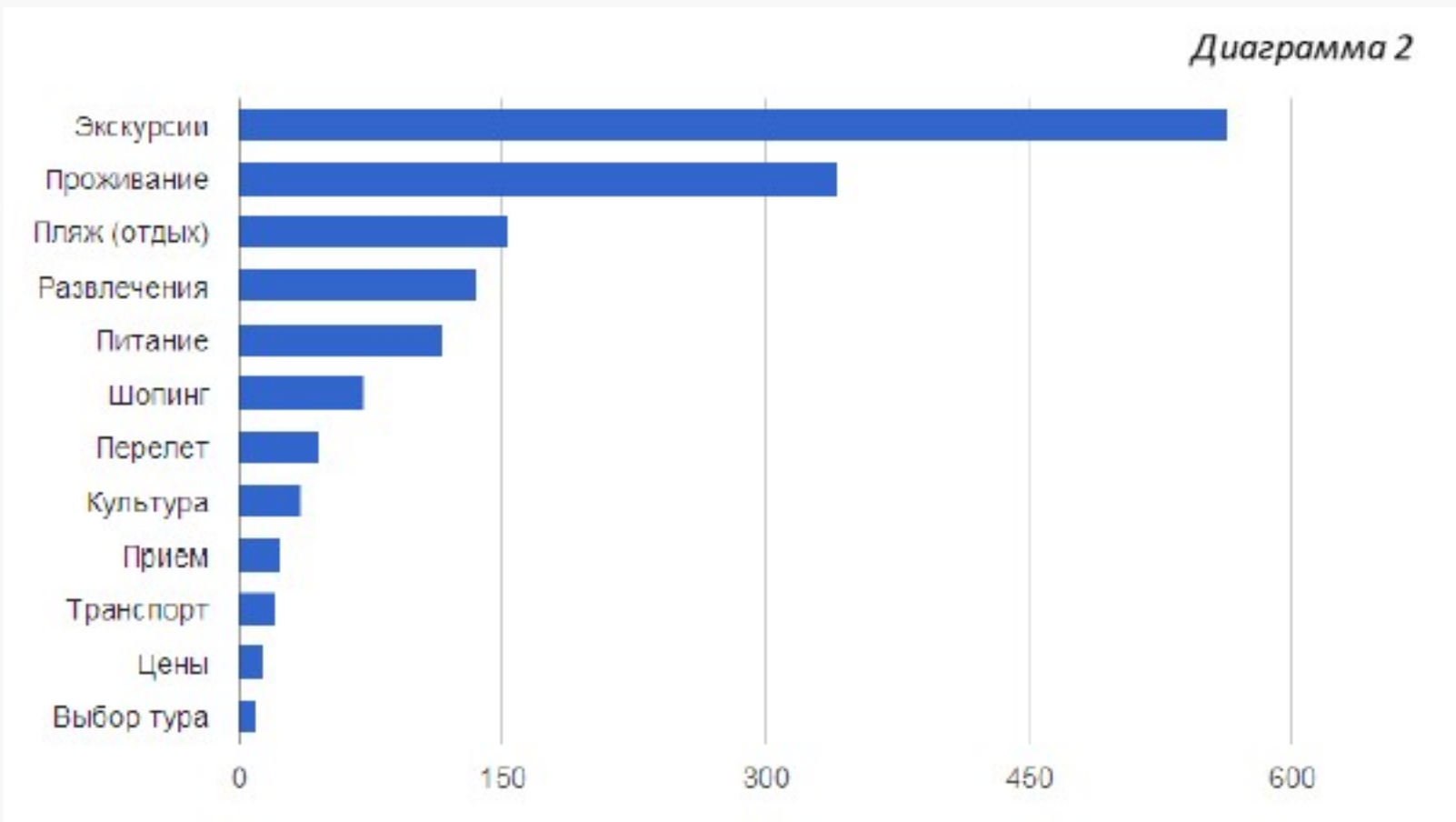
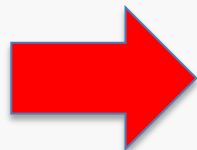


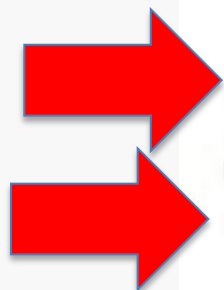
Диаграмма 1а отражает тональность всех упоминаний курортов в контексте различных тем

