

otello × e-promo

Как мы прокачали конверсии в 2,7 раза, удержав целевой CPO

или рекорд без переплат:
+170% броней при стабильном CPO



Отелло—это сервис поиска и бронирования отелей от 2ГИС

otello × e-promo

Основные преимущества:

Большое количество отзывов, заботливая круглосуточная поддержка, бесплатная отмена, скидки и большой выбор номеров в отелях и хостелах России и мира

Категории

Отели

Гостиницы

Апартаменты

Гостевые дома

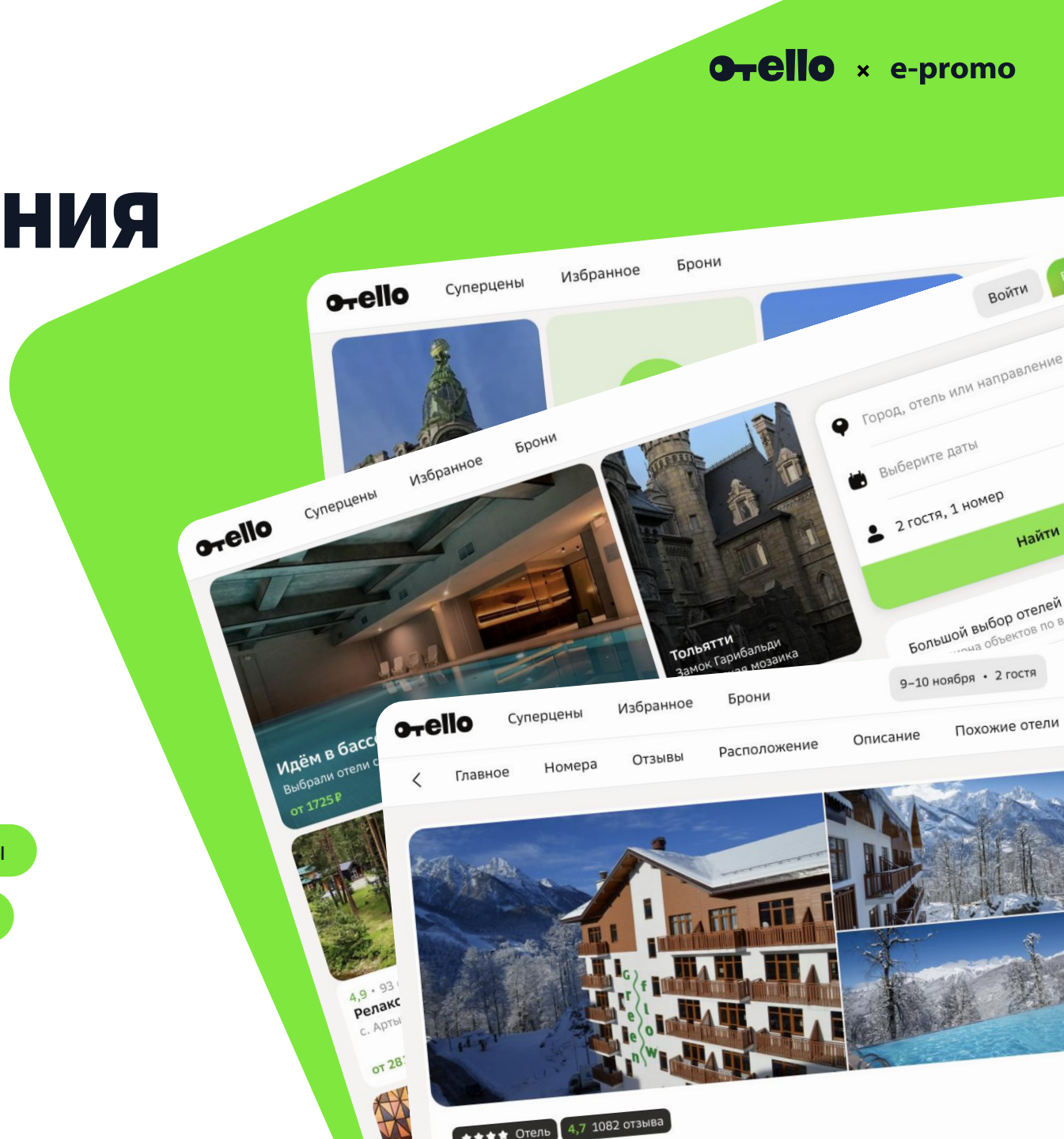
Хостелы

Виллы

Коттеджи

Глэмпинги и кемпинги

Базы и санатории



Ключевые вызовы для индустрии

Цены на проживание в России за 3 года выросли на 50-55%, что сдерживает частоту и бюджет поездок, поэтому для путешественников экономия становится ключевым мотивом, усиливая ценовую конкуренцию между платформами

Рост числа туристов — осторожный повод для оптимизма

Общее число туристических компаний растёт (+2.5% в 2024 г.), что косвенно указывает на потенциальный рост спроса на услуги размещения

Деньги стали «дорогими»

Высокая ключевая ставка ЦБ (20% в июне 2025 г.) делает кредиты менее доступными, влияя на планирование крупных расходов, включая отпуск

