

Kā pielāgot biznesu online videi? Ieteikumi tūrisma nozares pārstāvjem

Dmitrijs Krasnovskis
«Advanced Learning & Communications»



Advanced
Learning &
Communications

- 10+ gadi mārketiņgā un e-komercijā: Latvija, Baltija, NVS, Ukraina, Vācija, Anglija, Krievija, Francija, Kanāda
- Mārketiņga un IT projekti: finanšu pakalpojumi, nekustamie īpašumi, telekomunikāciju risinājumi, ražošanas roboti, mikrokredīti, ofšoru pārdošana, personāla atlase un apmācības, pārtikas ražošana, estētiskā medicīna, rotaslietu pārdošana, apģērbi, valsts pārvaldes iestādes (Rīgas Osta, LIAA) u.c.
- IT uzņēmuma «SOFTIKOM» ex-ģenerāldirektors – 4 gadi, aģentūras «AL&C» dibinātājs un mārketologs – 9 gadi





Saturs / Takeaway:

- Kā un kāpēc **analizēt konkurentus**? Ar kādiem **instrumentiem** to var darīt?
- Kāpēc **biznesa analītika**, BIG DATA un «mākslīgais intelekts» mūsdienās ir svarīgi?
- Kā izvēlēties **efektīvus mārketinga rīkus**?
- Kāpēc svarīgi ir nepalaist garām Google **zinātnieku** un **neiromārketinga** speciālistu pieredzi?



Advanced
Learning &
Communications

McKinsey
& Company

«...international air traffic won't
return to 2019 levels **before 2024.**»

