



ТИКЕТОН

BigData Ticketon. Как анализ данных влияет на привлечение клиентов и увеличение доходов. Самые интересные кейсы 2019 года

Наши достижения



**Более
1 500 000**

пользователей в месяц
(600 тыс. клиентов в БД)



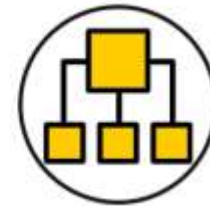
7 лет

успешной деятельности



**Более
5 000 000**

проданных билетов
(продаем от 5 до 50
тыс. билетов в день)



**150 подключенных
объектов**

кинотеатры / театры / спорт-
арены / концертные залы

В 17 городах Казахстана



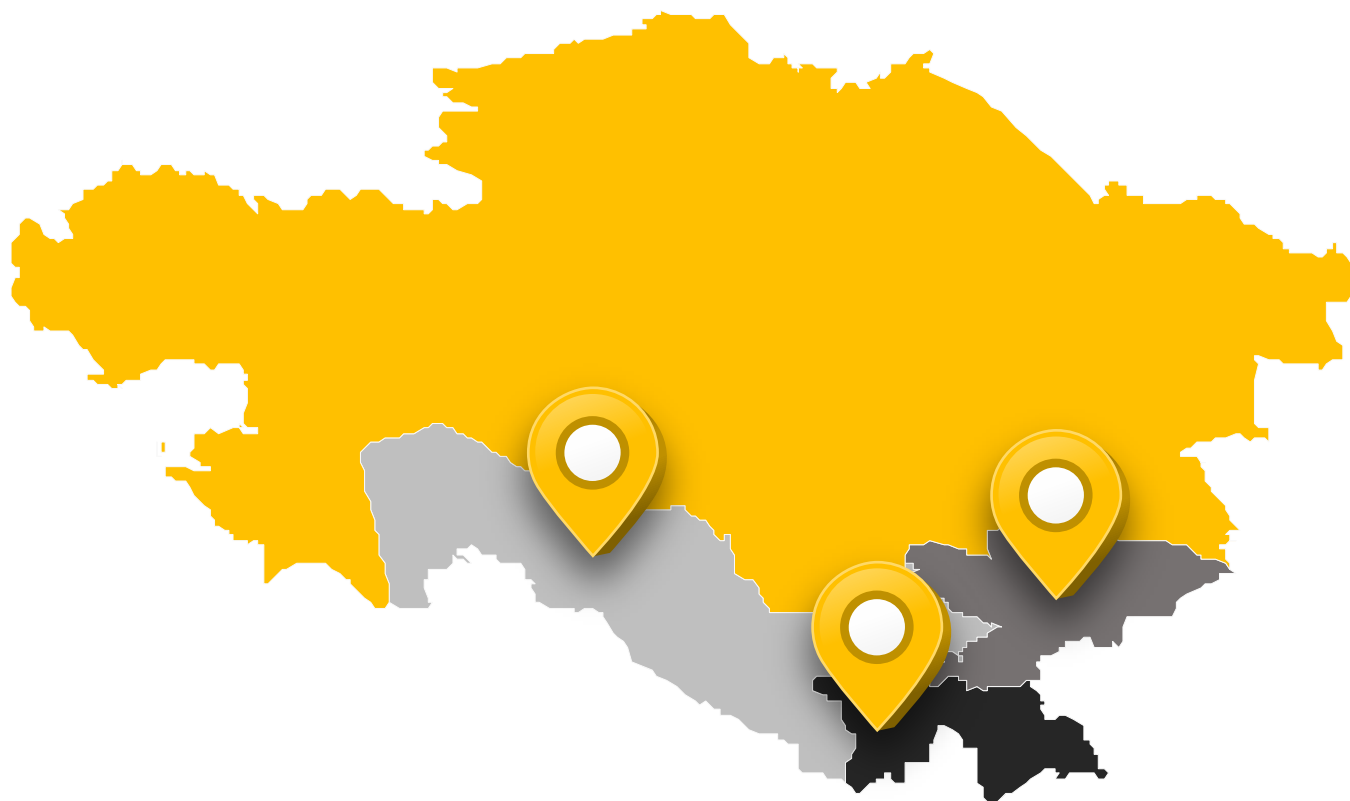
НУР-СУЛТАН
АЛМАТЫ
КАРАГАНДА
ШЫМКЕНТ
ТАРАЗ

КЫЗЫЛОРДА
КОСТАНАЙ
ТАЛДЫКОРГАН
ЖАРКЕНТ
СЕМЕЙ

КОКШЕТАУ
ПЕТРОПАВЛОВСК