Инфраструктурные и внешние факторы

Среди проблем — рост цен на авиабилеты и дефицит ж/д билетов, экологические инциденты (как в Анапе), а также ограничения в использовании международных банковских карт для иностранцев

Рынок бронирования жилья высококонкурентный

Ключевым трендом 2025 года стала активная экспансия на рынок крупных компаний из смежных отраслей. Они обладают огромными клиентскими базами и ресурсами, меняя правила игры

Банки

«Т-Банк», «Альфа-Банк» и другие развивают тревел-направления, чтобы удерживать клиентов

Маркетплейсы и IT-экосистемы

Яндекс, Ozon, Wildberries также проявляют интерес к туристическому рынку

Телеком-операторы

Например, экосистема МТС, купившая платформу Bronevik.com

TravelTech

Независимые OTA

Программы банков
в партнерстве
с OTA

Экосистемные OTA

Бронирования
через сайты
объектов
размещения

Группы
в социальных сетях

Офлайн
бронирования

Портрет современного туриста: какие тренды меняют спрос

Спрос на уникальность (не массовость)

До 70% туристов ищут особенные варианты размещения (бутик-отели, апартаменты, эко-лофты), а не только стандартные сетевые гостиницы

Bleisure (работа + отдых)

Стремительный рост сегмента деловых поездок, совмещенных с отдыхом (доля до 37%). Это повышает спрос на отели с хорошим Wi-Fi, коворкингом и гибкими условиями бронирования

Ценовая чувствительность и гибкость

Клиенты активно сравнивают цены на разных платформах и ловят спецпредложения. Гарантия лучшей цены — важный аргумент для выбора OTA

Снижается значимость звездности

otello × e-promo

При этом важны цены, отзывы и другие характеристики:

Выгода

Цена Наличие скидки

94% **61%**

Характеристики

Интернет Дизайн

80% **72%**

Питание Заезд/Выезд

70% **70%**

Условия для детей

44%

Расположение

Безопасность Объекты рядом

86% **75%**

Репутация

Опыт Отзывы

84% **81%**

Важен бренд
отеля

44%

Готовы экономить
на звездности отелей

37%

Готовы доплачивать за
необычность места проживания

24%

[Strategy Partners «Обзор потребительских предпочтений москвичей при выборе путешествий», июнь 2024](#)

[Яндекс «Стратегический дайджест Путешествия 2023-2024»](#)

[РИА Новости «Эксперты рассказали, как путешественники выбирают отель для отдыха», 19.03.2024](#)

Критический фактор: медиаинфляция «съедает» маркетинговый бюджет

В 2025 году стоимость привлечения клиента в performance-каналах продолжала расти высокими темпами

Стоимость целевого
действия (CPA)

II кв. 2025 vs II кв. 2024

+23,4%

Стоимость клика
(CPC)

II кв. 2025 vs II кв. 2024

+8,2%

Отрасль	Q2'25/Q2'24		Q2'25/Q1'25	
	Δ CPC, %	Δ CPA, %	Δ CPC, %	Δ CPA, %
E-commerce	+7,0%	+7,6%	+21,4%	+22,3%
Финансы	+19,1%	+12,6%	+8,0%	+1,3%
Фарма	-13,8%	+33,3%	+17,8%	-18,8%
Недвижимость	+16,7%	+48,7%	+2,2%	+8,5%

В результате, при фиксированном бюджете кампания получает значительно меньше кликов и заявок. Чтобы сохранить объём продаж, приходится пропорционально увеличивать расходы.

Рынок ОТА в 2025 году — это среда «тройного сжатия»

№1

Финансовое

Затраты на привлечение клиента (CPA) растут на 20%+ в год, оказывая давление на маржинальность

№2

Конкурентное

Война с прямыми сайтами отелей и другими агрегаторами за лучшую цену и ассортимент

№3

Потребительское

Клиенты хотят всё сразу: уникальность, гибкость, выгоду и удобство сравнения

Для сервиса Отелло медиаинфляция — это ключевой финансовый риск, который напрямую влияет на рентабельность привлечения клиента

**Необходим переход
к интеллектуальному управлению
бюджетом с фокусом
на глубину аналитики,
автоматизацию и максимальную
персонализацию рекламы**

Приоритетные задачи на этапе запуска проекта

№1

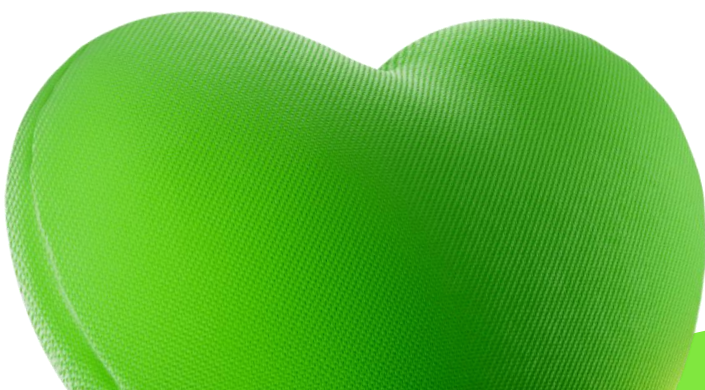
Провести аудит
и реструктуризацию
архитектуры рекламного
аккаунта

