



**kaspi**

Kaspi Travel - авиа и ЖД билеты  
в кредит или рассрочку

01

Исследование рынка

# Состояние рынка онлайн-продаж ЖД и Авиабилетов

---

## Ключевые сегменты e-commerce в Казахстане:

Транспорт в Казахстане имеет важнейшее значение. Рынок продаж авиа – и ж/д билетов оценивается примерно в 130 миллионов долларов в год.

Казахстанский рынок онлайн-бронирования растет стремительными темпами, и обладает огромным потенциалом. Он считается одним из самых быстроразвивающихся сегментов электронной коммерции.

Несомненные плюсы покупки билета онлайн это:

одежда и обувь	150 млн долл
ж/д и авиабилеты	130 млн долл
бытовая техника и электроника	85 млн долл



- ✓ Быстрота
- ✓ Удобство

- ✓ Экономия времени
- ✓ Доступность

# Тенденции на рынке онлайн продаж авиабилетов

Несмотря на то, что согласно данным Глобальных систем бронирования, в 2015 году в Казахстане произошел спад рынка на 8% к предыдущему году по количеству проданных авиабилетов, доля онлайн продаж, наоборот, показывает хороший рост, с 3% в 2014 году до 15% в 2016 году.



## Введение новых сервисов

За первое полугодие 2016 года средний чек на международные авиаперелеты вырос в Казахстане на 68,9%.

Результат ощутимого подорожания — у потенциальных пассажиров не всегда есть возможность выкупить билеты.

Введение новых, привлекательных для клиента сервисов — логичный шаг для онлайн-агентств, чья

экономика сейчас фактически строится на количестве лояльных потребителей и объеме продаж.

Покупка авиабилетов в кредит и в рассрочку — один из таких новых сервисов.

Запуск ряда новых функций - это общий тренд.

Модель работы, ориентированная на новые услуги и сервисы, — один из тех факторов, которые обеспечат дальнейший как количественный, так и качественный рост онлайн-рынка авиабилетов.

# Тенденции на рынке онлайн продаж ЖД билетов

---

Железнодорожные пассажирские перевозки остаются одним из самых востребованных в Казахстане. Казахстан Темір Жолы в прошлом году осуществила пассажирооборот 17 миллиардов пассажиро-километров.

Учитывая тот факт, что железная дорога является наиболее популярным у казахстанцев способом передвижения в сравнении с авиа- и автомобильными пассажирскими перевозками (по данным КТЖ, заполненность составов в летние месяцы составила 85%), востребованность онлайн-продаж весьма ожидаема.

Онлайн-реализация ЖД билетов пока составляет около 10% от общих объемов продаж. Однако, по прогнозам, к 2017 году показатели должны увеличиться до 40%. Об астрономических возможностях говорят и цифры: рынок (включая офлайн и онлайн продажи) оценивается разными экспертами в 80 млрд тенге.

---

рынок офлайн и онлайн продаж  
ЖД билетов оценивается в

80 млрд ₸

---

# Конкуренты

		Авиабилеты	ЖД билеты	Кредит/рассрочка
	aviata.kz	✓		кредит
	onetwotrip.com	✓	✓	-
	chocotravel.com	✓		рассрочка
	tickets.kz	✓	✓	-
	aviasales.kz	✓		-
	www.railways.kz		✓	-
	airastana.com	✓		-

Больше половины продаж делают два местных игрока — Aviata.kz и Chocotravel.com. По статистике Chocotravel за I полугодие 2016 года, средний чек при покупке авиабилетов вырос на 68,9% по сравнению с аналогичным периодом 2015 года (со 127 595 до 215 464 тенге).