АКТОБЕ
ПАВЛОДАР
ТЕМИРТАУ

УСТЬ-КАМЕНОГОРСК
АКТАУ

В трех странах Центральной Азии



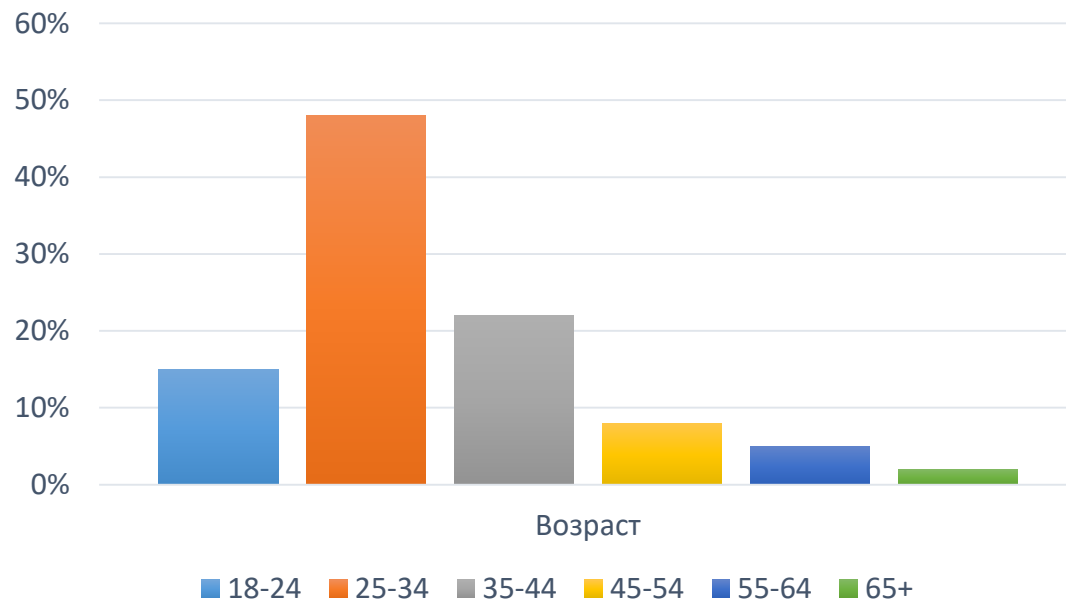
УЗБЕКИСТАН

ТАДЖИКИСТАН

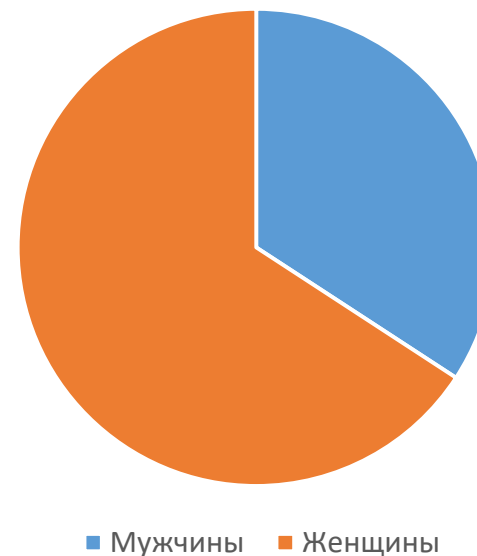
КЫРГЫЗСТАН

Аудитория сайта

Возраст



Пол

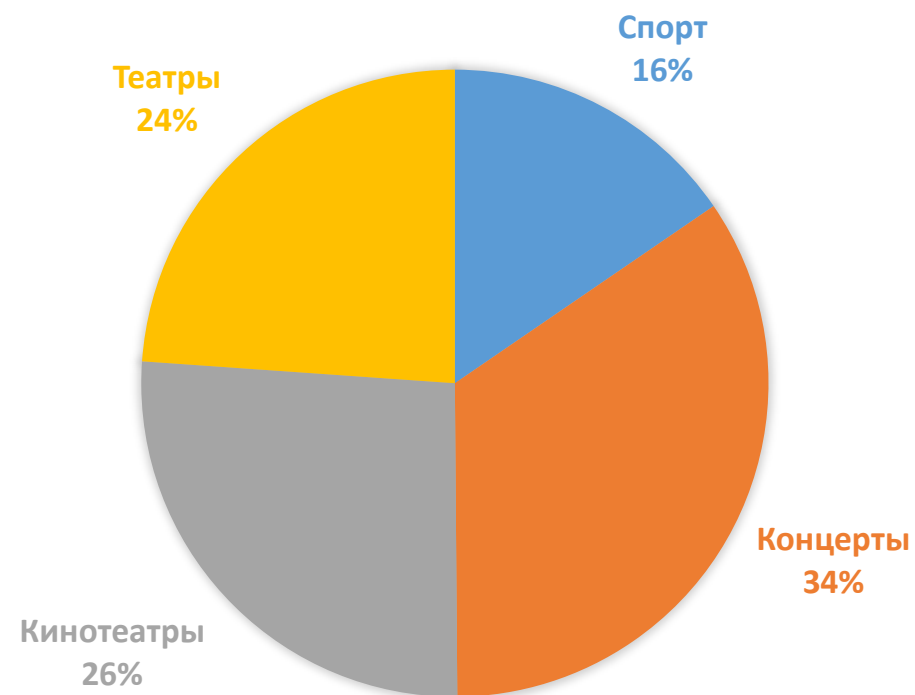
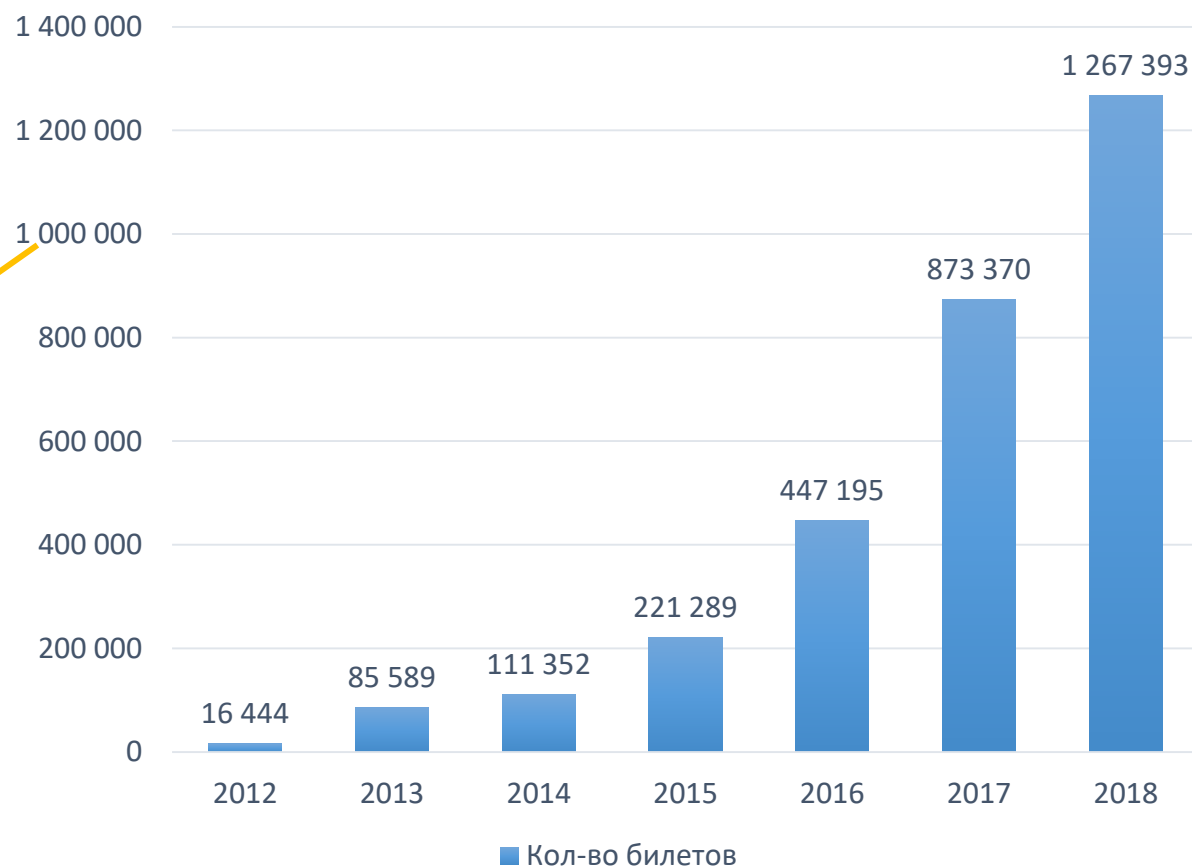