Сюрприз 2:



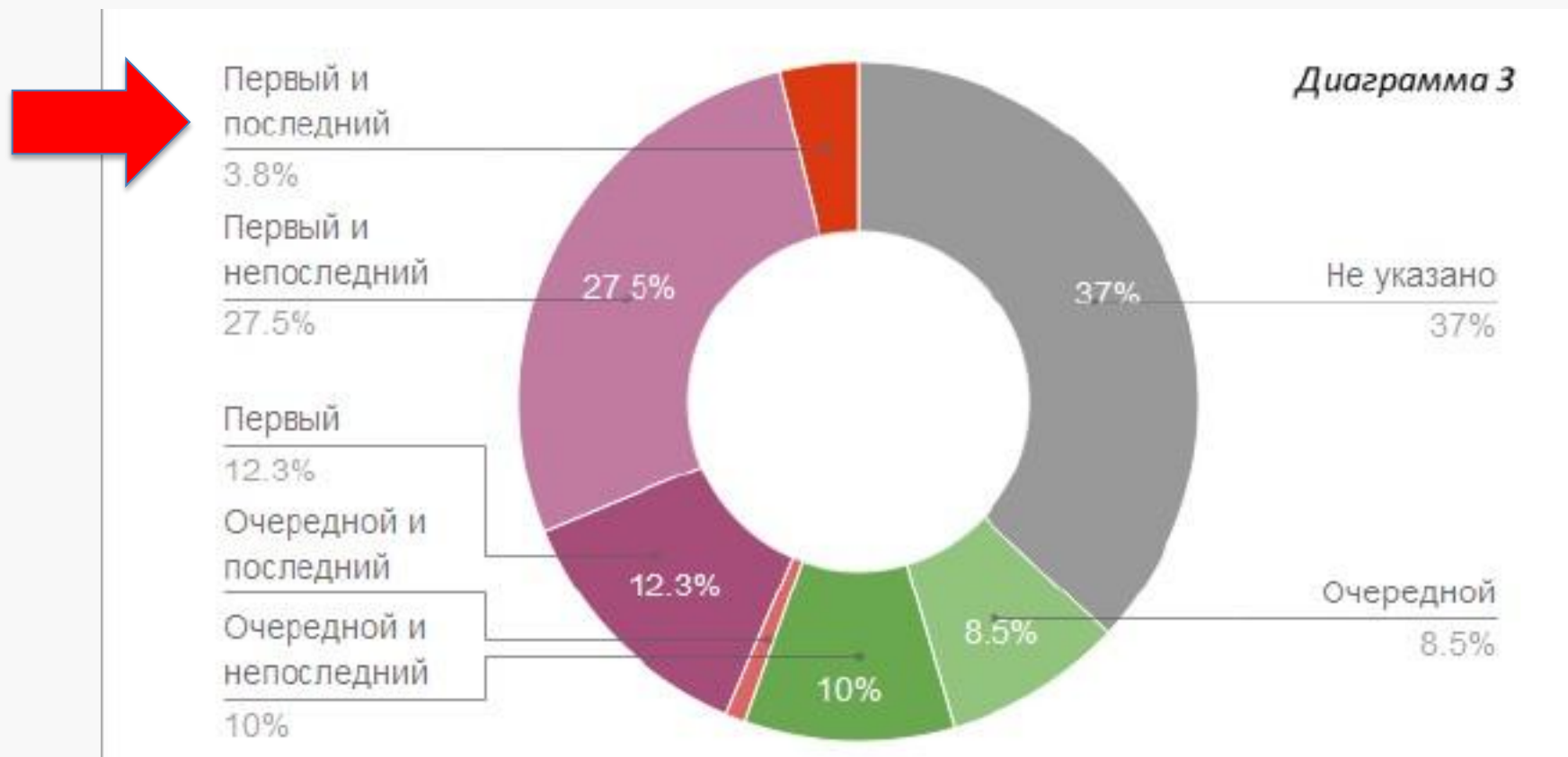
Экскурсии, проживание, пляж, развлечения и питания – ТОП-5
основных тем, которые наибольшим образом волнуют туристов

Сюрприз 3:



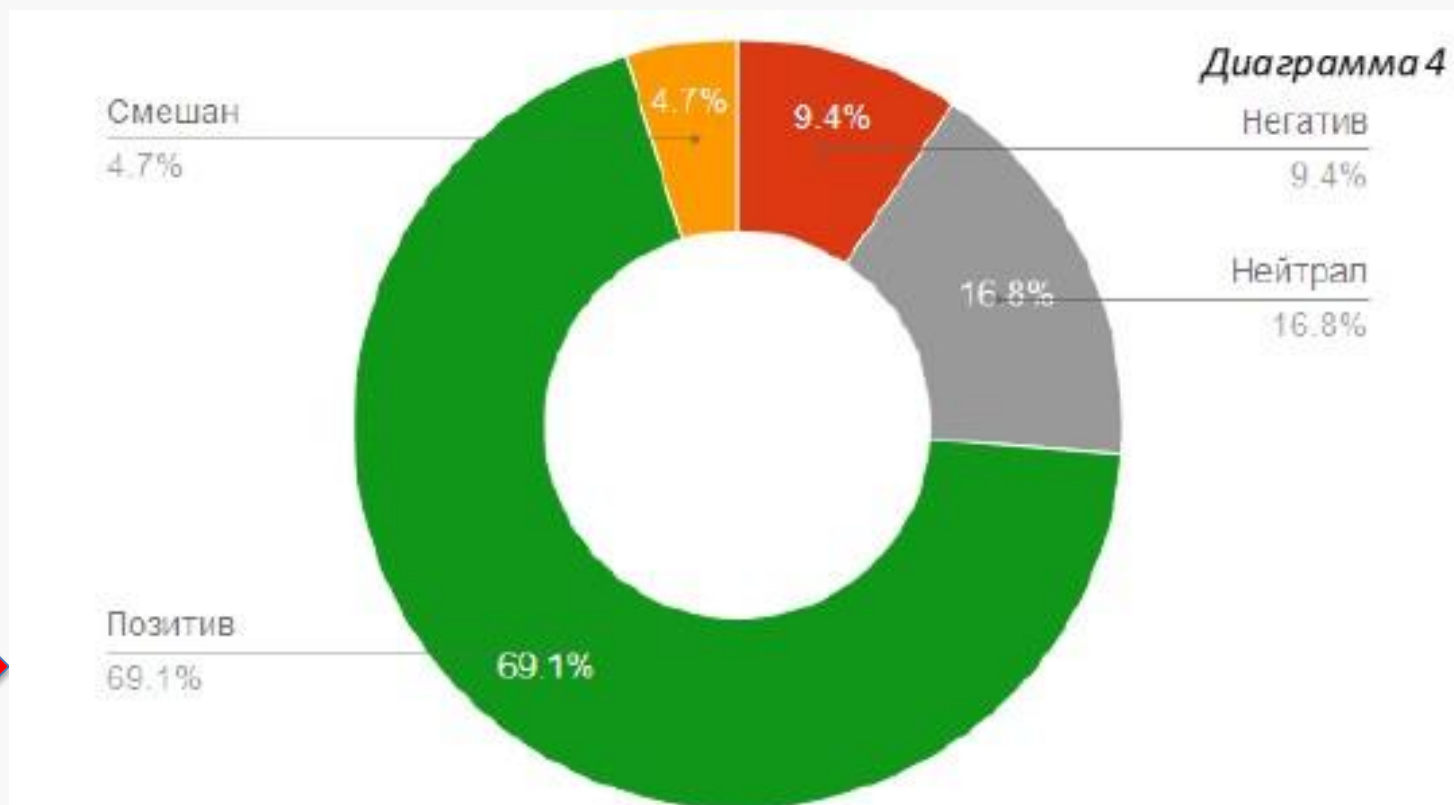
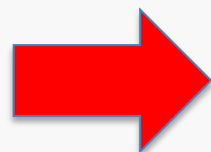
Экскурсии и развлечения - имеют наименьший негатив среди туристов

Сюрприз 4:



Основное большинство туристов открывают для себя Таиланд и готовы отдыхать там и в будущем.
Минимальное количество туристов, которые не хотят поехать в Таиланд повторно.