02

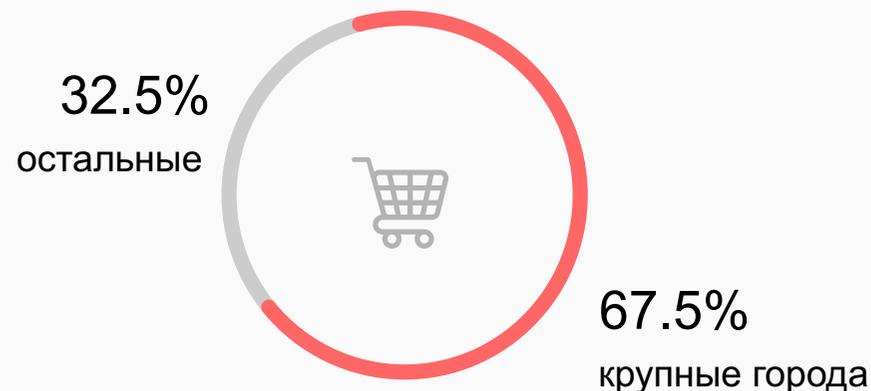
Целевая аудитория

# Обзор интернет-аудитории Казахстана

---

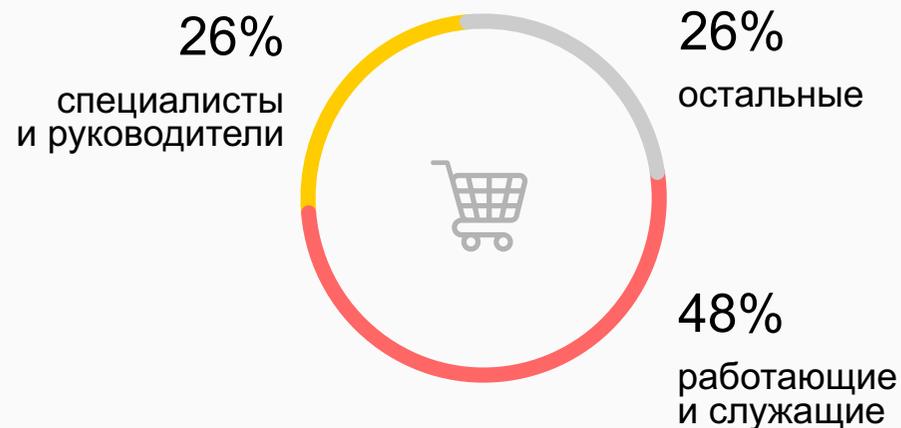
## Структура аудитории по географии

Как и на любом растущем интернет-рынке, 67,5% пользователей в Казахстане — жители крупных городов. Но и региональным компаниям в ближайшие пару лет следует учитывать бурный рост потенциала рекламы, так как прирост проникновения интернета в малых населенных пунктах составляет около 40% в год.



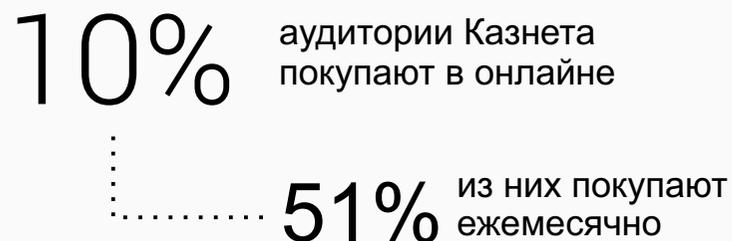
## Структура аудитории по роду деятельности

По роду деятельности самыми многочисленными являются группы рабочих и служащих, которые в сумме составляют почти половину пользователей, а более «продвинутые» категории руководителей и специалистов составляют в сумме еще четверть. Учитывая, что интернет-медиаканалы зачастую специализируются по интересам, тематике и иногда даже роду деятельности, большинство компаний имеют возможность активно обращаться в сети именно к своим покупателям.

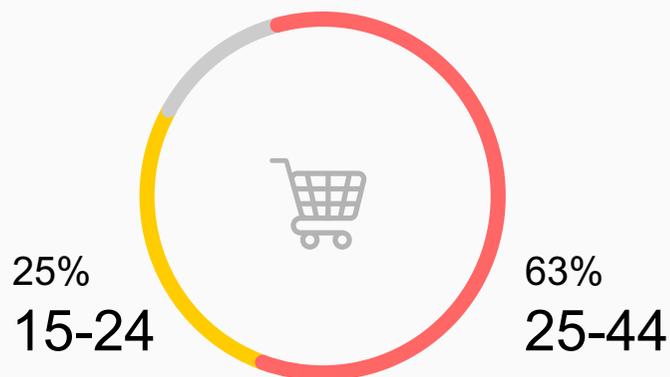


# Обзор аудитории онлайн-покупателей Казахстана

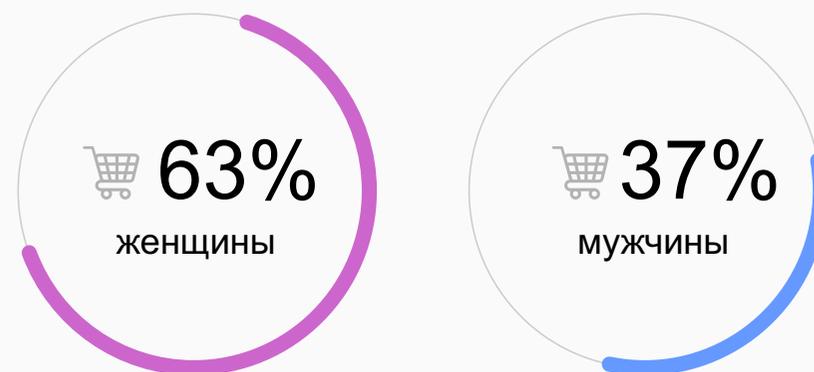
В TNS Central Asia подсчитали, что 10% аудитории Казнета покупают в онлайн, при этом, 51% в этой аудитории делают это ежемесячно.



## Структура аудитории по возрасту и полу



Самая активная аудитория отечественных интернет-покупателей – возрастная группа 25-44.



Самые активные интернет-шопоголики – это женщины. На их долю приходится 63% всех покупок.

# Обзор интернет-аудитории Казахстана

---



Почти 70% казахстанцев, по оценке TNS Central Asia, выходят в Интернет с мобильных устройств.

Доминирующими устройствами предсказуемо являются смартфоны (73%). На долю обычных телефонов и планшетов приходится, соответственно, 32% и 22%. При этом, почти 64% пользователей, выходящих в Интернет с мобильных устройств, проводят в Сети от 30 минут до 2,5 часа в день.

# Потенциальные клиенты нового сервиса по продаже билетов

---

Описывая потенциальных клиентов сервиса по поиску и покупке билетов, в том числе в кредит или рассрочку, можно выделить следующие основные характеристики:

- Это в основном жители крупных городов

По оценке TNS Central Asia 6 крупных городов делают почти 60%-вклад в общее количество интернет-пользователей Казахстана.