vadības konsultāciju uzņēmums, dib. 1926. gadā

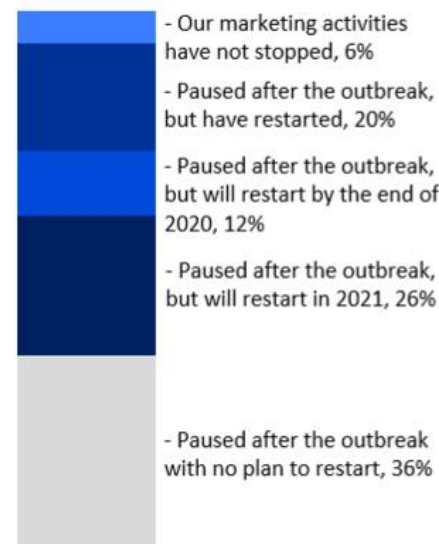


Advanced
Learning &
Communications

76%

tūrisma nozares
kompāniju pielāgojās
izmaiņām COVID-19
tirgū

Q. As of September 2020, what is the status of your organization's marketing activities?

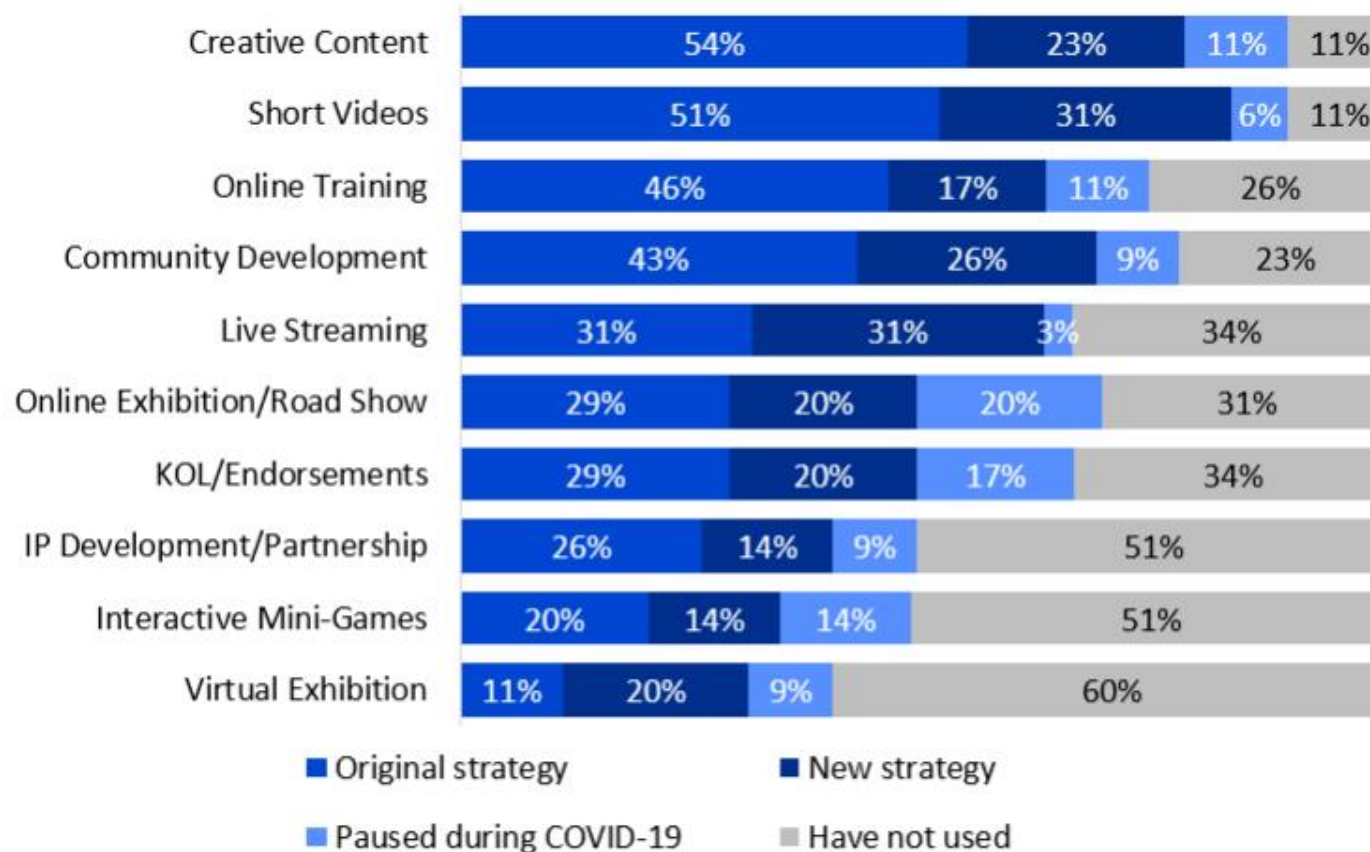


Q. Has your organization adopted or do you plan to adopt new digital marketing strategies?



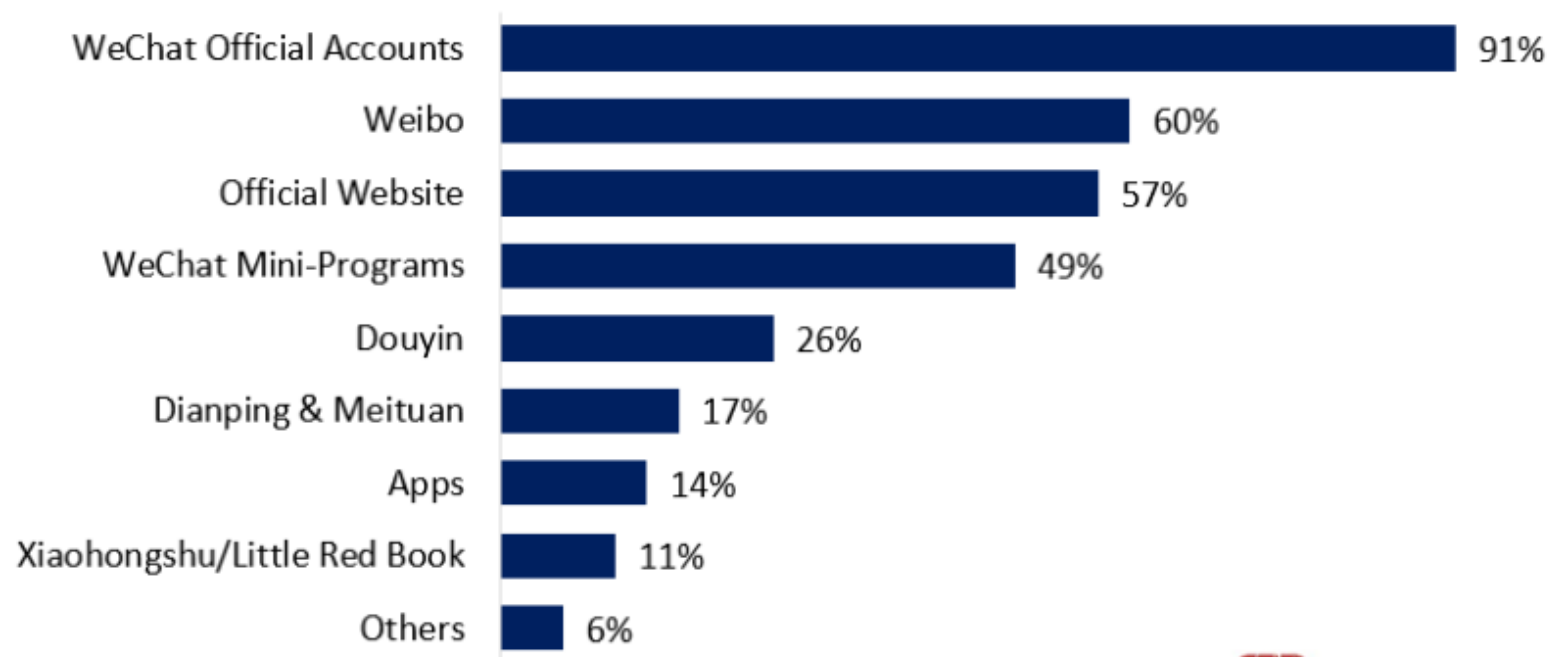


Chinese Tourism Marketing Strategies: Old and New



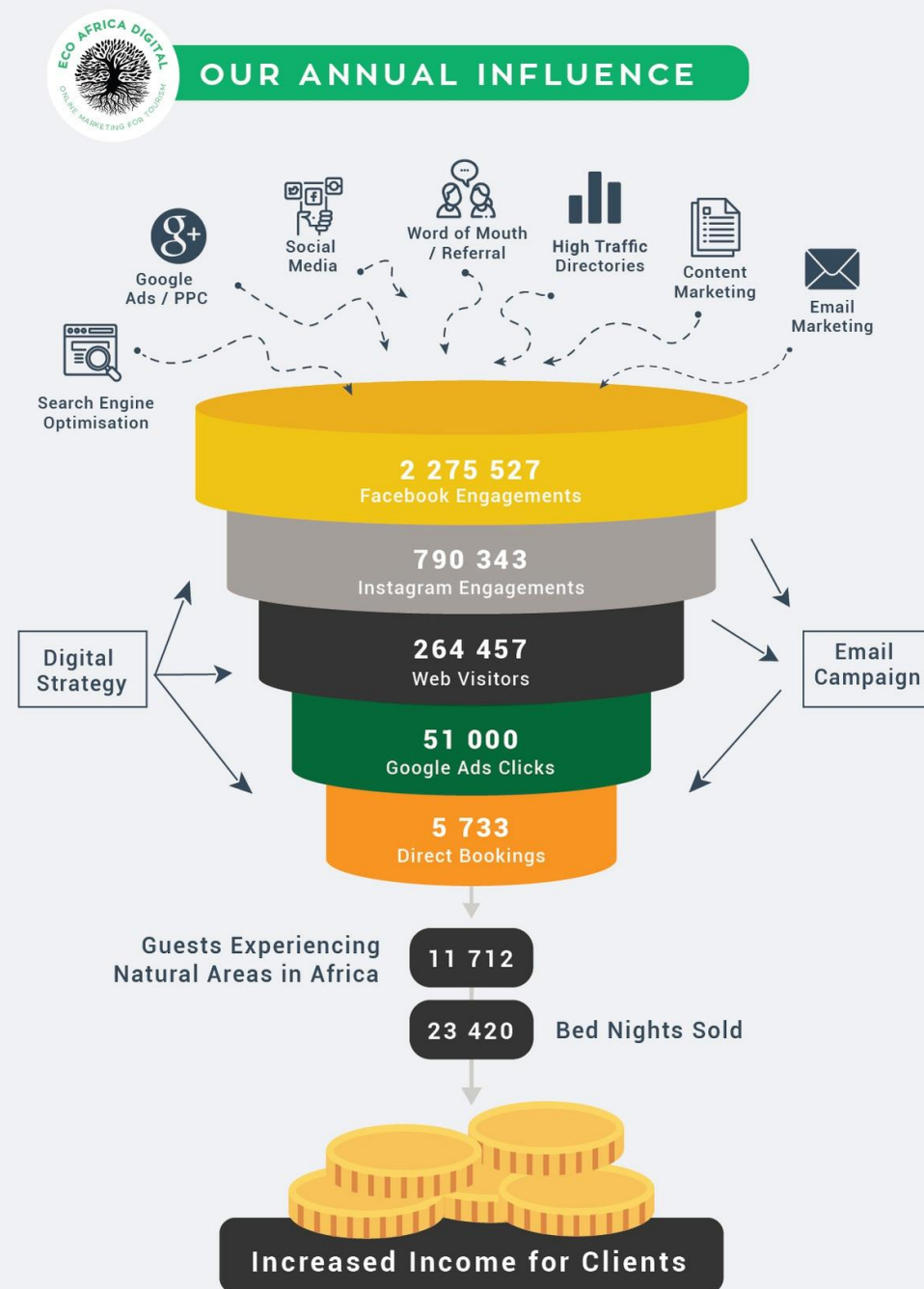


Q. Which platforms does your organization use for Chinese digital marketing?

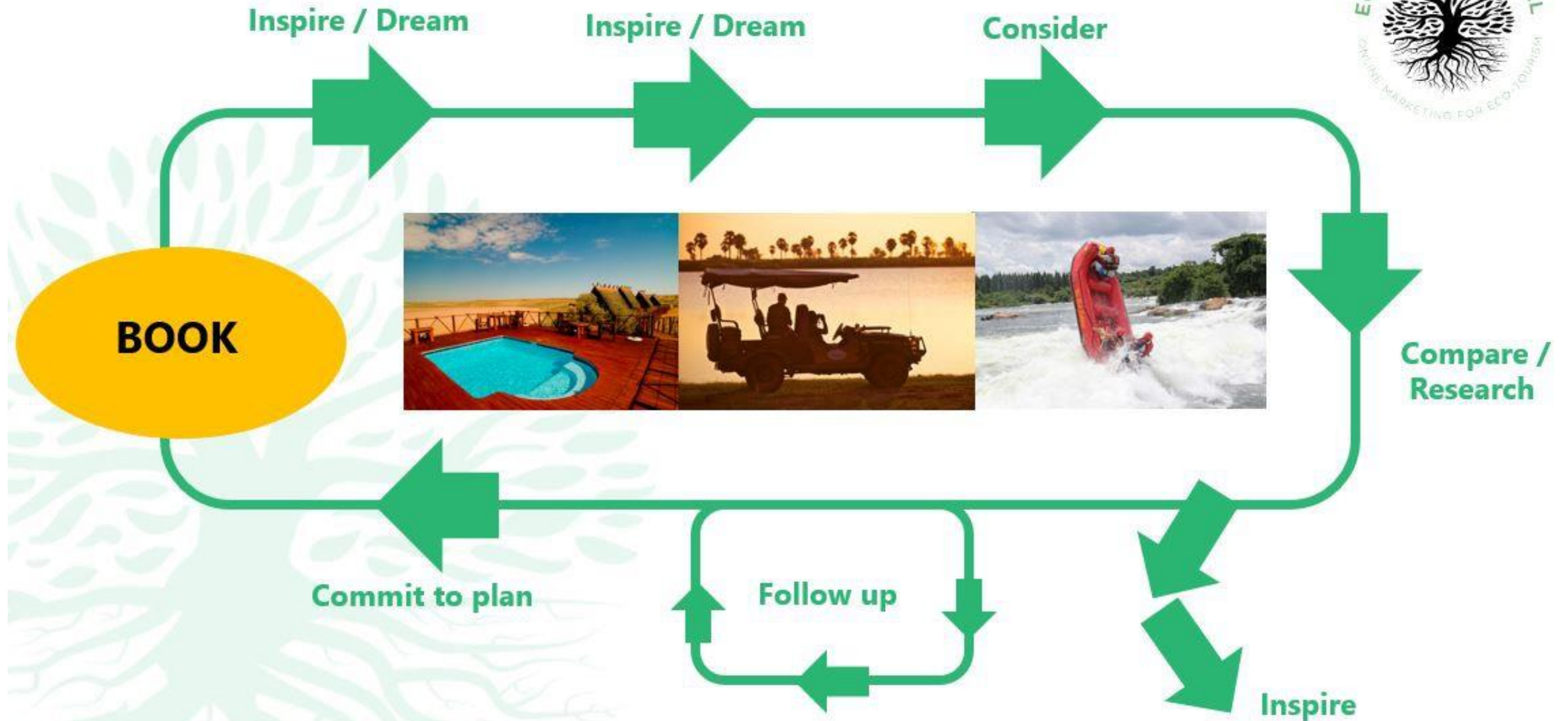


Spēles noteikumi. Digitāla mārketinga pamati

- Konkurētspējīgs **produkts**, efektīvs pozicionējums ↓
- Kvalitatīva **trafika** iegūšana – kampaņas, cita veida iesaistes ↓
- **Konversijas** process – pārdotspējīgie mārketinga / pārdošanas rīki ↓
- **Zināšanu** (klientu) **DB** uzkrāšana, biznesa rezultātu **multiplicēšana** un **mērogošana**.



The Buyer's Cycle





Kā un kāpēc **analizēt**
konkurentus? Ar kādiem
instrumentiem to var darīt?

🔍 Анализируйте любые веб-сайты или приложения



Overview



Referrals



Search



Social



Display



Audience



Competitors



Mobile Apps

SimilarWeb
PRO

novatours.lv



+ COMPARE

сент. 2021

FULL REPORT



Traffic Overview ⓘ

Total Visits to novatours.lv ⓘ

Growth & total visits to novatours.lv over time

📱 On desktop & mobile web, in the last 6 months

Estimated Data [Верифицируйте свой веб-сайт](#)