Сюрприз 5:

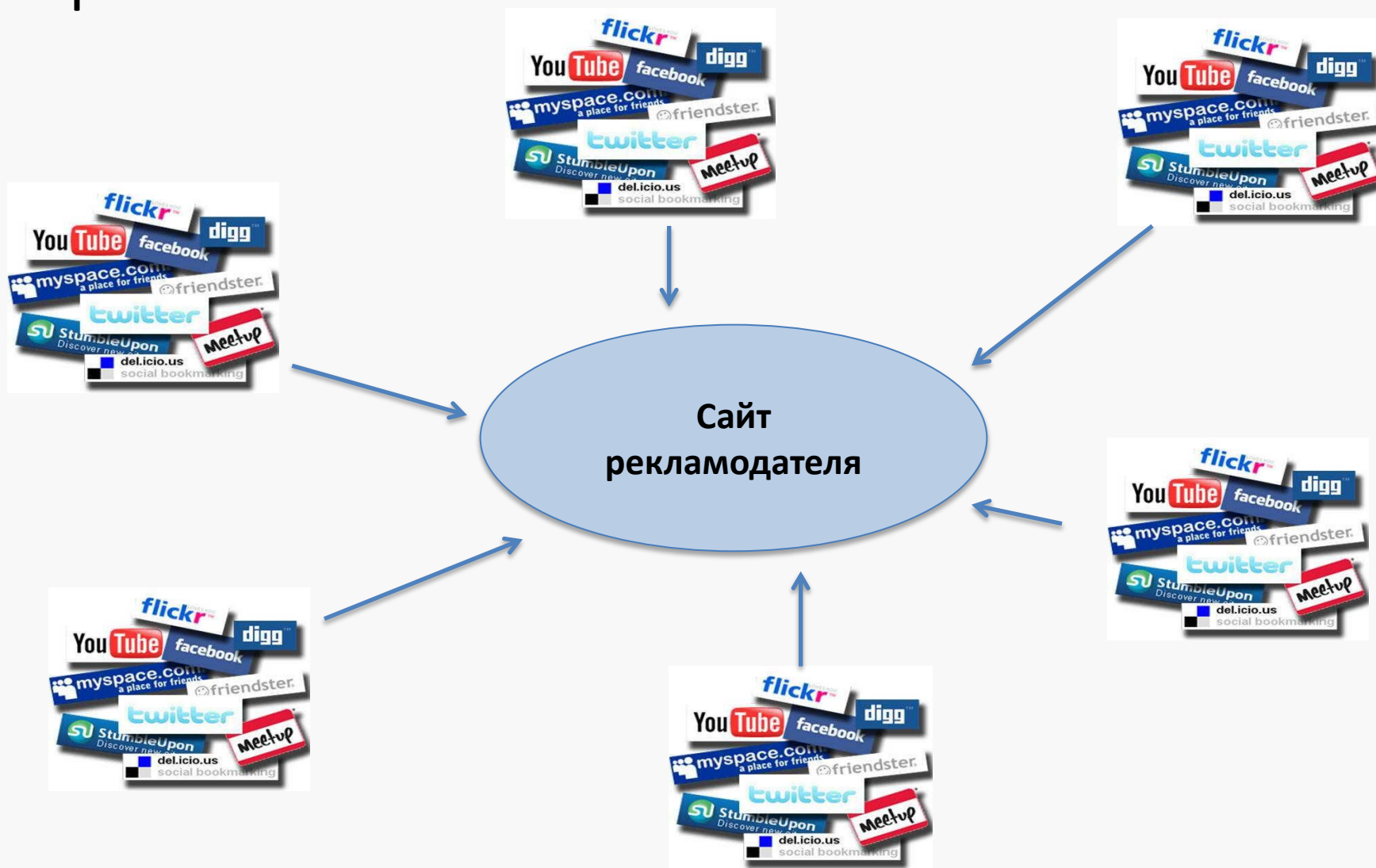


2/3 туристов позитивно оценивают отдых в Таиланде.