- Это работающие и служащие, специалисты и руководители

Самыми многочисленными являются группы рабочих и служащих, которые в сумме составляют почти половину пользователей, а более «продвинутые» категории руководителей и специалистов составляют в сумме еще четверть.

- Это мужчины/женщины от 23 до 55 лет

Самая активная аудитория отечественных интернет-покупателей – возрастная группа 25-44. При этом уровень проникновения Интернета в группы 25-44 почти достигли предела насыщения – 91% (+9%). Единственная группа, которая имеет потенциал для роста – это аудитория 45+. Здесь уровень проникновения Интернета составляет 61% (+16%). Таким образом, Казнет будет расти за счет нее. Поэтому интерфейс сервиса должен быть максимально удобным и понятным.

# Потенциальные клиенты нового сервиса по продаже билетов

---

- Это реальные клиенты Магазина на Kaspi.kz

Как было сказано выше это мужчины/женщины от 23 до 55 лет. Это люди, которые ценят свое время и деньги. Им в первую очередь будет интересен данный сервис, так как они уже знакомы со всеми удобствами магазина на Kaspi.kz. Они уже имеют свои кредитные истории, им просто воспользоваться кредитом или рассрочкой онлайн не прибегая к оффлайну

- Это люди в основном использующие мобильные для выхода в интернет

**75%** пользователей Kaspi.kz заходят через мобильный.

75% пользователей Kaspi.kz заходят через мобильный. Мобильные устройства – смартфоны и планшеты становятся главными устройствами для работы с Всемирной сетью для казнетчиков.

В марте 2016 года, доля Андроида возросла до 36%, iOS также возросла – до 16,2%. Если мы прибавим к этим цифрам долю SymbianOS (1,9%), то в итоге получим, что мобильные ОС заняли 53,5%. То есть, настал тот день, когда интернет-сессии с мобильных устройств стали существенно превалировать над десктопами.

03

Бенчмаркинг

# Анализ и подбор сервисов

---

## **Главный критерий:**

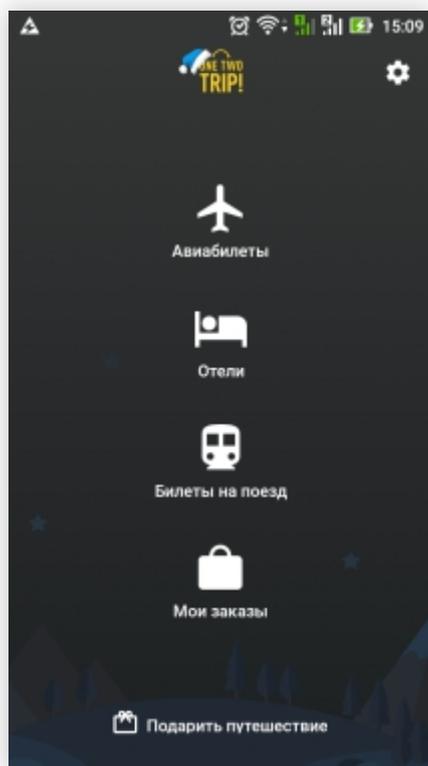
Обязательное наличие развитого веб и/или мобильного сервиса для потребительского сегмента, удовлетворяющих требованиям к дизайну и UX

# Анализ и подбор сервисов

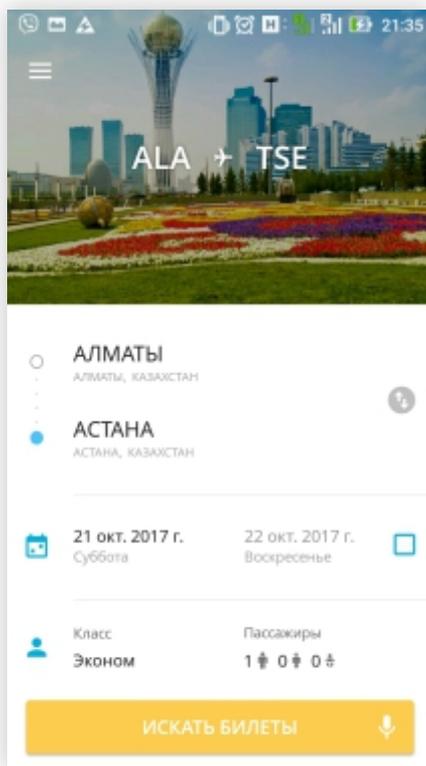
## Простота

Простота поиска, минимум полей заполнения, никаких отвлекающих элементов. Только самое главное и интуитивно понятный интерфейс, позволяющий быстро получить желаемое.