Engagement

Total Visits

79.75K

▼ 2.18%

🕒 Средняя продолжи... 00:06:07

📄 Pages per Visit 7.05

📈 Процент отказов 31.85%

🔍 Анализируйте любые веб-сайты или приложения


Overview


Referrals


Search


Social


Display


Audience


Competitors


Mobile Apps


SimilarWeb
PRO



novatours.lv



+ COMPARE

сент. 2021

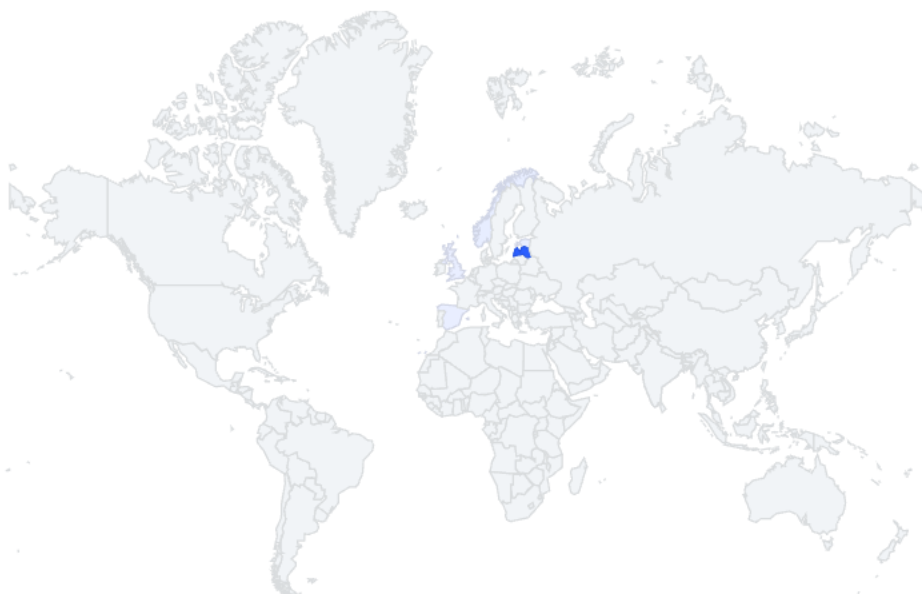
FULL REPORT



Traffic to novatours.lv by country ⓘ

Visits to novatours.lv by country

🖥 On desktop



 Latvia	95.19%	▲ 7.13%
 Норвегия	1.31%	▲ 16.08%
 Estonia	1.27%	▼ 0.00%
 Испания	0.71%	▼ 0.00%
 Великобритания	0.59%	▼ 0.00%

SEE 247 MORE COUNTRIES



Overview

Referrals

Search

Social

Display

Audience

Competitors

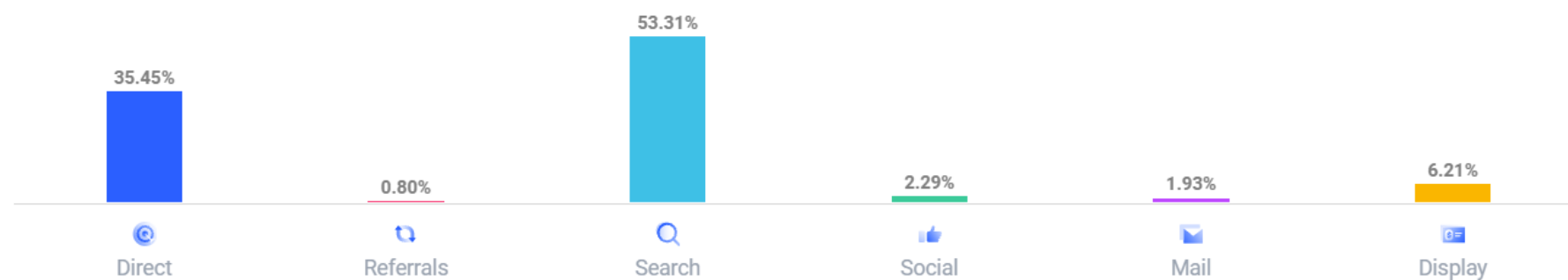
Mobile Apps

SimilarWeb PRO

Traffic Sources for novatours.lv ⓘ

novatours.lv's marketing strategy is focused on Search with 53.31% of traffic coming from this channel, followed by Direct with 35.45%

🖥 On desktop



ПОЛУЧИТЕ ПОЛНОЕ СРАВНЕНИЕ С ПОМОЩЬЮ SIMILARWEB PRO





novatours.lv

+ COMPARE

сент. 2021

FULL REPORT



Social i



2.29%

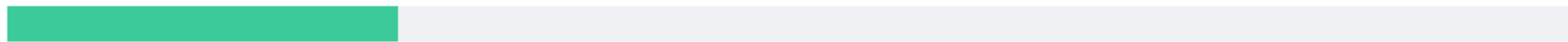
Of traffic is from Social

Youtube



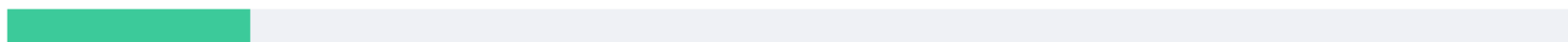
59.31%

Facebook Messenger



25.07%

Facebook



15.61%

ПОСМОТРЕТЬ БОЛЬШЕ СОЦИАЛЬНОГО ТРАФИКА





novatours.lv

+ COMPARE

сент. 2021

FULL REPORT

65.23% Organic

Top 5 Organic keywords

Out of 86 ⓘ

ceļojumi uz portugale	38.91%
golden tulip abu dhabi	32.68%
karstie ceļojumi	20.58%
novatours	3.92% ▼ 88.57%
pēdējā brīža ceļojumi	3.92% ▼ 91.59%



34.77% Paid

Top 5 Paid keywords

Out of 8 ⓘ

karstie piedāvājumi
kur labāk ceļot septe...
lēti dzīvot bali
novatours
turcija



celojumubode.lv

+ COMPARE

сент. 2021

FULL REPORT



82.98% Organic

Top 5 Organic keywords

Out of 156 ⓘ

pēdējā brīža ceļojumi 22.90%

✓ 19.59%

ceļojumi uz portugale 20.42%

rubi platinum spa res... 16.56%

horvātija 13.73%

karstie ceļojumi 13.22%



17.02% Paid

Top 5 Paid keywords

Out of 5 ⓘ

celojumubode

ceļojumu bode

sajūtu ceļojums

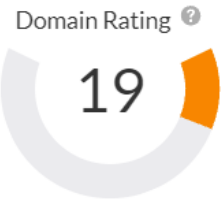
rixos premium seagate

ceļojumu sastādīšana



Backlink profile for https://www.kolumbs.lv/

Domain including subdomains



Backlinks [?]

165,582

97% dofollow

Referring Domains [?]

