

Как увеличить  
количество  
лидов на 70%  
при снижении  
CPL на 17%

с помощью  
кастомного  
фида





## О компании

Туристическое агентство — эксперт в организации путешествий по более чем 30 странам мира. Занимается подбором и оформлением туров, предлагая клиентам широкий выбор направлений и форматов отдыха: от пляжных курортов до индивидуальных маршрутов.

Агентство работает с надежными популярными туроператорами, что гарантирует высокое качество сервиса и безопасность поездок. Предлагает индивидуальный подход к каждому клиенту, конкурентные цены, скидки до 40% и эксклюзивные предложения для комфортного и разнообразного отдыха по всему миру.

# Вводные и риски

## ЗАДАЧИ

- Рост количества лидов\* от месяца к месяцу с учетом сезонных колебаний при одновременном снижении CPL\*\*
- Автоматизация изменений рекламных материалов и количества офферов в рекламных кампаниях
- Повышение релевантности объявлений с учетом УТП\*\*\* и особенностей каждого оффера

---

\* Лид — пользователь, проявивший заинтересованность в туристических услугах компании и предоставивший контактные данные на сайте, что позволяет начать с ним коммуникацию с целью дальнейшей продажи

CPL — средняя стоимость лида

\*\* УТП — уникальное торговое предложение, которое кратко

\*\*\* формулирует ключевое преимущество туристических услуг агентства, выгодно отличающее его от конкурентов

## ВЫЗОВЫ

- Наиболее конверсионный сегмент с брендовыми запросами полностью выкупается, что означает отсутствие возможностей для его дальнейшего масштабирования
- Разнообразие и объем туров усложняют формирование семантического ядра и структурирование небрендовых кампаний на Поиске и в РСЯ
- Фиксированные даты туров делают ручную проработку фида для отдельных туров трудозатратной, а переориентация фида на более широкие категории, такие как страны или отели, приведет к сокращению его объема в тысячи раз
- Ярко выраженная сезонность в сфере туризма, которая влечет за собой снижение объема лидов в периоды низкого спроса и увеличение их стоимости
- Большое количество лотов в клиентском фиде — туры на разные даты различной длительности по разнообразным направлениям со множеством вариаций отелей, с разной маржинальностью и популярностью

## РИСКИ

- Высокий CPL в товарной РК с ограниченными KPI при использовании CPC-стратегии
- Недостаточное кол-во конверсий для обучения рекламной кампании при выборе CPA-стратегии
- Однотипные объявления с низкой кликабельностью при генерации из автоматически обновляемого клиентского фида

# Решения

## №1 *Масштабирование офферов через их генерацию*

Преобразовали категорию офферов в фиде: заменили ссылки в фиде с конкретными турами на фиксированную дату на страницы с отелем и выбором дат

### **ЭТО ПОЗВОЛИЛО:**

Избежать привязки к датам туров и дать посетителям сайта больше возможностей для выбора

## №2 *Ручная переработка структуры клиентского фида*

Для рекламы каждого отеля создали до 40 персонализированных офферов, таким образом общее количество офферов в фиде составило 30 000.

Каждый новый оффер представляет собой уникальную комбинацию заголовка и текста рекламного объявления.

### **ЭТО ПОЗВОЛИЛО:**

- прописать максимально релевантные, но в то же время яркие и цепляющие рекламные объявления
- увеличить охват и обогатить кампанию данными для быстрого обучения автостратегии

# Решения

*№3 Упор на товарные объявления созданные на базе ЕТК с автотаргетингом и автостратегией*

Использовали фиды в качестве источника данных для генерации объявлений




# Объявления, генерируемые стандартным фидом


## Особенности

- Заголовок не содержит информации ни о направлении тура, ни об отеле
- В текстах объявлений отсутствует наименование бренда туроператора
- Текст объявлений не отражает сути продвигаемого продукта и основных УТП


РЕКЛАМА




**82 691 ₺**  
15.01.2025, 6 ночей,  
3\*, на 2 человека




**161 321 ₺**  
19.01.2025, 6 ночей,  
4\*, на 2 человека



**374 472 ₺**  
18.01.2025, 6 ночей,  
3\*, на 2 человека




**32 278 ₺**  
18.01.2025, 6 ночей,  
4\*, на 2 человека



**304 983 ₺**  
15.01.2025, 6 ночей,  
5\*, на 2 человека

РЕКЛАМА



**15.01.2025, 6 ночей,  
5\*, на 2 человека**

Вьетнам >

Туры в Грецию >

Туры в Египет >

Туры в Испанию >

Санкт-Петербург >

Туры на Мальдивы >

[Подробнее](#)

## Туры по всему миру

Большой выбор туров, опытные специалисты, выгодные цены

🕒 Пн-Вс: 10:00-22:00

☎ +7 (495) 419-24-60

←

Стандартный фид

# Объявления, генерируемые кастомным фидом

## Особенности

- Рекламное объявление содержит полную информацию о направлении тура и отеле
- В текстах содержится наименование бренда туроператора, что повышает доверие пользователя
- Объявления максимально наполнены всеми элементами и дополнениями – уточнения, быстрые ссылки с описаниями, промоакция
- Из текстов объявлений сразу понятна суть продвигаемого продукта

РЕКЛАМА

Туры со скидками в ОАЭ. Capitol Hotel

Выгодные туры в Турцию. Sirene Belek Hotel

Купите тур в Таиланд. The Hotspring Beach Resort & Spa

Туры со скидками в Египет. Ivy Cyrene Island Resort

Купите тур в Турцию. Diva's Hotel

РЕКЛАМА

**Туры в Таиланд. Скидки до 40%. Bella Villa Metro**

% Скидка до 40% на туры по всему миру!

Комфортный отдых от со скидками до 40%. Бронируйте онлайн на сайте!

Подробнее

Туры в Таиланд. Скидки до 40%. Bella Villa Metro. Промо

Комфортный отдых со скидками до 40%. Бронируйте онлайн на сайте! · Удобный поиск туров. Большой опыт в туризме. Проверенные отели

☛ Скидка до 40% на туры по всему миру! Посмотреть

<b>Горящие туры</b> Выгодные цены от надежного турагентства	<b>Страны</b> Широкий выбор направлений
<b>Каталог отелей</b> Большой выбор вариантов проживания	<b>Офисы продаж</b> Выберите ближайший для Вас офис проживания
<b>Как купить тур</b> Простой алгоритм бронирования	<b>Заказать звонок</b> Оставьте заявку, и мы перезвоним
<b>Раннее бронирование</b> Закажите тур заранее и получите промокод на скидку	<b>Отзывы</b> Почему выбирают

Кастомный фид

# Выводы и полученные результаты

Запуск товарной РК в январе с использованием кастомного фида к июлю 2025 привел к следующим результатам:

Объем лидов	CPL	CPC
<b>+70%</b>	<b>-17%</b>	<b>-38%</b>

Время на корректировку рекламных материалов сократилось в несколько раз, что позволило нам более оперативно реагировать на колебания спроса в туристической отрасли и повышать эффективность размещения в периоды пиков и спадов