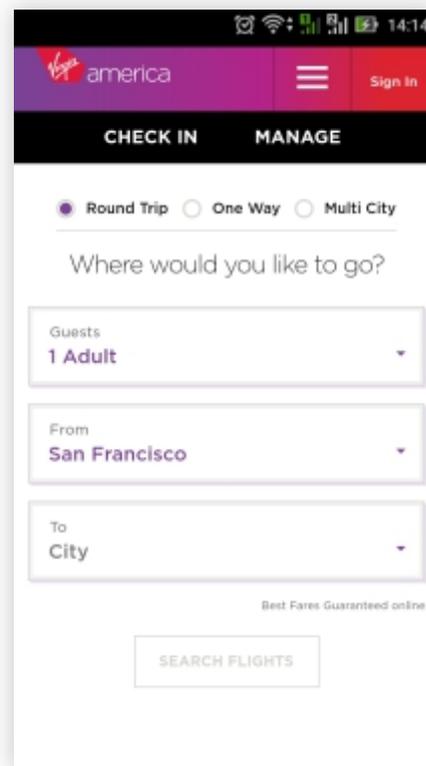
onetwotrip.com



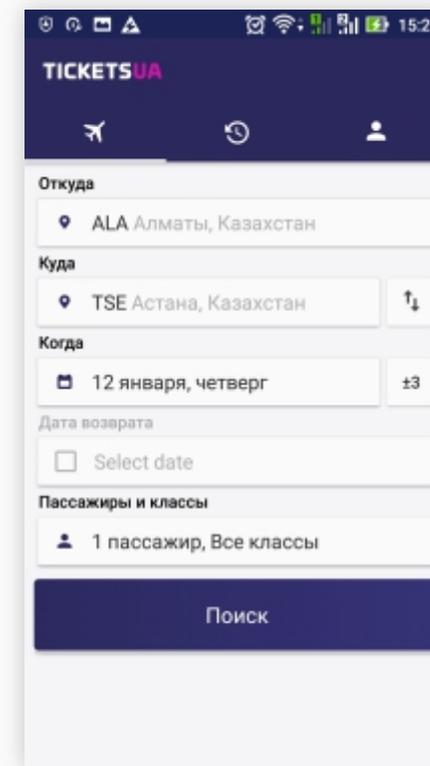
aviasales.ru



virginamerica.com



tickets.kz

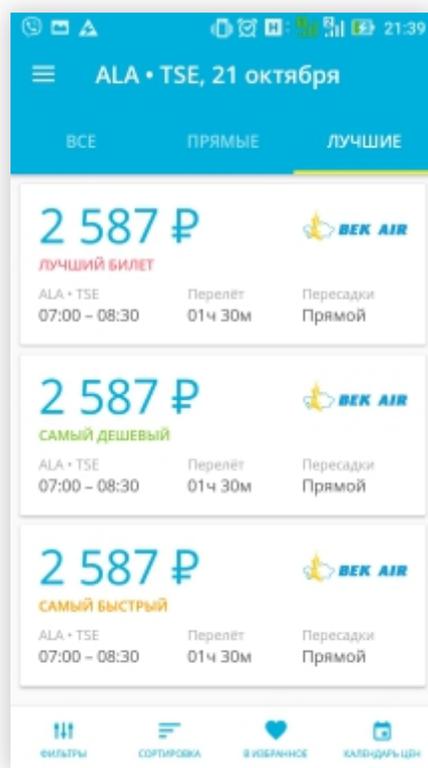


# Анализ и подбор сервисов

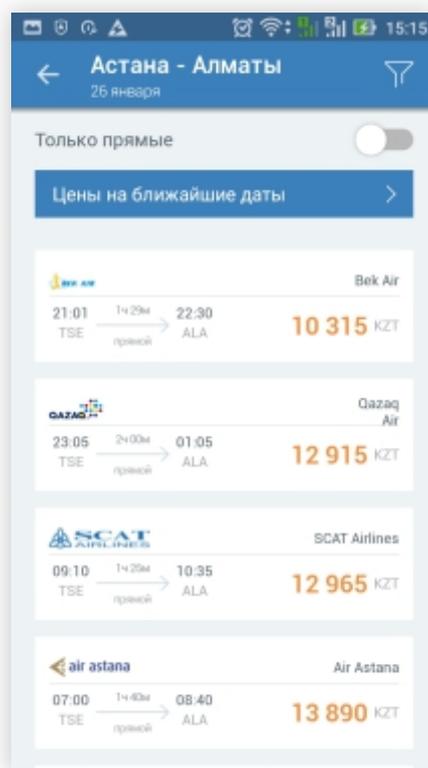
## Выдача

В современных приложениях широко используется карточный интерфейс, то есть предоставление пользователям информации в виде карточек. Карточки являются отправной точкой для более детальной информации.