> 1,5 млн.
просмотров
сайта в месяц

> 700 тыс. уникальных
посетителей сайта
в месяц

2300 тенге
средний чек

Данные по продаваемым билетам



Топ 20 билетных сервисов СНГ

№	Страна	Сайт	Посещаемость								
			Ноябрь'18	Декабрь'18	Январь'19	Февраль'19	Март'19	Апрель'19	Май'19	Июнь'19	Июль'19
1	Россия	afisha.yandex.ru	11 350 000	11 630 000	15 940 000	11 140 000	12 400 000	11 300 000	11 140 000	9 317 000	10 150 000
2	Россия	Kassir.ru	5 158 799	4 221 443	4 094 499	4 005 721	4 650 000	3 400 000	3 298 000	3 060 000	3 371 000
3	Россия	timepad.ru	2 422 000	2 482 000	2 249 000	3 050 000	2 600 000	2 700 000	2 521 000	2 338 000	2 245 000
4	Эстония	piletilevi.ee	1 521 793	1 377 070	1 062 334	1 043 279	959 762	818 792	854 458	983 196	1 385 720
5	Украина	Concert.ua	1 615 796	1 317 061	1 374 777	1 085 321	1 300 000	1 100 000	1 249 000	1 434 000	1 313 000
6	Россия	kassa.rambler.ru	1 168 947	1 187 283	1 928 372	1 036 162	1 150 000	1 250 000	1 150 000	890 000	1 250 000
7	Россия	Ponominalu.ru	1 567 861	1 146 058	1 032 667	1 063 597	1 400 000	1 200 000	1 164 000	1 217 000	1 223 000
8	Россия	Ticketland.ru	2 641 565	2 604 982	2 215 148	1 567 335	1 800 000	1 300 000	1 155 000	1 036 000	1 182 000
9	Латвия	bilesuserviss.lv	679 386	681 076	538 782	558 276	680 528	553 423	544 844	613 175	878 138
10	Казахстан	Ticketon.kz	825 826	784 084	952 932	1 091 000	1 398 000	1 187 882	1 066 838	730 637	812 060
11	Россия	Kassy.ru	1 674 203	1 384 296	1 508 817	1 727 347	1 650 000	1 300 000	958 298	813 758	766 922
12	Россия	kinohod.ru	735 000	888 002	1 180 000	678 866	640 000	710 000	770 000	600 000	740 000
13	Литва	bilietai.lt	660 309	653 364	500 344	780 182	712 845	581 203	428 572	412 266	708 135
14	Украина	Kontramarka.ua	845 367	903 056	879 889	772 251	800 000	520 000	760 000	610 000	660 000
15	Украина	Karabas.com	1 146 735	982 557	1 056 398	1 061 256	1 300 000	770 000	950 000	700 000	620 000
16	Беларусь	kvitki.by	266 509	249 771	208 867	240 678	639 111	400 563	360 823	373 278	554 530
17	Латвия	bilesuparadize.lv	384 240	444 425	351 041	354 088	310 000	210 000	250 000	280 000	290 000
18	Грузия	tkt.ge	249 559	170 724	157 926	148 912	210 000	240 000	340 000	330 000	320 000
19	Беларусь	ticketpro.by	189 003	166 591	213 071	160 290	160 000	150 000	170 000	450 000	180 000
20	Молдова	afisha.md	209 053	186 210	255 529	157 494	220 000	200 000	210 000	180 000	170 000

ТИКЕТОН

Аналитика как инструмент
принятия решений и консалтинга

Аналитика как инструмент принятий решений и консалтинга

Инструменты

- Google Analytics
- Яндекс Метрика
- MySQL База
- Feedback-и от покупателей и организаторов
- Фокус-группы
- BI-аналитика

Результат

- Диверсификация доходов
- Понимание рабочих инструментов и улучшение слабых сторон Тикетон
- Увеличение скорости принятия решений
- Превращение удачных кейсов в рабочие бизнес-процессы
- Более грамотное прогнозирование
- Увеличение ПРОДАЖ нашим клиентам
- Консультирование организаторов по всем вопросам проведения мероприятий

Аналитика как инструмент принятий решений и консалтинга

Все пользователи
 Доход от продукта: 100,00 %

+ Добавить сегмент

1 июл. 2018 г. - 31 июл. 2018 г. ▾

Статистика

Сводка **Поведение покупателей**

Доход от продукта ▾ И Выбор показателя

Доход от продукта

1 000 000,00 \$



Основной параметр: **Продукт** Идентификатор продукта Категория товаров (расширенная электронная торговля) Бренд товара

Дополнительный параметр ▾

Расширенный фильтр включен

Продукт	Эффективность продаж				Поведение покупателей			
	Доход от продукта	Уникальные покупки	Количество	Средн. цена	Средн. кол-во	Сумма возврата за товар	Коэффициент выбранных товаров	Коэффициент совершенных покупок
	14 816 000,00 \$ % от общего количества: 8,52 % (173 849 588,00 \$)	776 % от общего количества: 2,70 % (28 794)	1 368 % от общего количества: 1,99 % (68 616)	10 830,41 \$ Средний показатель для представления: 2 533,66 \$ (327,46 %)	1,76 Средний показатель для представления: 2,38 (-26,02 %)	680 000,00 \$ % от общего количества: 3,53 % (19 279 765,00 \$)	60,56 % Средний показатель для представления: 47,37 % (27,86 %)	3,59 % Средний показатель для представления: 8,52 % (-57,94 %)
1. JAH KHALIB в Астане	14 816 000,00 \$(100,00 %)	776(100,00 %)	1 368(100,00 %)	10 830,41 \$	1,76	680 000,00 \$(100,00 %)	60,56 %	3,59 %