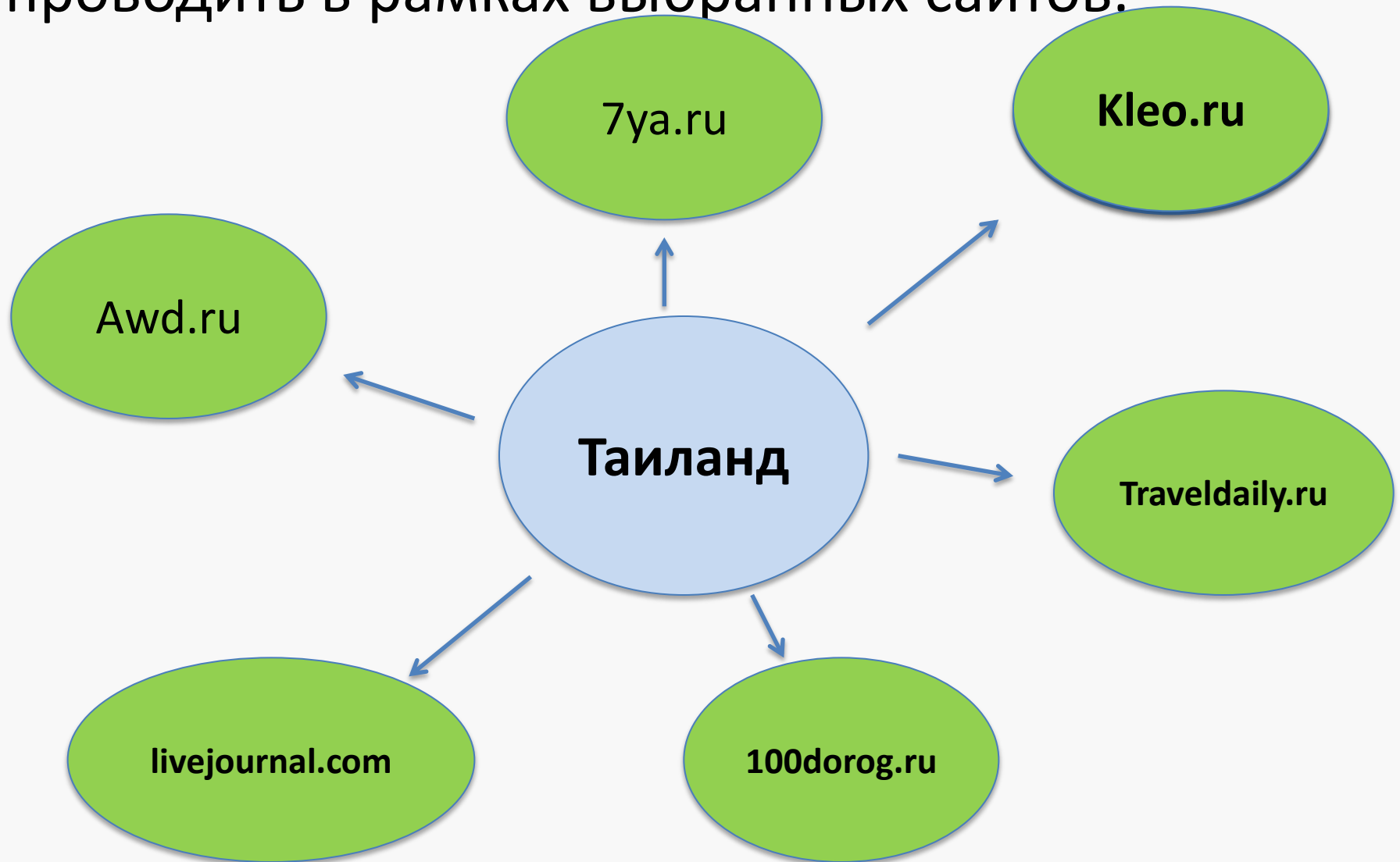
Выводы исследования:

1. Туристы положительно отзываются о стране.
2. Собираются посетить Таиланд еще не один раз.
3. С удовольствием рассказывают о своих экскурсиях максимально положительно.
Делятся впечатлениями и фотов интернете.
4. Негатив по скученности на курортах, особенно на Пхукете.

Всегда ли надо пользователей с рекламных баннеров вести на официальный сайт страны?



Мы предложили не уводить пользователей с привычных порталов, а все мероприятия проводить в рамках выбранных сайтов.



Почему Пхукетом недовольны больше чем Паттайей и Бангкоком?

Скученность в декабре-феврале.

Семей с детьми больше, чем в Паттайе и Бангкоке – более высокие требования к отдыху.