№2

Подготовить новые кампании, с
фокусом на расширение
семантического ядра и
и выявление ранее
не охваченных целевых
аудиторий

№3

Осуществить рост
бронирований и дохода.
Основной KPI: рост
количества брони с
удержанием целевого CPA



В рамках подготовки и ведения РК были выявлены ограничения и проблемы

Наши решения направлены
на преодоление этих
ограничений и достижение
KPI клиента



Аудит и перезапуск

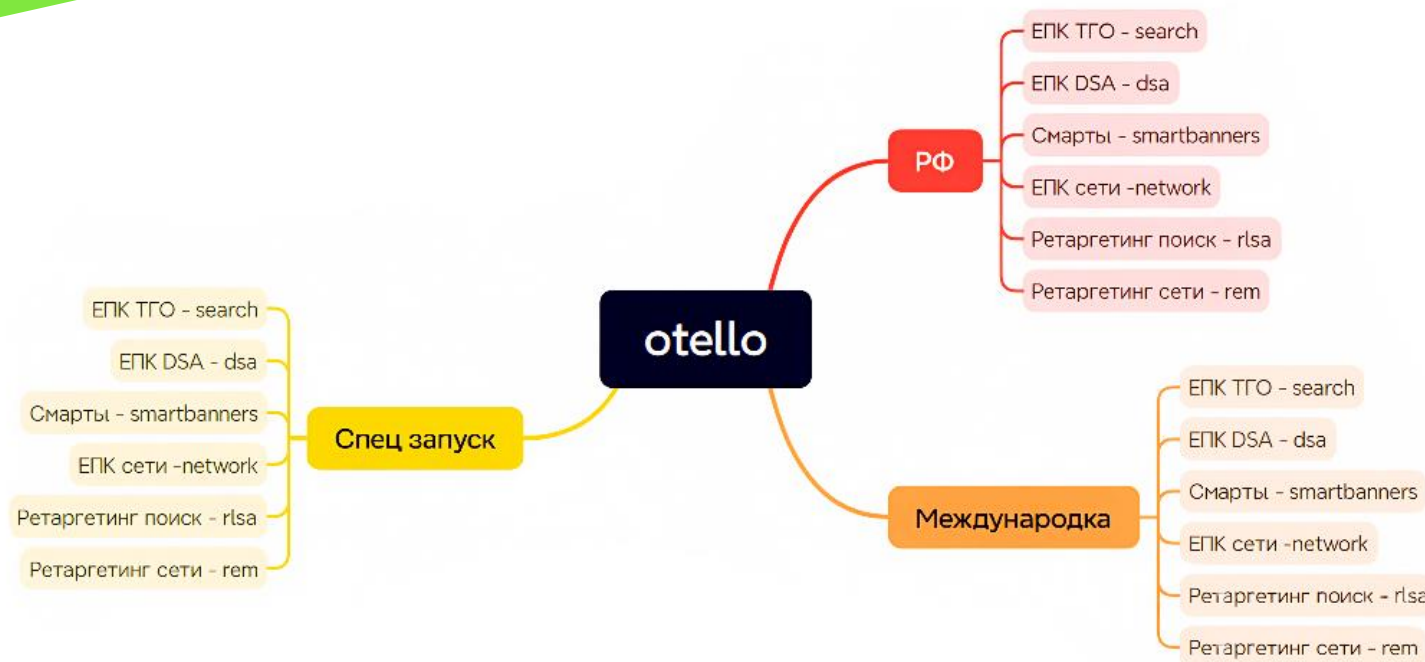
Провели аудит, и на основе его пересобрали кампании с новой структурой

1. Предварительно был согласован таймлайн переноса и новая архитектура аккаунта, разработанная с учетом семантического ядра и специфики сайта

Это позволило запуститься в короткие сроки и минимизировать просадку, связанную с переносом РК на новый аккаунт

2. Полная реструктуризация кампаний

Позволила охватить БОльший объем ассортимента, и повысить релевантность объявлений, путем расширения семантического ядра



Работа со структурой объявлений

Запуск дополнительных текстов в ротацию для лучшей оптимизации

На каждое направление создали до 10 персонализированных объявлений. Для генерации и адаптации текстов использовали нейросети (ChatGPT), что позволило сократить трудозатраты более чем в 5 раз

C	D	H
Кампания	Заголовок 1	Текст
otello-yd-network-keywords	Релевантный фразе	Бронируйте отели в GEO с выгодой на Отелло! Оплата частями без процентов
		Оплата частями без комиссии. Кешбэк за каждую бронь. Скидки и акции!
		Бронируйте в Отелло. Оплата частями без комиссии. Кешбэк за каждую бронь
		Подарите себе незабываемый отдых от Отелло. Гарантия заселения. Поддержка 24/7
otello-yd-network-keywords	Релевантный фразе	Скидки и кешбэк суммируются. Оплата частями. Ваш незабываемый отдых с Отелло!
		В Отелло оплата частями без комиссии. Кешбэк за каждую бронь. Скидки и акции!
		Оплата частями без комиссии. Кешбэк за каждую бронь. Скидки и акции!
		В Отелло оплата частями без комиссии. Кешбэк за каждую бронь. Скидки и акции!
otello-yd-search-keywords-r	Релевантный фразе	Бронируйте в Отелло. Оплата частями без комиссии. Кешбэк за каждую бронь
		Бронируйте отели в GEO с выгодой на Отелло! Оплата частями без процентов
		Подарите себе незабываемый отдых от Отелло. Гарантия заселения. Поддержка 24/7
		Подарите себе незабываемый отдых от Отелло. Гарантия заселения. Поддержка 24/7