Аналитика как инструмент принятий решений и консалтинга

Продукт ?	Источник или канал ?	Эффективность продаж						Поведение покупа
		Доход от продукта ? ↓	Уникальные покупки ?	Количество ?	Средн. цена ?	Средн. кол-во ?	Сумма возврата за товар ?	Коэффициент выбранных товаров ?
		14 844 533,02 \$ % от общего количества: 8,54 % (173 849 588,00 \$)	774 % от общего количества: 2,69 % (28 794)	1 370 % от общего количества: 2,00 % (68 616)	10 827,52 \$ Средний показатель для представления: 2 533,66 \$ (327,35 %)	1,76 Средний показатель для представления: 2,38 (-25,96 %)	646 987,24 \$ % от общего количества: 3,36 % (19 279 765,00 \$)	60,50 % Средний показатель для представления: 47,37 % (27,72 %)
1. JAH KHALIB в Астане	(direct) / (none)	4 865 840,11 \$ (32,78 %)	261 (33,72 %)	455 (33,21 %)	10 694,15 \$	1,74	155 028,89 \$ (23,96 %)	83,41 %
2. JAH KHALIB в Астане	google / organic	4 387 317,60 \$ (29,56 %)	227 (29,33 %)	409 (29,85 %)	10 726,94 \$	1,80	231 509,81 \$ (35,78 %)	96,43 %
3. JAH KHALIB в Астане	google / cpc	2 282 025,27 \$ (15,37 %)	122 (15,76 %)	209 (15,26 %)	10 918,78 \$	1,71	59 944,50 \$ (9,27 %)	109,56 %
4. JAH KHALIB в Астане	l.instagram.com / referral	831 988,38 \$ (5,60 %)	48 (6,20 %)	76 (5,55 %)	10 947,22 \$	1,58	64 078,61 \$ (9,90 %)	60,68 %
5. JAH KHALIB в Астане	instagram.com / referral	403 075,12 \$ (2,72 %)	19 (2,45 %)	35 (2,55 %)	11 516,43 \$	1,84	35 139,88 \$ (5,43 %)	39,24 %
6. JAH KHALIB в Астане	yandex.kz / referral	230 476,28 \$ (1,55 %)	14 (1,81 %)	23 (1,68 %)	10 020,71 \$	1,64	0,00 \$ (0,00 %)	94,96 %
7. JAH KHALIB в Астане	eSputnik-promo / email	225 308,65 \$ (1,52 %)	7 (0,90 %)	17 (1,24 %)	13 253,45 \$	2,43	0,00 \$ (0,00 %)	96,19 %
8. JAH KHALIB в Астане	away.vk.com / referral	217 040,45 \$ (1,46 %)	14 (1,81 %)	22 (1,61 %)	9 865,47 \$	1,57	0,00 \$ (0,00 %)	49,33 %
9. JAH KHALIB в Астане	sxodim.com / referral	203 604,61 \$ (1,37 %)	9 (1,16 %)	20 (1,46 %)	10 180,23 \$	2,22	16 536,41 \$ (2,56 %)	94,78 %
10. JAH KHALIB в Астане	kino.kz / referral	202 571,08 \$ (1,36 %)	10 (1,29 %)	19 (1,39 %)	10 661,64 \$	1,90	0,00 \$ (0,00 %)	83,41 %
11. JAH KHALIB в Астане	yandex / organic	143 660,11 \$ (0,97 %)	6 (0,78 %)	13 (0,95 %)	11 050,78 \$	2,17	31 005,78 \$ (4,79 %)	107,46 %
12. JAH KHALIB в Астане	astanaopera.kz / referral	128 157,22 \$ (0,86 %)	6 (0,78 %)	11 (0,80 %)	11 650,66 \$	1,83	16 536,41 \$ (2,56 %)	62,56 %



ТИКЕТОН

Data-driven маркетинг

Самое сложное в наше время – это
умение отличать знаки судьбы от
таргетированной рекламы