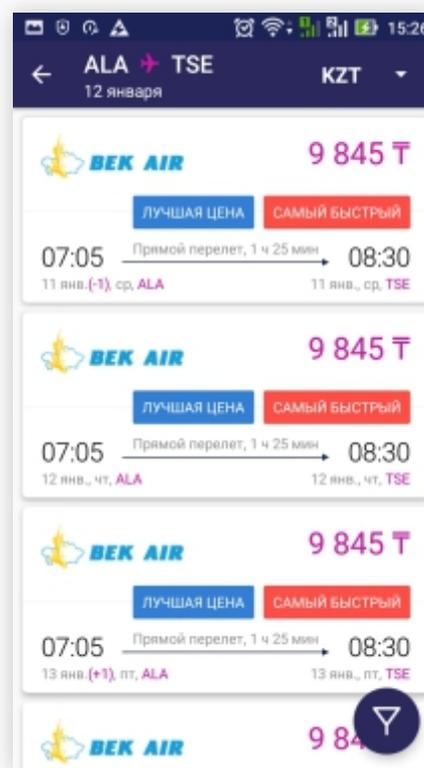
aviasales.ru



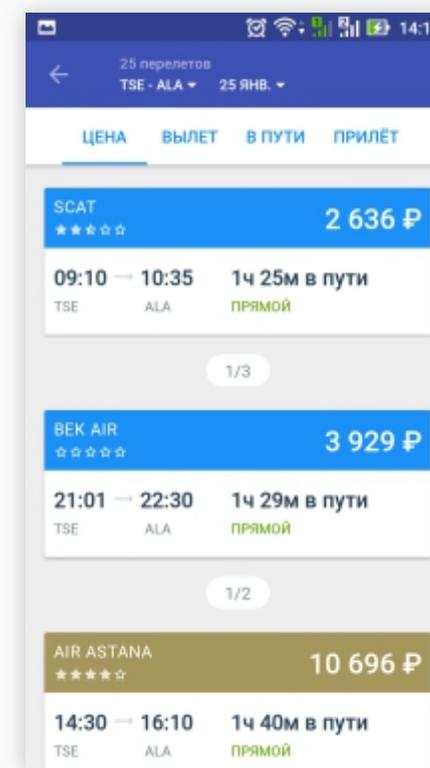
chocotravel.com



tickets.kz



onetwotrip.com

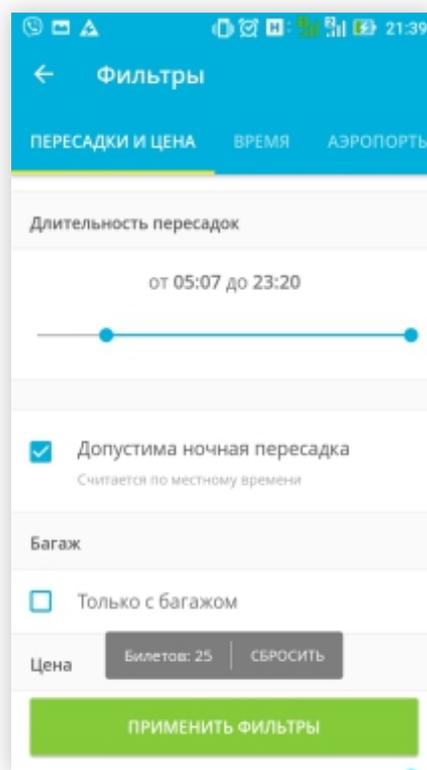
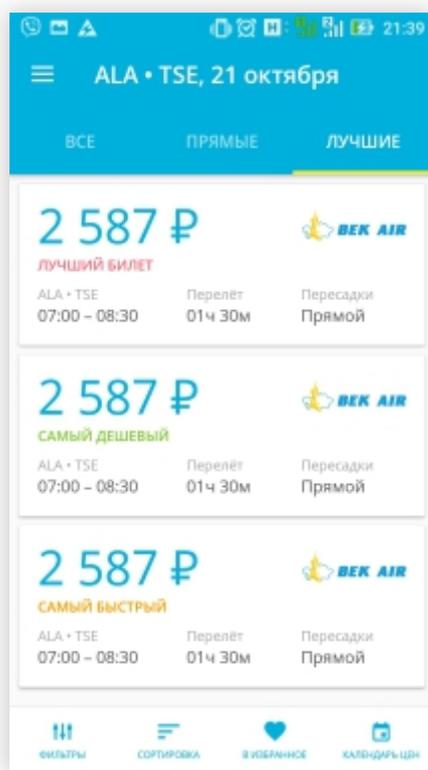


# Анализ и подбор сервисов

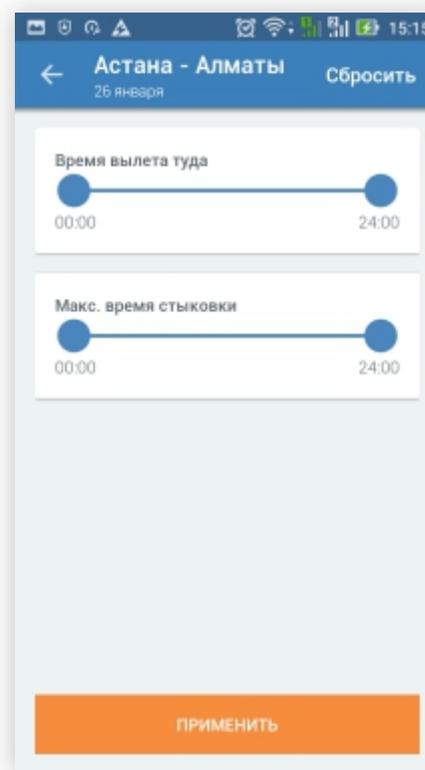
## Фильтры и сортировка

Важным фактором является удобство подбора наиболее удобного для пользователя варианта путешествия. Фильтрация и сортировка информации позволят улучшить пользовательский опыт и сократить временные затраты.