Решаем проблему через женские сайты и сообщества:

КОНЦЕПЦИЯ ПРОМО-СТРАНИЦЫ

Период: месяц

Промо-страница в виде интерактивной карты с описанием предоставляемых услуг и курортов.

Также на странице будут располагаться текстовые, фото и видео материалы, посвященные оздоровительному туризму в Таиланде.



При наведении курсора на карте появляется описание курорта и рекомендации о том, куда лучше отправиться с детьми и где можно совместить семейный отдых с оздоровлением, шопингом или другими активностями.



Прогноз эффективности:
Количество показов Анонса:
~ 15 000 000 в месяц.

Показов уникальным пользователям:
~ 3000 000 в месяц.

Прогноз посещаемости ~ 2 000
переходов за месяц.

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА НА KLEO.RU

- **Календарь** на 12 месяцев, в котором будут описаны плюсы данного периода, в какие точки страны лучше поехать именно в этом месяце и прочая полезная информация. Будет сделан акцент на СПА и здоровье.

- **Конкурс «Мой летний Таиланд».** Тем участникам, которые уже ездили в Таиланд летом будет предложено рассказать о своей летней поездке и о том, чем она запомнилась. Тем же, кто не был в Таиланде будет предложено написать, почему они хотят поехать в Таиланд летом, и выиграть сертификат в Спа-салон.

- **Справка эксперта по Тайланду:** 2-4 раза в месяц эксперт по стране будет писать обзоры о возможностях медицинского и оздоровительного туризма, достопримечательностях и др. особенностях страны.



Пользователям больше всего нравятся экскурсии и по ним меньше всего негатива?

Опираемся на это:

КОНКУРС «Сконструируй свой идеальный маршрут» на сайте awd.ru

Цель активности: раскрытие экскурсионного потенциала страны.
Привлечение внимания пользователей к разнообразным туристическим маршрутам.

Среди пользователей **forum.awd.ru** проводится конкурс на самый интересный экскурсионный туристический маршрут по Таиланду.

Истории могут быть в виде фото или текстовых материалов.

Пользователи сами придумывают названия экскурсионным маршрутам, придумывают свои маршруты, или вспоминают уже проделанные.



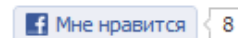
Анонсирование конкурса:

✓ тема-объявление с условиями конкурса по всему форуму

✓ баннер на главной 450x200

Не менее **1 000 000** показов анонса

Конкурс также получает **анонсирование в социальных сетях**, так как пользователям предлагается разместить информацию о своих маршрутах на аккаунтах главных социальных сетей. Таким образом, для увеличения охвата целевой аудитории, мы задействуем инструменты социальных медиа:



ОТПРАВИТЬ:



Победитель определяется путем суммарного подсчета «лайков» в социальных сетях и голосов на форуме.

ПРОКЛАДЫВАЕМ НОВЫЕ МАРШРУТЫ ПРОДВИГАЕМ ЧЕРЕЗ ПОПУЛЯРНЫХ БЛОГГЕРОВ



Мы предлагаем размещать информации об экскурсионном отдыхе в Таиланде у популярных блоггеров («коммуникационные хабы») «Живого журнала» с аудиторией не менее 1 000 «читателей».

Суть работы сводится к тому, что пользователи **пишут посты о своем намерении ехать путешествовать в Таиланд**. Так как едут они не впервые, то **выбирают более сложные маршруты**. К своим читателям они обращаются с просьбой порекомендовать в каком отеле стоит остановиться, какое мероприятие или достопримечательность посетить.

Количество прочтений:
не менее 10 000.



Туристы приезжают в Таиланд много раз?