Правило 7 касаний

1 месседж – одно время – несколько каналов – конверсия >30%



Email-ы



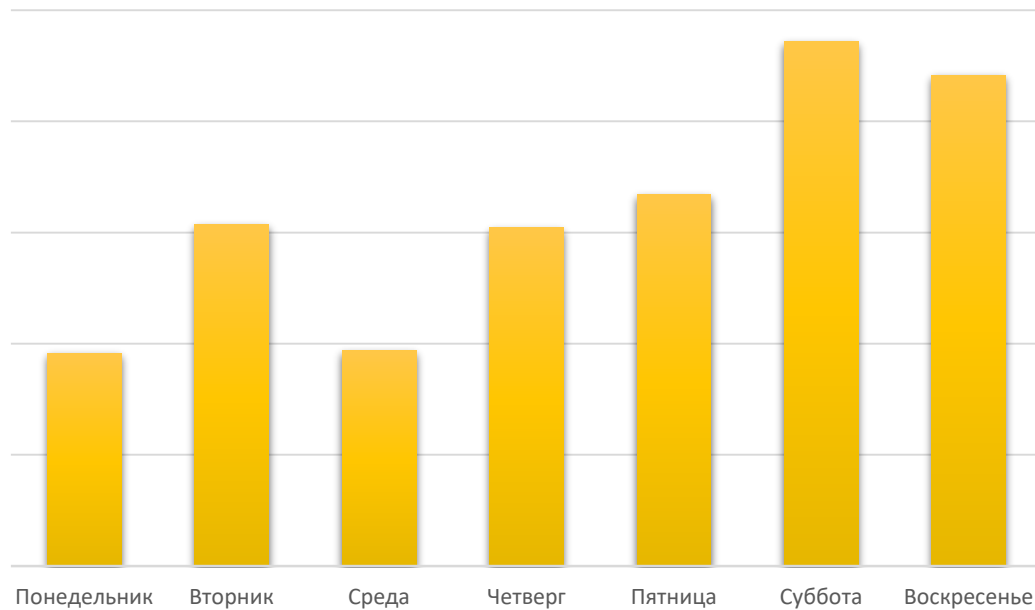
Социальные сети



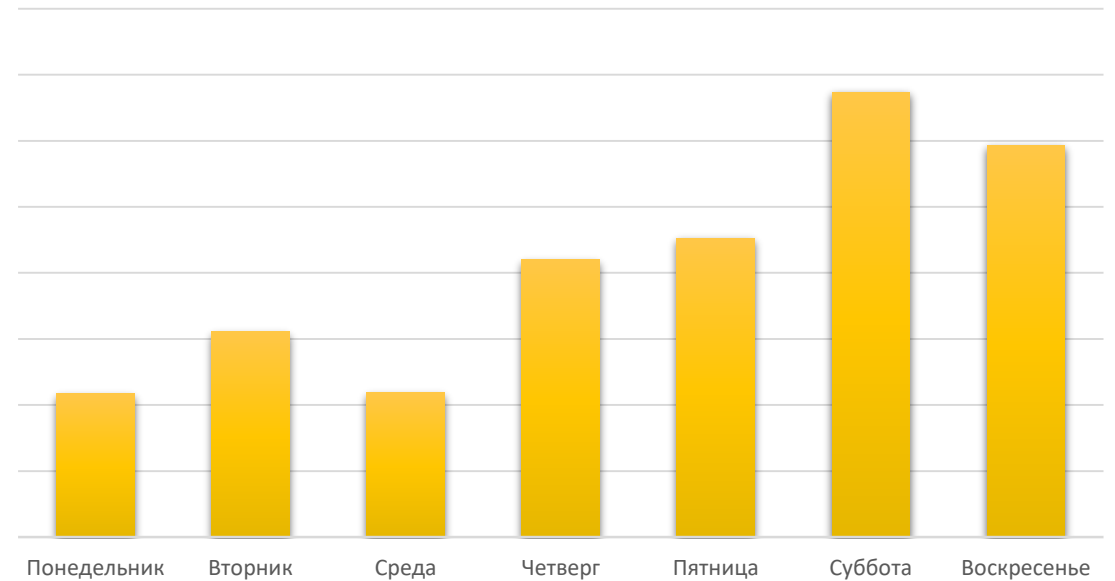
Push-уведомления

Данные продаж билетов в кино по дням недели

Среднее кол-во реализуемых билетов в кино по дням недели



Средний оборот от реализуемых билетов по дням недели



Кейс: TicketonDay

- **Цель** – увеличение количества покупок билетов в кино в начале недели.

Что было сделано:

1. Сбор информации о действующих скидках в кинотеатрах
2. Создание посадочной страницы с информацией о скидках в кинотеатрах по вторникам.
3. Сегментация базы – люди, покупающие билеты в кино
4. По вторникам запуск рекламных каналов: позиции на сайте, mail-рассылка, push-уведомления, sms-рассылка, таргетинг в социальных сетях по базе, контекстная реклама с ремаркетингом

Кейс: TicketonDay

Результат:

Среднее количество билетов приобретаемых в кино по вторникам без TicketonDay
– **2 462 билета**

Среднее количество билетов приобретаемых в кино по вторникам с TicketonDay –
4 149 билетов

ИТОГО – увеличение количества покупок билетов в кино по вторникам на **40%**

Цель выполнена!

P.S. Помимо купленных билетов в кино, увеличились продажи билетов и на другие мероприятия на сайте по вторникам.