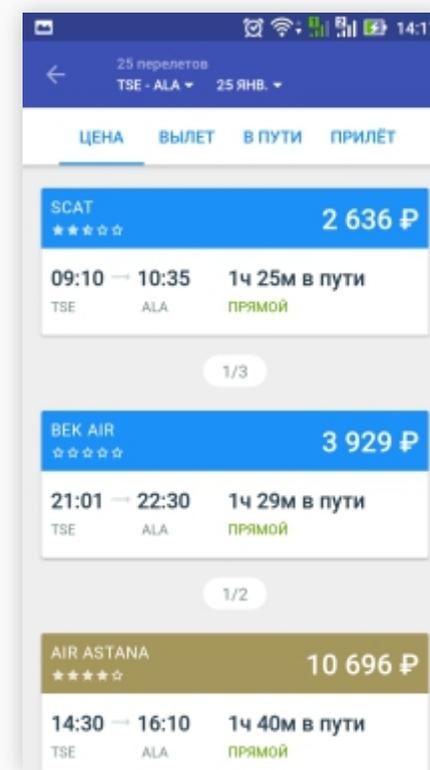
[avia-sales.ru](https://avia-sales.ru)



[chocotravel.com](https://chocotravel.com)



[onetwotrip.com](https://onetwotrip.com)

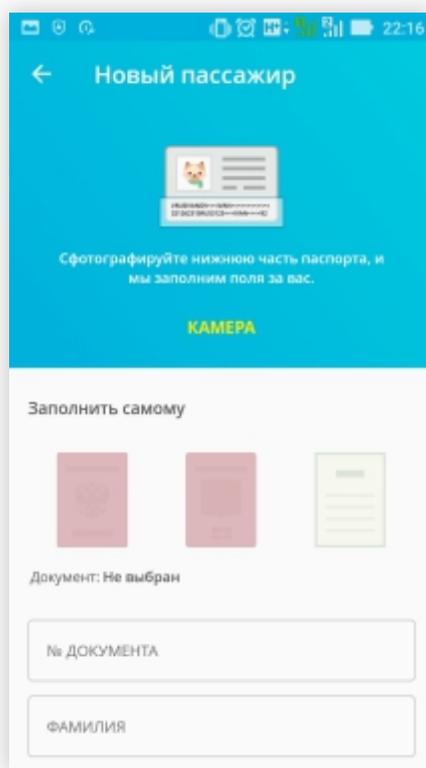


# Анализ и подбор сервисов

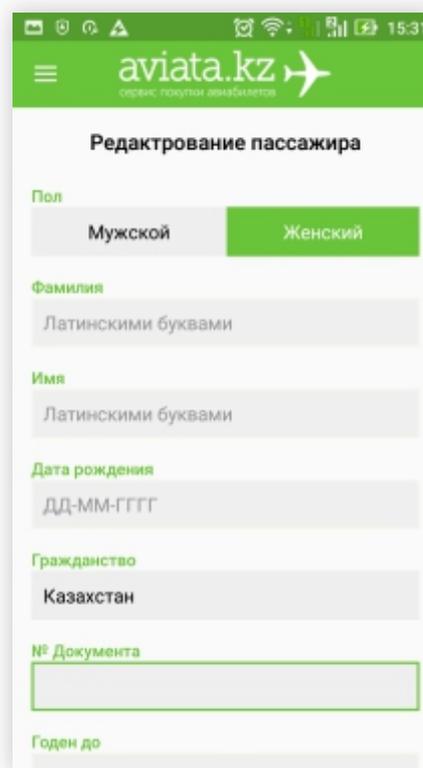
## Автозаполнение данных

Как ни странно, далеко не во всех приложениях и сервисах существует такой пункт как Автозаполнение данных, который существенно экономит время пользователя. Тем не менее уже сейчас некоторые приложения предлагают сами заполнить информацию по фото документа.