Тестирование баннеров и видео с разными визуалами

Проводим регулярное сравнение эффективности разных форматов с дальнейшим пересплитом бюджета на более эффективные. На скрине ниже пример баннеров в рамках 1 группы

Кампания	№ Объявления	Креатив	Наиминг Крео
Аудитории ремаркетинга	M-17019912387		купальники
Аудитории ремаркетинга	M-17019912389		Пальмы
Аудитории ремаркетинга	M-17110199633		Финский домик
Аудитории ремаркетинга	M-17110199635		Лежаки Пора сменить работу
Аудитории ремаркетинга	M-17110199639		Домики у бассейна Лето не ждет
Аудитории ремаркетинга	M-17110199641		Отель Ваше лето
Аудитории ремаркетинга	M-17152827077		Девушка Пора сменить работу
Аудитории ремаркетинга	M-17152827083		Лежаки Пора сменить работу

Разделение фидов на автоматически обновляемые и кастомные

Для аккаунта были подготовлены два вида фидов:

№1

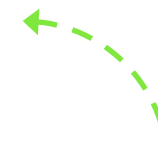
Фид по объектам на сайте

Содержит актуальные предложения,
обновляемые в режиме реального
времени

№2

Генерируемый кастомный фид

Позволяет тестировать расширенную
семантику и увеличивать охват, обновляемый
вручную при необходимости



Реклама по фиду — ключевой драйвер
трафика в онлайн-бронировании.

Разделение фидов позволило гибко
управлять ставками в зависимости
от маржинальности. Низкомаржинальные
офферы автоматически теряли долю
показов, что снижало ненужные расходы

Генерация офферов через ChatGPT*

otello × e-promo

Шаг №1

Выделение конверсионных
направлений с сайта

Шаг №2

Дублирование направлений
внутри нового фида с различными
формулировками заголовков
и текстов: 10 офферов, которые
отличались своими ID, заголовком
и текстом с одной посадочной

Результат

Частота показов по направлениям
выросла, потому что система Яндекса
считает каждый из сгенерированных
офферов фида уникальным

Применение ИИ в работе
с заголовками и текстами позволило
ускорить разработку в 5 раз

* ChatGPT имеет погрешность в генерации контента, поэтому после создания офферов мы проводили проверку на орфографические и смысловые ошибки

Что дала ИИ-генерация текстов

Автоматизированная генерация текстов позволила:

- ускорить процесс создания и тестирования фидов
- внедрить персонализированные офферы, что положительно повлияло на количество и качество трафика
- использовать динамические переменные, адаптируя офферы под разные аудитории

До



Title	Description	custom_label_2
Отелло: аренда апартаментов в Москве на сутки	Найдите идеальные апартаменты на Отелло за пару минут.	посуточная аренда апартаментов +Москва

После



Title	Description	custom_label_2
Отелло: аренда апартаментов в Москве на сутки	Найдите идеальные апартаменты на Отелло за пару минут.	посуточная аренда апартаментов +Москва
Отелло: роскошные апартаменты в Москве на сутки	Отелло — ваш выбор для аренды апартаментов на любой срок.	апартаменты посуточно +Москва
Отелло: роскошные апартаменты в Москве на сутки	Отелло — аренда апартаментов легко, надёжно и быстро.	апартаменты +Москва посуточно
Отелло: надёжные апартаменты для вашего отдыха в Москве	Планируйте поездки с Отелло — апартаменты всегда под рукой.	забронировать апартаменты в +Москва
Отелло: аренда квартир в Москве на любой срок	Бронируйте апартаменты через Отелло — всё для вашего комфорта.	снять квартиру в +Москва посуточно
Отелло: роскошные апартаменты в Москве с видом	Бронируйте апартаменты с Отелло — сервис для всех случаев.	апартаменты +Москва с видом снять
Отелло: аренда квартир посуточно в Москве с гарантией	Сервис Отелло помогает подобрать апартаменты по всей России.	снять квартира посуточно +Москва
Отелло: аренда апартаментов в Москве на сутки	Сервис Отелло помогает подобрать апартаменты по всей России.	аренда апартаментов +Москва посуточно
Аренда апартаментов в Москве от Отелло — надёжно и удобно	Подберите апартаменты через Отелло — ваш удобный помощник.	апартаменты в +Москва аренда посуточно
Отелло: аренда апартаментов в Москве на сутки	Отелло — аренда апартаментов легко, надёжно и быстро.	снять апартаменты посуточно +Москва

Анализ эффективности и бюджетирование

otello × e-promo

Еженедельный мониторинг рыночных трендов

Для оперативного перераспределения бюджета между РК и локациями на регулярной основе оцениваем:

- Рост или падение популярности локаций
- Изменения в поведении аудитории
- Реакция на конкурентов
- Внешние события (политика, экономика, погода)

Благодаря полученным данным можем оперативно сплитовать бюджеты на более эффективные логики в текущий момент, и предугадывать поведение пользователей, для быстрого управления логиками внутри кампаний

Сбор и прогнозирование спроса

Проанализировали исторические данные за 3 года для планирования бюджета.