Кейс: Форсаж Хобс и Шоу

- **Цель** – увеличение количества покупок на 3 неделю проката (уменьшение спада покупок менее чем на 50% в сравнении со 2 неделей)

Что было сделано:

1. Сегментация базы - поиск тех, кто покупал билеты на «Форсаж 8» – **5000 человек**
2. Сортировка базы – сопоставление отсегментированной базы с базой людей, которые купили в первые 2 недели показа для выявления списка тех, кто еще не ходил на «Форсаж Хобс и Шоу», но любит Форсаж – **700 человек**
3. Прямые коммуникации с ними – SMS-рассылка, с призывом купить билеты
4. Таргетинг по mail-ам в социальных сетях на эту базу людей
5. Ремаркетинг по mail-ам на эту базу людей

Кейс: Форсаж Хобс и Шоу

Результат:

- 1. Прямых покупок по СМС – 1 500 000 тенге (4000 долларов США)**
- 2. Покупок с ремаркетинга – 700 000 тенге (2000 долларов США)**
- 3. Покупок с таргетинга в социальных сетях – 350 000 тенге (1000 долларов США)**
- 4. Прямых покупок с сайта – 9 000 000 тенге (24 000 долларов США)**

ИТОГО – 12 000 000 тенге (31 000 долларов США).

35% спад со второй неделей

Цель выполнена!

P.S. Помимо купленных билетов на Форсаж, обработанная база клиентов совершила покупки на сумму 1 500 000 тенге (4000 долларов США) на мероприятия никак не связанные с кино

Кейс: Форсаж Хобс и Шоу

1 неделя

Продукт	Эффективность продаж						Поведение покупателей	
	Доход от продукта	Уникальные покупки	Количество	Средн. цена	Средн. кол-во	Сумма возврата за товар	Коэффициент выбранных товаров	Коэффициент совершенных покупок
	32 013 820,00 \$ % от общего количества: 62,70 % (51 058 829,50 \$)	7 517 % от общего количества: 64,87 % (11 588)	18 273 % от общего количества: 65,13 % (28 058)	1 751,97 \$ Средний показатель для представления: 1 819,76 \$ (-3,73 %)	2,43 Средний показатель для представления: 2,42 (0,40 %)	599 210,00 \$ % от общего количества: 51,89 % (1 154 852,00 \$)	66,22 % Средний показатель для представления: 48,02 % (37,90 %)	105,40 % Средний показатель для представления: 16,21 % (550,01 %)
1. Форсаж: Хоббс и Шоу	32 013 820,00 \$(100,00 %)	7 517(100,00 %)	18 273(100,00 %)	1 751,97 \$	2,43	599 210,00 \$(100,00 %)	66,63 %	106,05 %

2 неделя

Продукт	Эффективность продаж						Поведение покупателей	
	Доход от продукта	Уникальные покупки	Количество	Средн. цена	Средн. кол-во	Сумма возврата за товар	Коэффициент выбранных товаров	Коэффициент совершенных покупок
	18 565 140,00 \$ % от общего количества: 27,52 % (67 471 787,20 \$)	5 200 % от общего количества: 36,26 % (14 341)	12 562 % от общего количества: 37,21 % (33 761)	1 477,88 \$ Средний показатель для представления: 1 998,51 \$ (-26,05 %)	2,42 Средний показатель для представления: 2,35 (2,62 %)	353 830,00 \$ % от общего количества: 16,38 % (2 160 300,00 \$)	67,42 % Средний показатель для представления: 39,13 % (72,30 %)	95,38 % Средний показатель для представления: 14,22 % (570,80 %)
1. Форсаж: Хоббс и Шоу	18 565 140,00 \$(100,00 %)	5 200(100,00 %)	12 562(100,00 %)	1 477,88 \$	2,42	353 830,00 \$(100,00 %)	67,99 %	96,17 %

3 неделя

Продукт	Эффективность продаж						Поведение покупателей	
	Доход от продукта	Уникальные покупки	Количество	Средн. цена	Средн. кол-во	Сумма возврата за товар	Коэффициент выбранных товаров	Коэффициент совершенных покупок
	12 087 650,00 \$ % от общего количества: 15,18 % (79 653 638,20 \$)	4 159 % от общего количества: 26,04 % (15 971)	9 919 % от общего количества: 27,04 % (36 685)	1 218,64 \$ Средний показатель для представления: 2 171,29 \$ (-43,87 %)	2,38 Средний показатель для представления: 2,30 (3,83 %)	236 690,00 \$ % от общего количества: 5,61 % (4 216 760,00 \$)	70,69 % Средний показатель для представления: 36,65 % (92,85 %)	113,29 % Средний показатель для представления: 11,56 % (879,63 %)
1. Форсаж: Хоббс и Шоу	12 087 650,00 \$(100,00 %)	4 159(100,00 %)	9 919(100,00 %)	1 218,64 \$	2,38	236 690,00 \$(100,00 %)	71,08 %	113,91 %

Кейс: Как мы перетянули аудиторию кино и спорта в театры

- **Цель** – увеличение количества посетителей театра. На 2015 год средняя заполняемость театров 36%

Что было сделано:

1. Mail, SMS и Push-уведомления людям, кто не покупает в театры, но ходит в кино и на спорт с призывом посетить в первый раз постановку в театре
2. Глубокая работа с базой – выявление вкусовых предпочтений наших покупателей, географического местонахождения, семейного статуса
3. Персональная рекламная кампания на эту базу с уникальным месседжом для них.