91

62% dofollow

Top 100 backlinks

Top 5 anchors

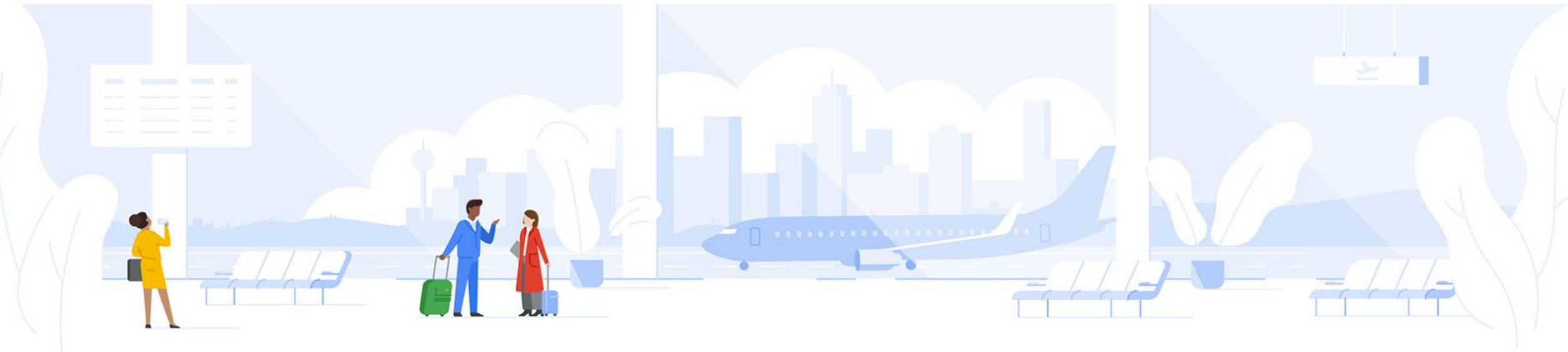
Top 5 pages

One link per domain

Referring page	DR	UR ▼	Referring Domains	Traffic	Anchor and backlink
Rezervē - lēti lidojumi, akcijas, lētas aviobiļetes www.letasaviobiletes.lv LV	19	29	46	1,171	IMAGE NOFOLLOW Tūrisma aģentūra KOLUMBS www.kolumbs.lv
Komandējumu un darba braucienu pakalpojumi - Averoja www.averoja.lv LV	9	26	41	10	IMAGE KOLUMBS www.kolumbs.lv
Pēdējā brīža ceļojumi no Rīgas, Viļņas, Tallinas un Vācijas www.pedejaisbridis.lv LV	2	22	19	0	IMAGE KOLUMBS www.kolumbs.lv
Latvian Music Pages www.lanet.lv/links/emusic.html	54	19	25	0	CONTENT Kolumbs juniors , travel agency www.kolumbs.lv
Citāda tūrisma aģentūra Kolumbs — draugiem.lv www.draugiem.lv/kolumbs/	81	16	6	0	www.kolumbs.lv www.kolumbs.lv



Kāpēc **biznesa analītika**, BIG
DATA un «mākslīgais intelekts»
mūsdienās ir svarīgi?



Monitoring Travel Trends

Where people are going matters now more than ever—and so does making informed decisions. Use the drop-downs below to get started on reviewing recent travel search data* and comparing trends.

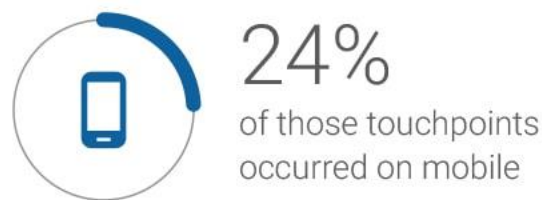
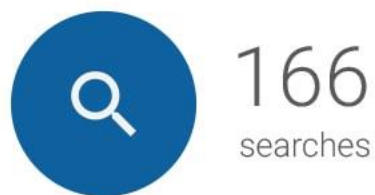
Fastest growing destination globally 

Country with the most inbound interest 

Top city in demand domestically 

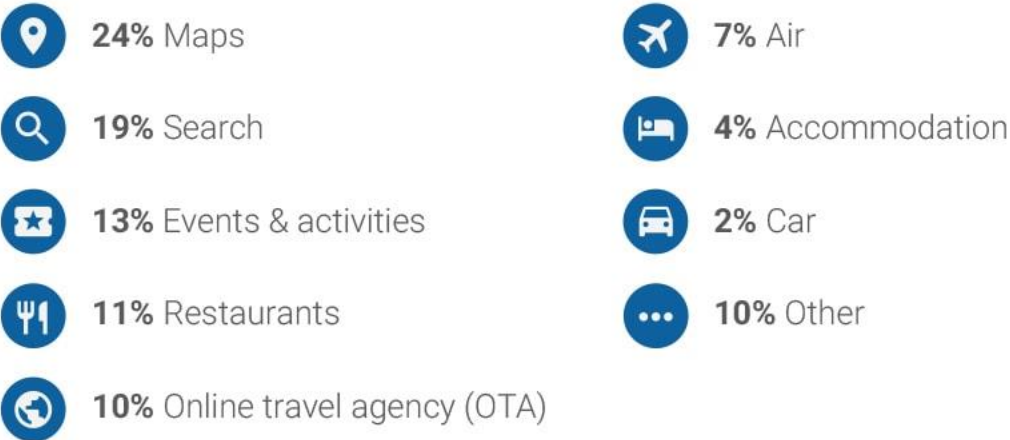
from How the Travel Research Process Plays Out in Time-to-Make-a-Plan Moments

Gina had over 850 digital travel touchpoints* over the course of 3 months.