Также собираем прогнозный понедельный спрос для более гибкого распределения бюджета в рамках месяца. Условно, на основании прогноза планируем доли бюджетов понедельно, и распределяем в течении месяца наиболее эффективным способом

Выделение наиболее эффективных отелей и локаций

Ранжирование по кликам, конверсиям, доходу; запуск отдельных кампаний под топовые отели

Определение ключей с высокой коммерческой составляющей

Например, «отель забронировать» позволило сфокусироваться на запросах с высокой готовностью к покупке, и поднять CR тем самым



Оптимизация кампаний на всех уровнях

Методология оптимизации, которую мы применяем

№1

Корректировка пакетов РК – перераспределение бюджета между кампаниями

№2

Рекламная кампания – корректировки по гео, устройствам, стратегиям

№3

Сегментация групп объявлений, тесты объявлений (А/В по заголовкам и текстам)

№4

Оптимизация ключевых запросов – работа с минус-словами, точное/широкое соответствие.

№5

Тестирование новых аудиторий (микросегменты: «поездки на выходные», «деловые поездки», «частное жильё»)

№6

Логика – переработка связок оффер + аудитория + формат

Дашборды и управление в реальном времени

Определили совместно с клиентом ключевые метрики, добавили графики с визуализацией

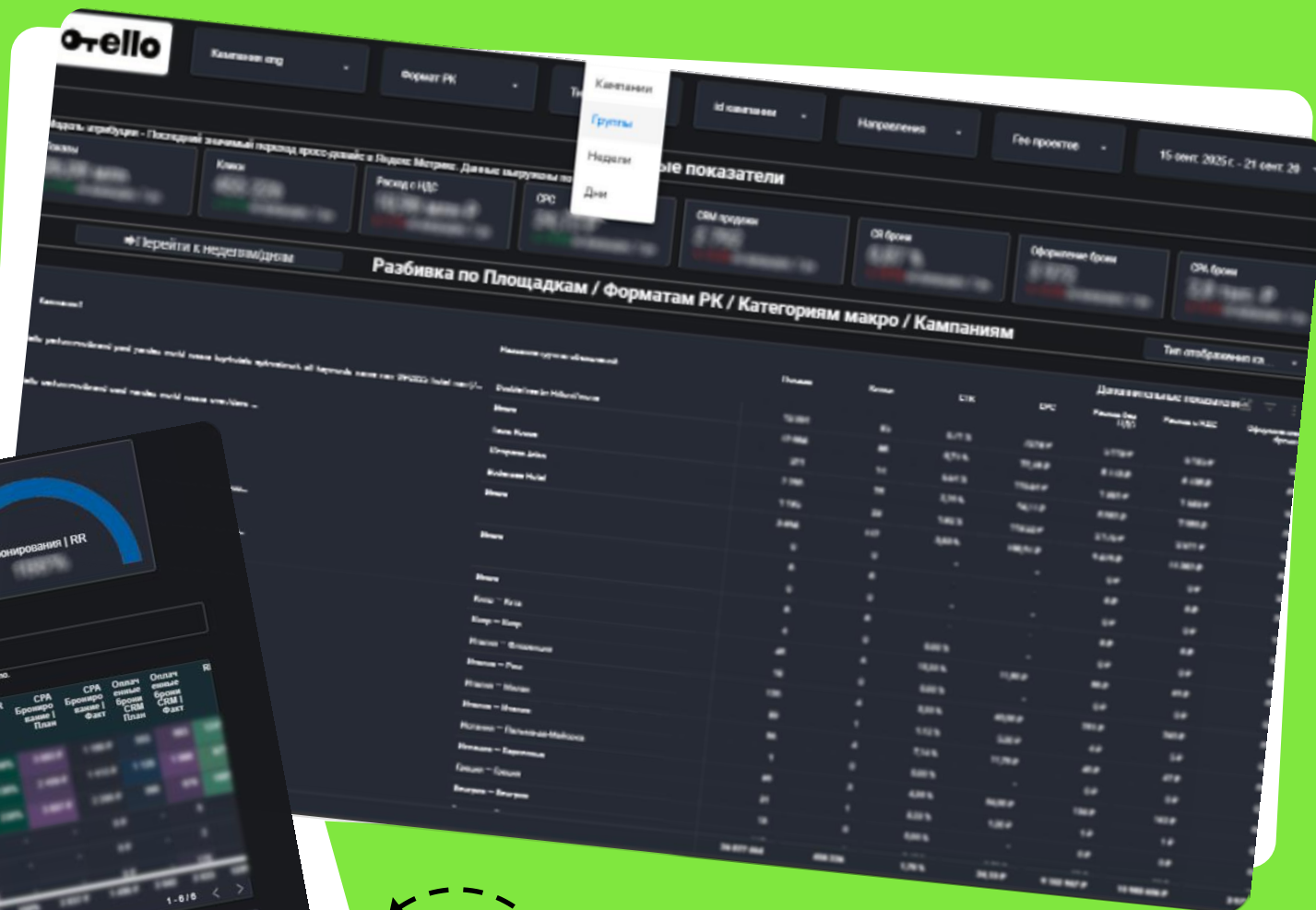
- Интерактивные отчеты с ключевыми метриками (клики, конверсии, доход, CPA)
- Оперативный контроль ставок и бюджетов через визуализированные графики