aviasales.ru



aviata.kz



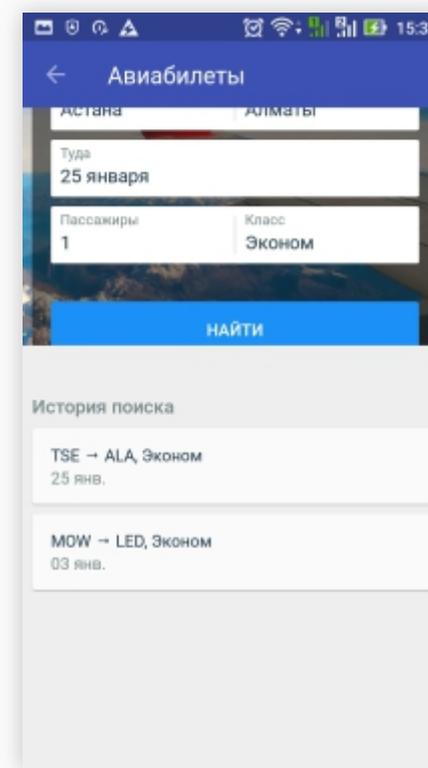
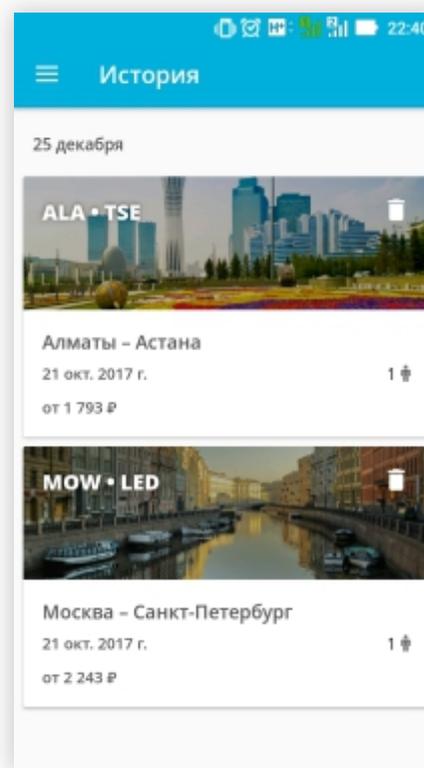
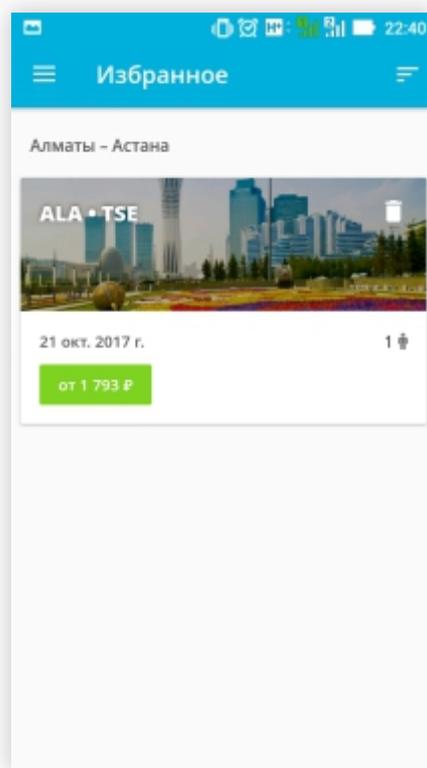
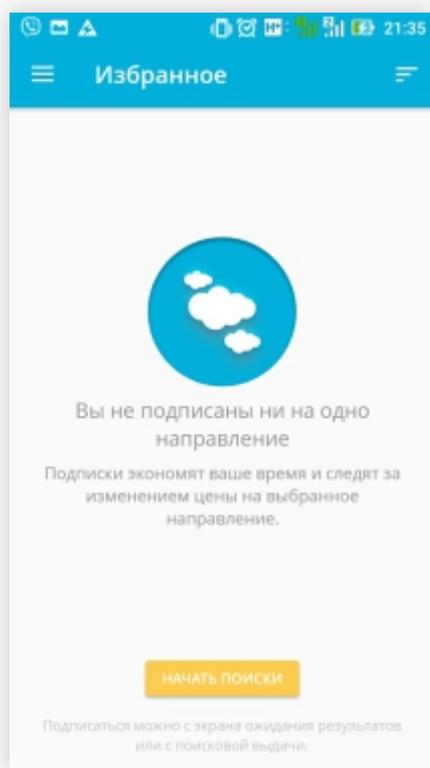
# Анализ и подбор сервисов

## История и избранное

Такие удобные функции как сохранение истории запросов и добавление в избранное позволяют пользователю следить за изменением цены, и выбирать лучшее время для поездок.

aviasales.ru

onetwotrip.com



# Анализ и подбор сервисов

## Линейное заполнение данных

Сайте Virginamerica использует прием линейного заполнения данных. Каждый следующий блок заполнения открывается на этой же странице как только был заполнен предыдущий блок. Мы можем вернуться на любой шаг ранее и изменить данные.

[virginamerica.com](http://virginamerica.com)

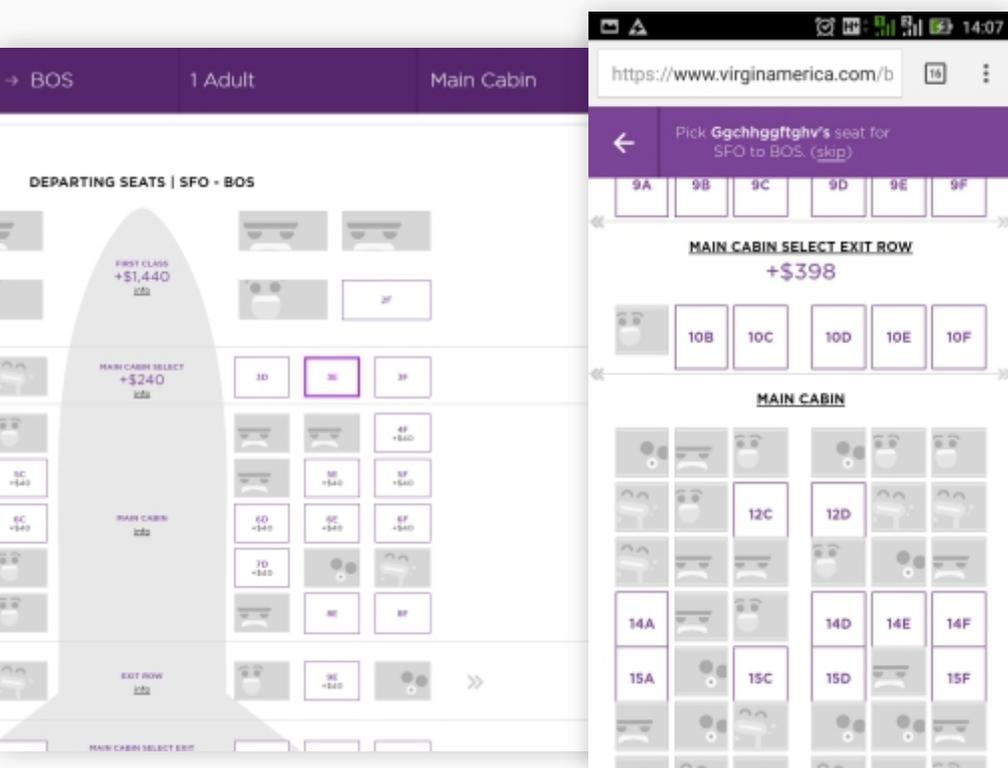
The image displays the Virgin America booking interface on a desktop and a mobile device. The desktop view shows a one-way flight from SFO to BOS for \$358.10. The interface is divided into sections: Date (Jan 10), Flight (6:55am SFO to 3:20pm BOS), and Complete Guest Information. The mobile view shows the 'Returning Flight' section for \$769.20, with flight details 7:15am BOS to 10:55am SFO and guest information Ggchhggftghv Fghc. Each section has a 'CHANGE' button.