*Touchpoints = searches, website visits, video views, clicks

Types of sites visited:

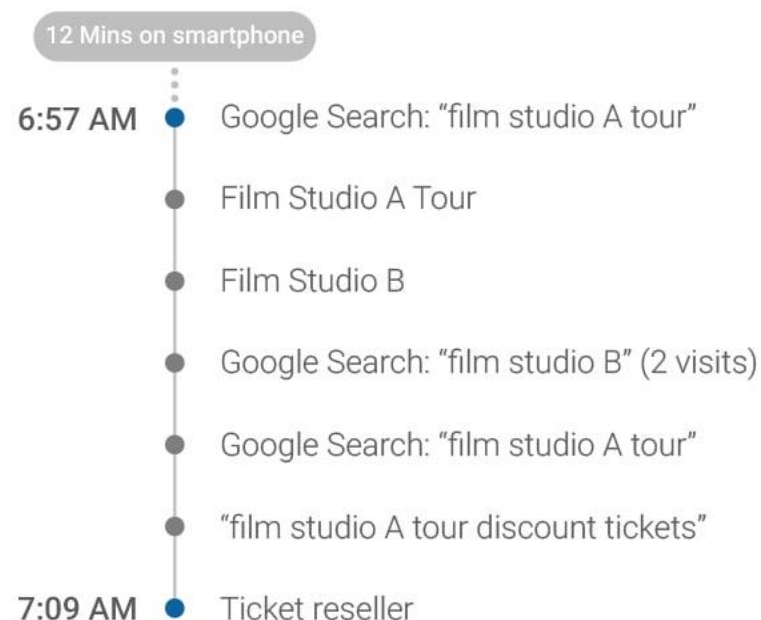


Source: Google partnered with Luth to analyze the digital activity of its opt-in panel participants during a one-month, live-tracking study. This article details the cross-device clickstream data of one of those participants. Gina is a pseudonym. The participant agreed to the publication of this research for marketing purposes under the condition of anonymity.

from How the Travel Research Process Plays Out in Time-to-Make-a-Plan Moments

Gina's time-to-make-a-plan moments

One of Gina's search paths



Source: Google/Mindswarms, U.S. Methodology: Google partnered with Mindswarms to select and interview the participants of this live-tracking pilot study. The participants answered questions about their shopping behaviors and digital activity via video.



travel destinations

Поисковый запрос



safe travel

Поисковый запрос



+ Добавить сравнение

По всему миру ▾

Последние 5 лет ▾

Все категории ▾

Веб-поиск ▾

Динамика популярности ?



Ceļojuma meklēšana

Kur Jūs vēlētos doties?

Pieaugušie: 2, bēr...

Visi datumi

Meklēt

Akcijas un ceļojumu idejas



● where to travel

Поисковый запрос

⋮

● travel to india

Поисковый запрос

⋮

● travel to mexico

Поисковый запрос

⋮

● travel to canada

Поисковый запрос

⋮

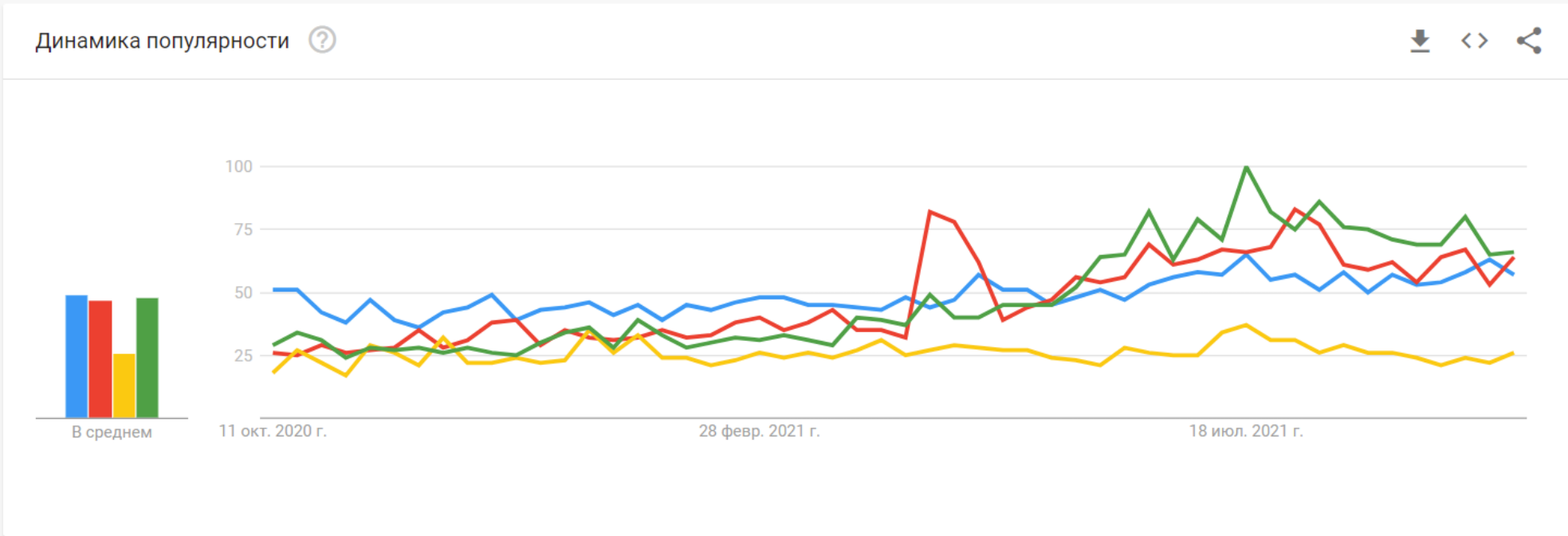
+

По всему миру ▾

За 12 мес. ▾

Все категории ▾

Веб-поиск ▾





Advanced
Learning &
Communications

Kā izvēlēties efektīvus
mārketinga rīkus?

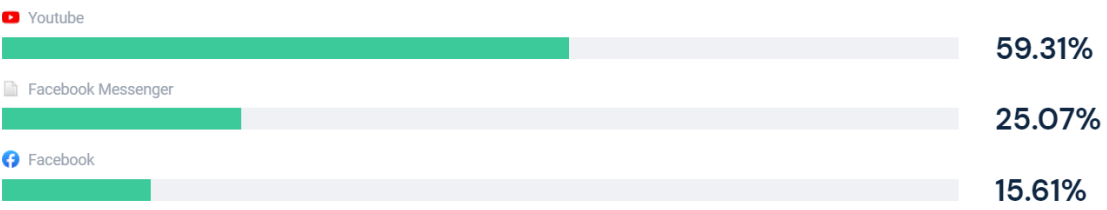
Digitālās komunikācijas kanāli, svarīgi komponenti

- Brand Messaging, Marketing Strategy
- Website / Landing Development
- Creative Design, UI / UX
- Search Engine Optimization (SEO)
- Search Engine Marketing (SEM/PPC)
- Social Advertising
- Programmatic Media Buying
- Email Marketing, SMS Marketing
- Conversion Rate Optimization (CRO)
- Experience Personalization / APPs ...