Ежедневное обновление и отслеживание RunRate (RR) позволяет оперативно оптимизироваться для достижения KPI на уровне кампаний и групп по всей воронке



Детальная аналитика по группам по всей воронке позволяет оперативно управлять эффективностью каждой логики

А сравнение по периодам помогает быстро выявлять точки роста и корректировать стратегию



Наглядная визуализация ключевых метрик, графики и таблицы обеспечивают быстрое восприятие данных, что упрощает ежедневный анализ и принятие решений

Прогнозирование и аналитика спроса

№1. Разработан алгоритм Сбора спроса для дальнейшего планирования заранее

[illegible]

С самого запуска, собираем и фиксируем спрос по основным ключам (типы объектов), и считаем по ним основные показатели эффективности. Далее учитываем при планировании бюджета и оценки ситуации на рынке. Спрогнозировали будущий спрос на основе последних 3-х лет понедельно

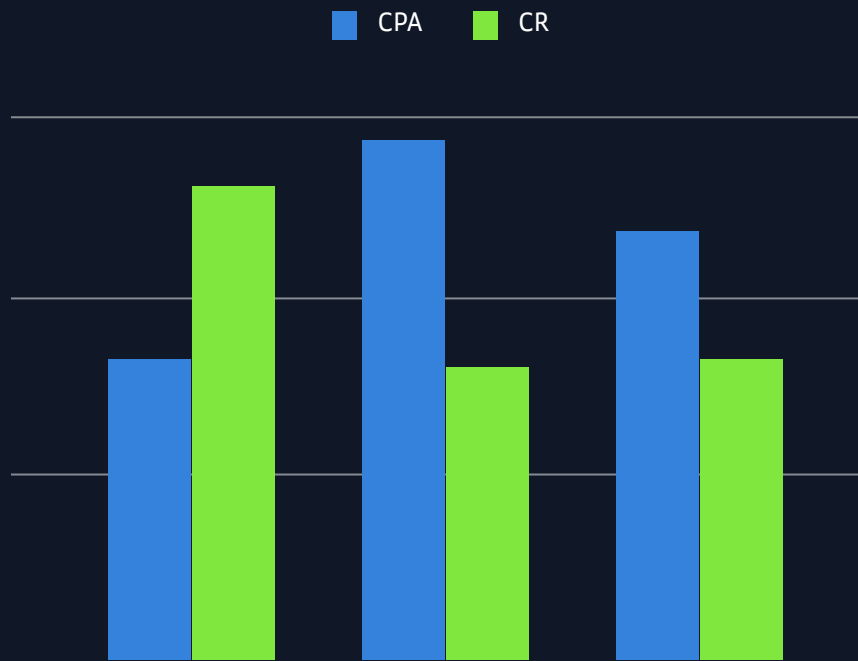
Прогнозирование и аналитика спроса

№2. Ввели корреляцию CPO и CR с помощью теста по корректировкам – работает только на CPA стратегии.

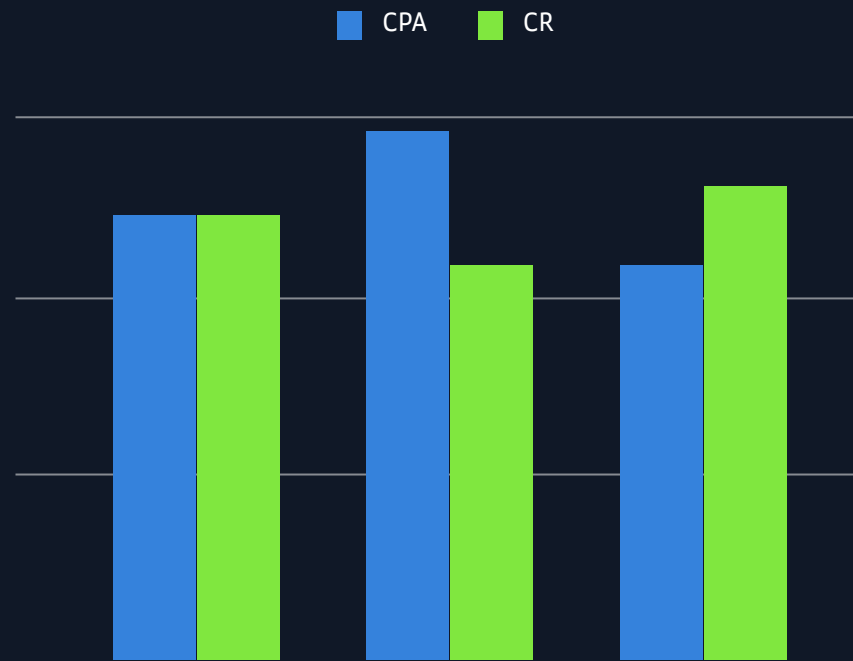
На стратегии с оплатой за клики данная логика не работает.