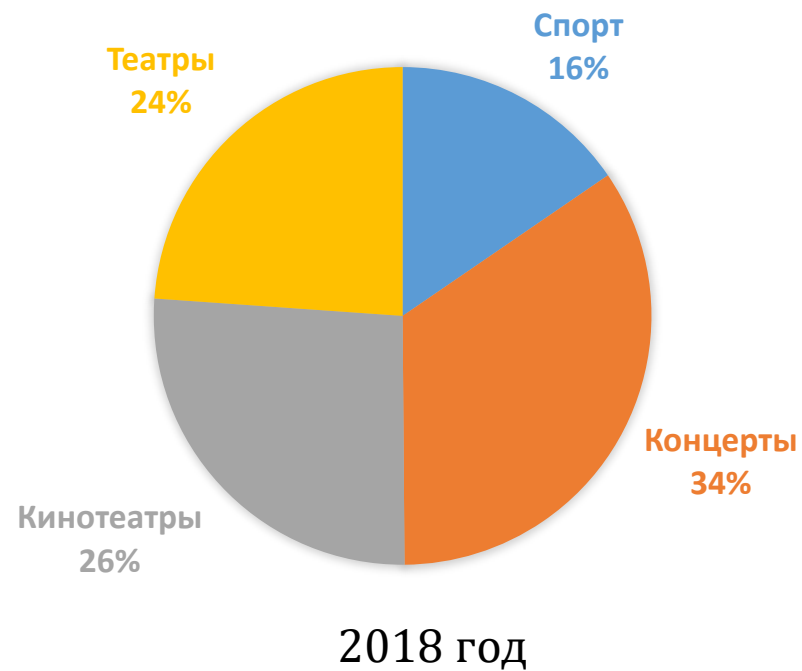
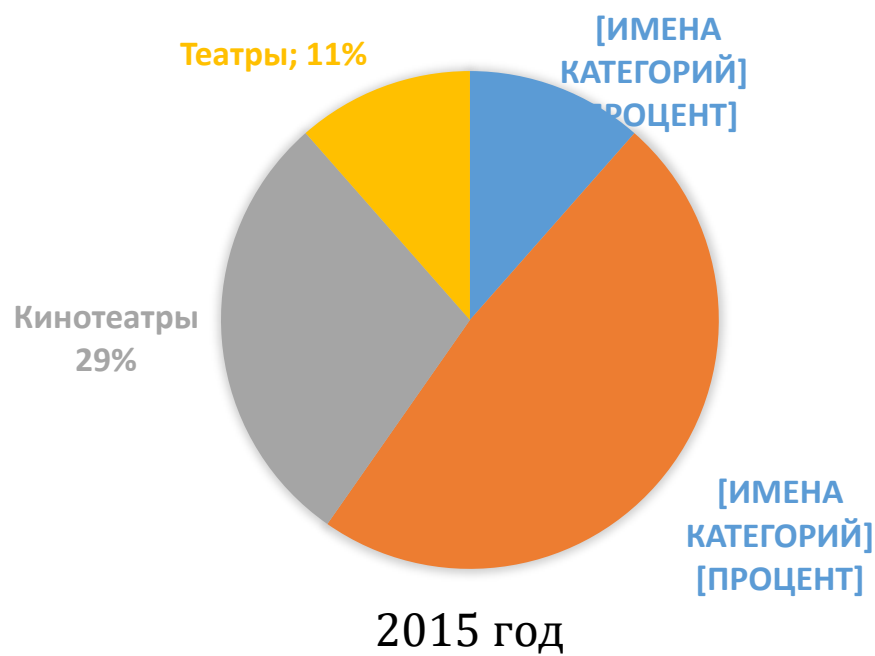
Пример: Человек ходил часто в кино на кинокомедии в кинотеатр мы ему предложили сходить на комедийную постановку в театр в этом же районе со скидкой 10%.

Кейс: Как мы перетянули аудиторию кино и спорта в театры

Результат:

1. 2018 год, средняя заполняемость театров – 86%
2. 2018 год, доля театров в общем доходе Тикетон – 24%

Цель выполнена!



The background is a dark, semi-transparent collage of various images including athletes, a hand, and technical equipment. A bright yellow frame is overlaid on the center, with two diagonal lines extending from the top-left and bottom-right corners.

ТИКЕТОН

Анна Воронина
Директор по маркетингу

+7 (700) 300 00 15
anna@ticketon.kz