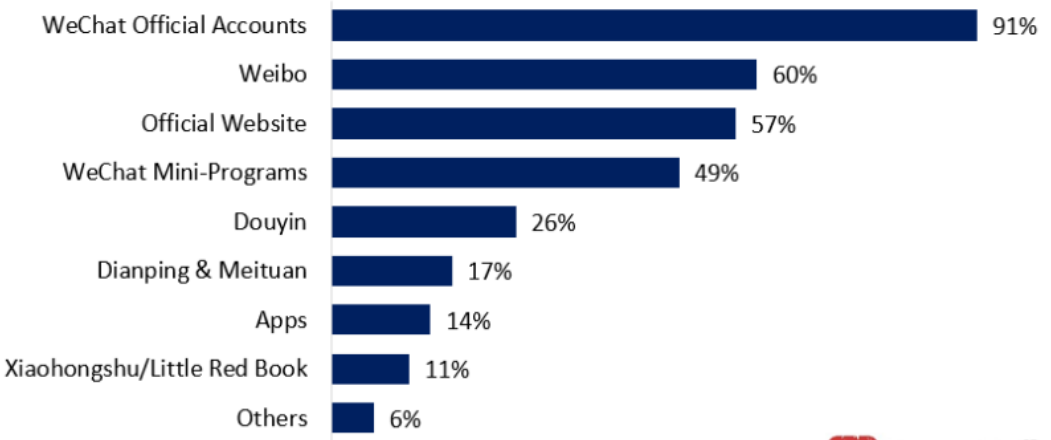
- erview
- errals
- earch
- ocial
- isplay
- dience
- petitors
- ile Apps
- ro
- ilarWeb PRO

Social ⓘ

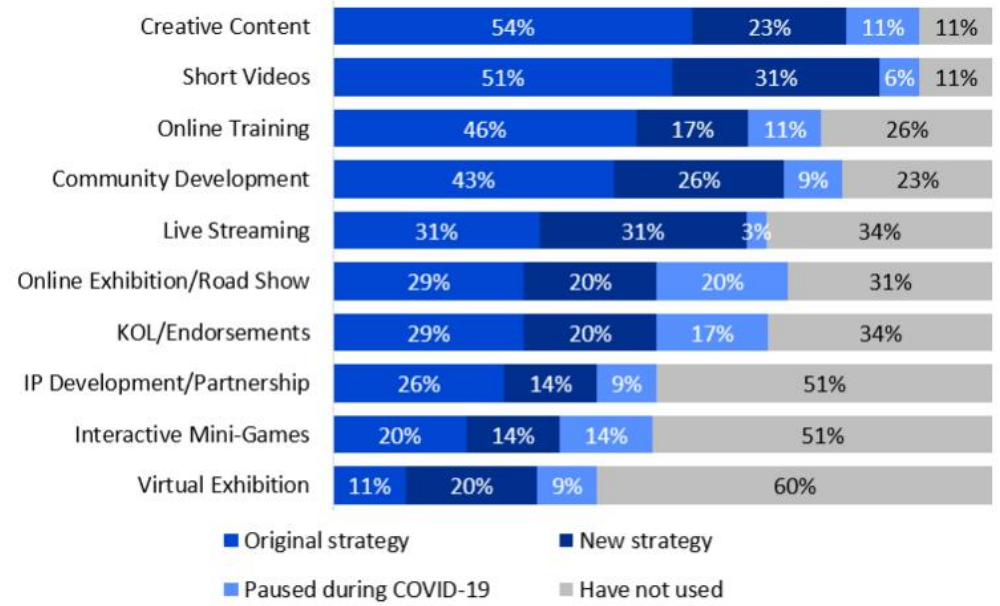


ПОСМОТРЕТЬ БОЛЬШЕ СОЦИАЛЬНОГО ТРАФИКА

Q. Which platforms does your organization use for Chinese digital marketing?



Chinese Tourism Marketing Strategies: Old and New





Kāpēc svarīgi ir nepalaist garām
Google **zinātnieku** un
neiromārketinga speciālistu
pieredzi?