Зная данный показатель, точнее получается строить расчеты и оптимизироваться

CPC стратегия



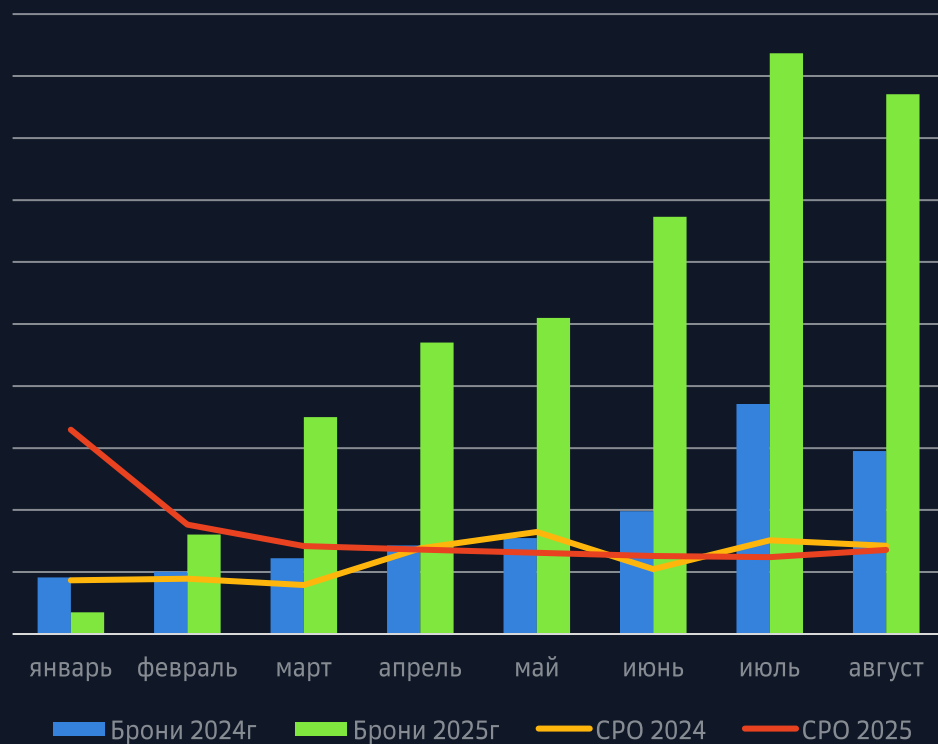
CPA стратегия



Результаты

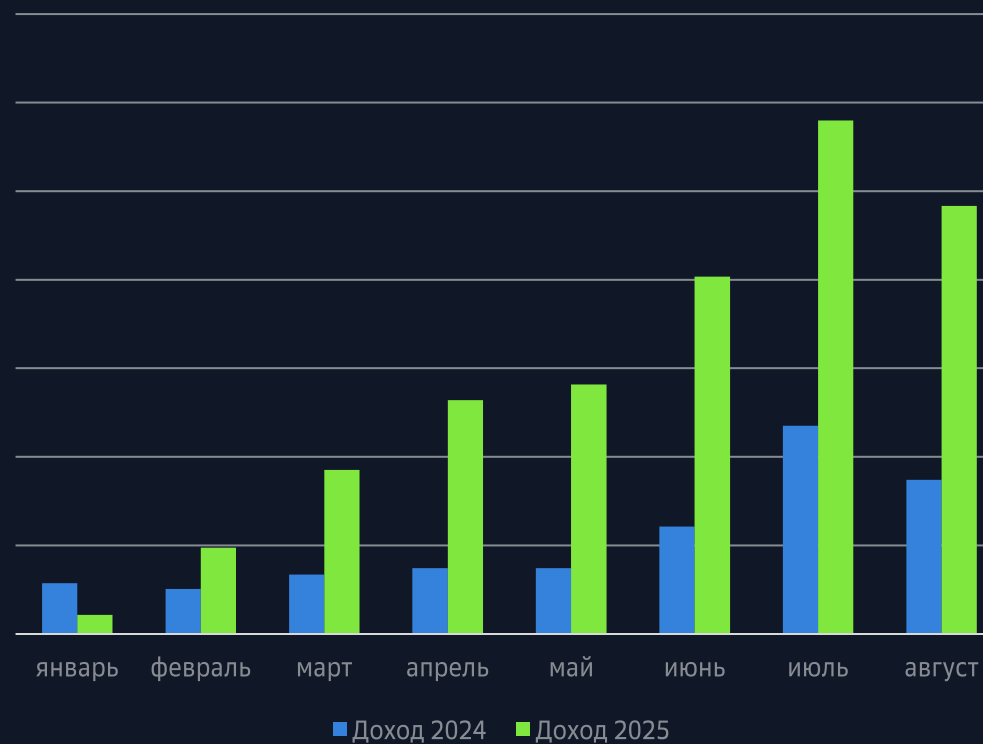
Выросли по броням в 2,7 раза в 2025 году!