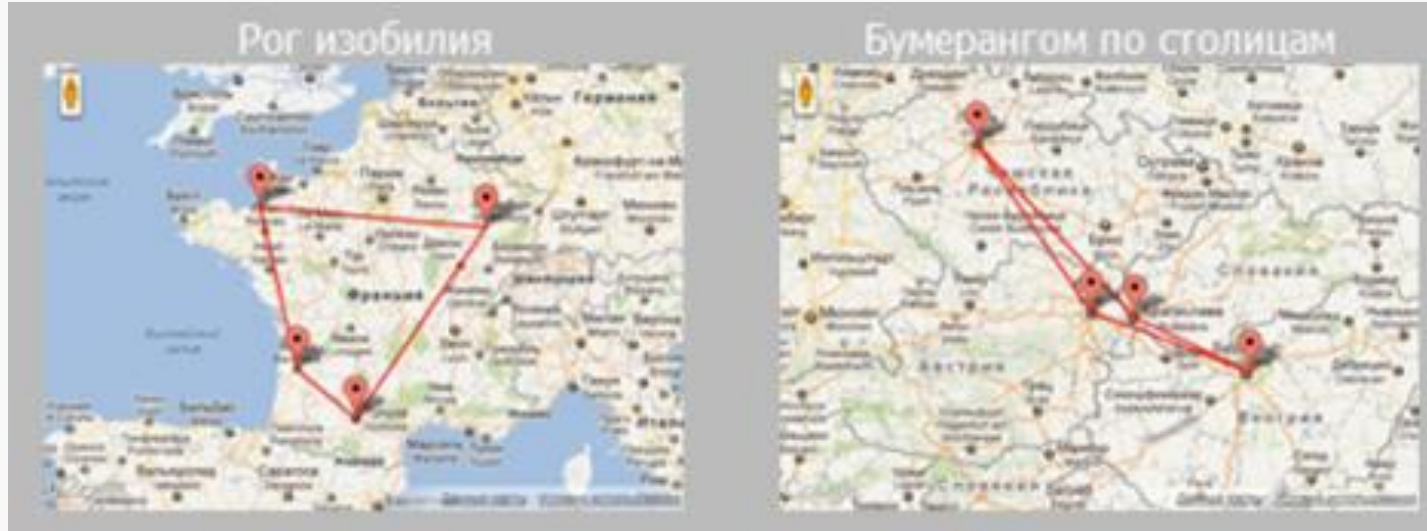
Дайте туристам новые маршруты

Не просто PR-статья о стране, а **ГЕОМЕТРИЯ ПУТЕШЕСТВИЙ**
Пример визуализации: текст маршрута + маршрут на карте

Маршруты для первого посещения страны

Маршруты для повторного посещения страны

Маршруты для тех, кто приезжает в Таиланд в третий раз



РЕЗУЛЬТАТЫ:

Период рекламной кампании: 3 месяца.

Бюджет рекламной кампании: **1 173 182 руб.**

Общее количество показа рекламных материалов: не менее **16 млн.**

Общий охват уникальных пользователей: не менее **27 000**

Стоимость одного потенциального туриста: **43 руб.**

Общее количество публикаций: не менее **43**

Количество постов в блогосфере: не менее **40**

Количество прочтений постов в блогосфере: не менее **10 000**



Стоимость работ включает в себя:

- Изготовление рекламных материалов
- Спецпроекты (kleo.ru, 7ya.ru)
- Размещение публикаций
- Проведение конкурсов (forum.awd.ru, littleone.ru)
- Продвижение в facebook.com
- Продвижение в livejournal.com
- Контекстную рекламу
- Отчетность

О нас: АГЕНТСТВО



Мы увлеченные специалисты!

Мы занимаемся именно интернет-рекламой с 1999 года.

Как у нас получается?

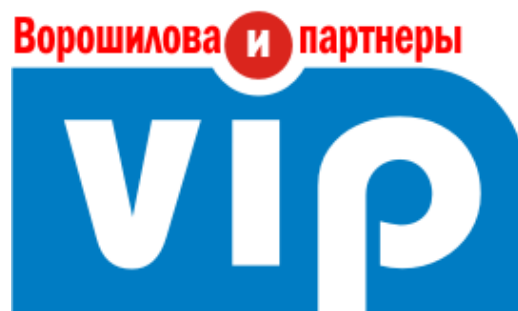
Уникальные технологии создания медиа-планов и ведения размещения проектов, позволяют нам выделяться на фоне многочисленных конкурентов и всегда достигать прогнозов эффективности, которые мы просчитываем на этапе формирования предложений.

Столько, сколько нужно!

В данный момент в штате компании работает более 20-ти специалистов.

Мы участвуем в написании [книг](#) по интернет маркетингу.





Интернет Агентство
«Ворошилова и Партнеры»
Наши контакты:

Москва, ул. Ленинская Слобода, 19

БЦ «Омега Плаза»

+7 495 517 09 27

iv@t-r-i.ru

www.t-r-i.ru