Acu skatiena analīze ar heatmaps rīkiem



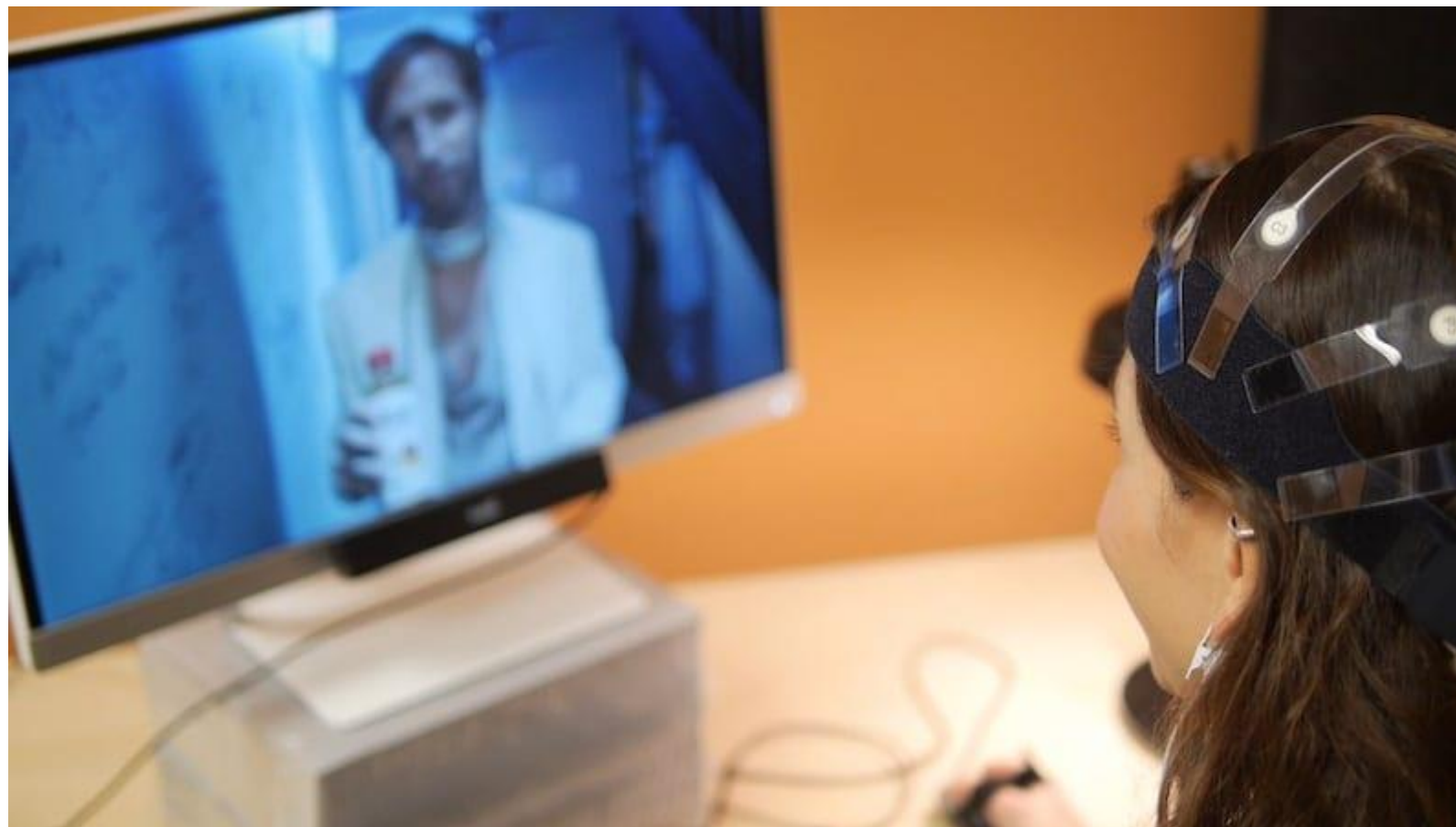
Advanced
Learning &
Communications



Apmierinātības novērtēšana ar EEG



Advanced
Learning &
Communications



Efektīvāka, konkurējošāka iepakojuma izmantošana



Advanced
Learning &
Communications



Krāsu psiholoģijas izmantošana, reklāmas efektivitātes celšana



Advanced
Learning &
Communications



Mājaslapu prototipu, cenu un efektīvu saskarņu testēšana



Advanced
Learning &
Communications



Lēmuma paralīzes un potenciālo zaudējumu ietekmēšana



Advanced
Learning &
Communications

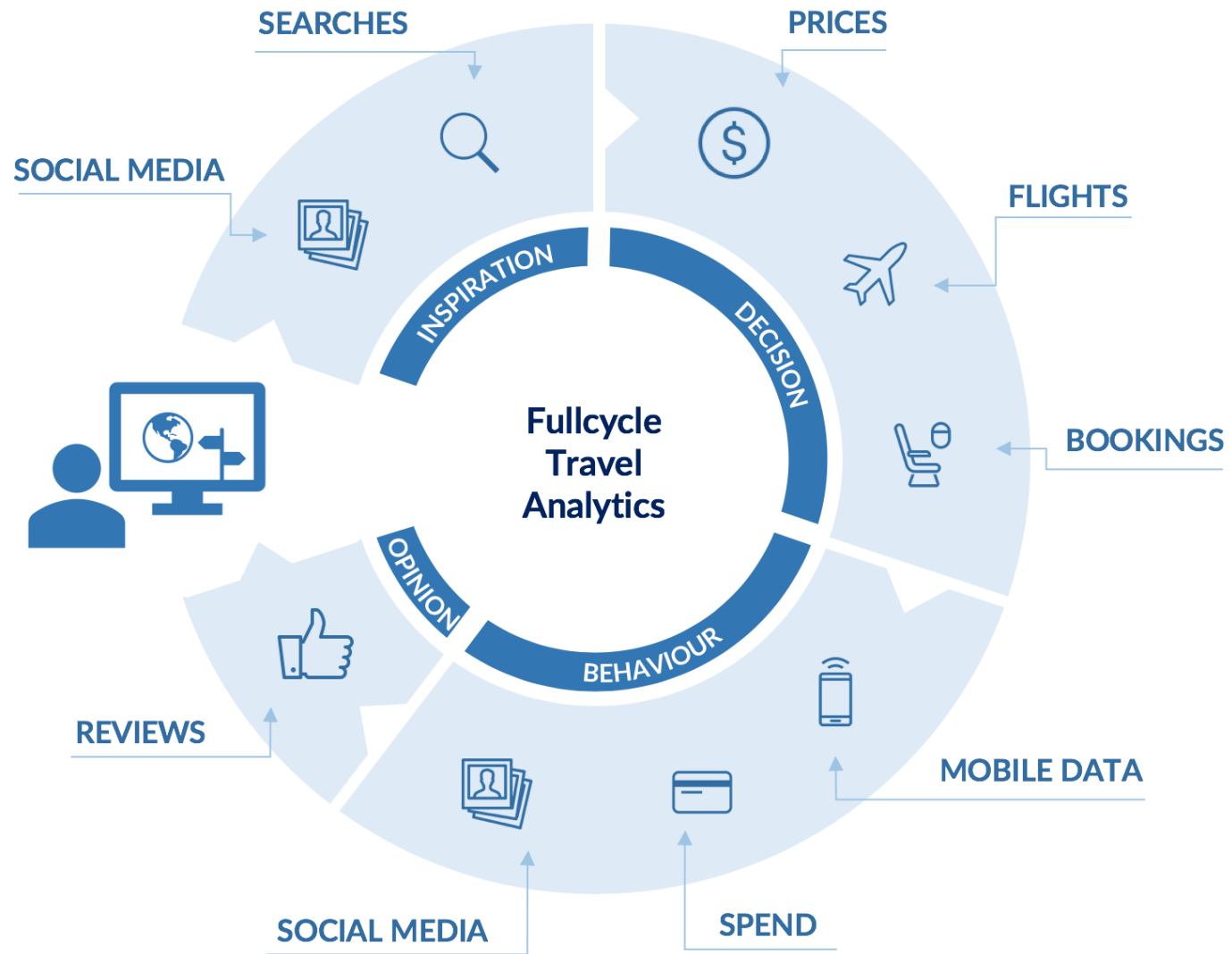




Pirms semināra tika veikta **30+**
ar tūrismu saistīto Latvijas lapu
analīze.

Jaunāko mārketinga tendenču
ietekme / moderno tehnoloģiju
apzināts pielietojums konstatēts

2 lapās.



Paldies par uzmanību!