При этом, динамика снижения цены брони (CPO) видна с 1 месяца запуска. Уже в марте вышли на плановый показатель и стабильно его удерживаем



Доход в этом году также вырос в 2,7 раза

Особенно заметна разница во втором квартале и в летний сезон: масштабировали кампании и обновляли локации под летний период

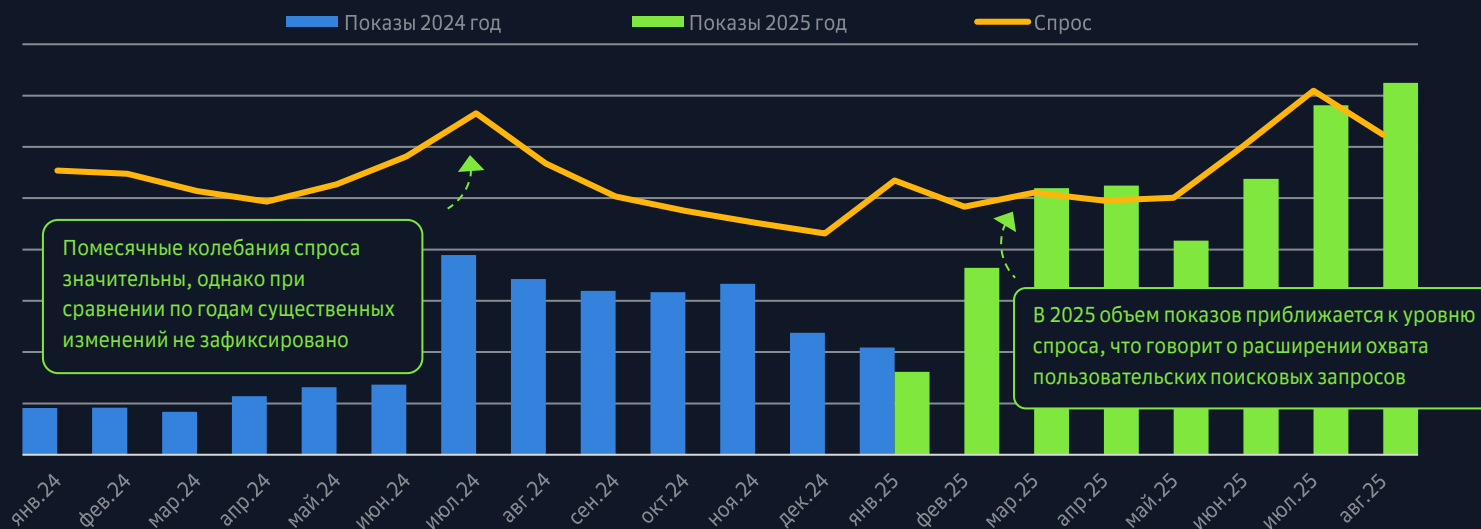


Результаты по SOI

Наиболее устойчивым фактором остаётся спрос. В то время как трафик сильно реагирует на краткосрочные изменения и может давать резкие всплески, SOI занимает промежуточную позицию, показывая чувствительность к росту трафика, но без экстремальных колебаний

В 2025 года показы выросли за счет расширения ключевых запросов как в ручных поисковых кампаниях, так и в фидах, и почти сравнялись со спросом

SOI – это показатель, отображающий процент выигрышей рекламодателя в аукционах и, соответственно, процент полученных показов. Он необходим для определения объема выкупаемого трафика в Яндекс



Основные выводы и инсайты

№1

Запуск кастомных фидов по ассортименту и всем актуальным направлениям позволил в кратчайшие сроки обеспечить максимальный охват офферов, представленных на сайте, и добиться роста трафика по этим РК – в 3,5 раза

№2

Создание централизованной системы контроля фидов значительно сократило временные и операционные затраты (в 10 раз). Инструмент обеспечил оперативный мониторинг актуальности товарных предложений, динамическое управление ставками и автоматическую приоритезацию наиболее рентабельных офферов

№3

Активное использование технологий искусственного интеллекта (ChatGPT) для массового создания релевантных текстов позволило минимизировать ресурсозатраты. Системный подход к генерации множественных вариаций текстовых материалов обеспечил гибкость и эффективность рекламных коммуникаций

№4

Еженедельный контроль качества трафика на всех уровнях позволяет масштабировать кампании и обеспечивать приток конверсионной аудитории в рамках планового CPA

№5

Регулярное формирование и проверка гипотез способствовали постоянному расширению целевой аудитории и оптимальному распределению рекламных бюджетов в эффективные логики

№6

За счет внедрения детализированного алгоритма сбора данных, прогнозирования спроса и корреляционного анализа удалось повысить оперативность принятия решений. Это обеспечило выбор наиболее перспективных стратегий и максимальную эффективность рекламных инвестиций



o-tello × e-promo

**WE MAKE
YOU DIGITAL**