# Анализ и подбор сервисов

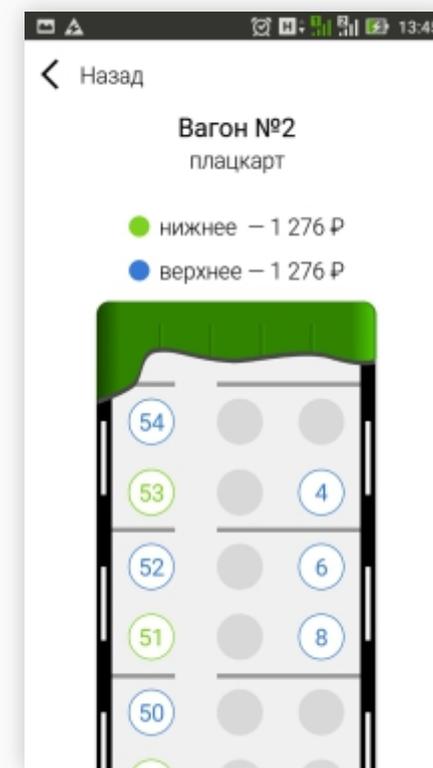
## Выбор мест

Virginamerica предлагает своим пользователям не только выбрать место, но и отразить свое настроение в виде представленных на выбор аватарок. Пользователь сам выбирает с кем он хочет провести время в полете.

[virginamerica.com](http://virginamerica.com)



[onetwotrip.com](http://onetwotrip.com)

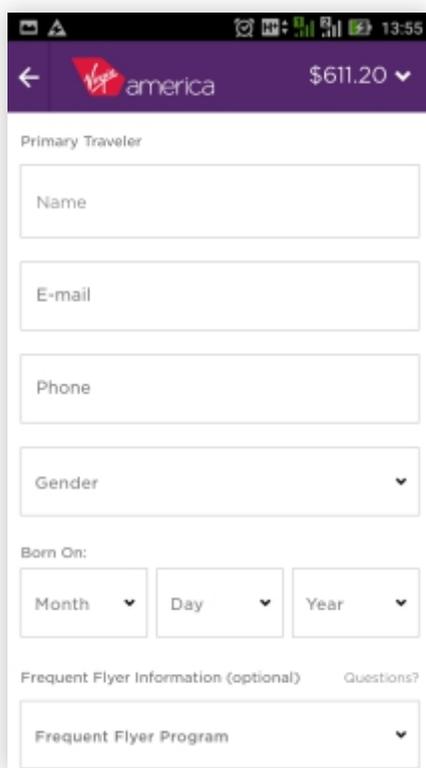


# Анализ и подбор сервисов

## Бронирование

Главными критериями этапа бронирования является простота заполнения, минимально необходимое количество полей и отсутствие загромождения текстовой информацией.

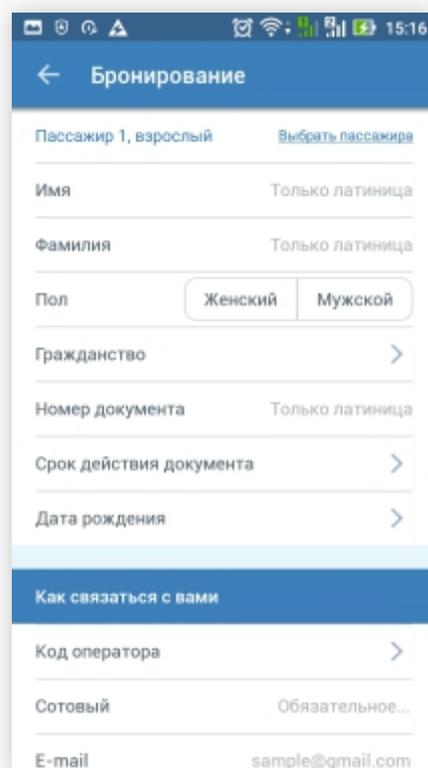
virginamerica.com



The screenshot shows the Virgin America mobile app interface for booking. The top bar is purple with the Virgin America logo and a price of \$611.20. The form is titled "Primary Traveler" and includes the following fields:

- Name
- E-mail
- Phone
- Gender (dropdown menu)
- Born On: Month, Day, Year (dropdown menus)
- Frequent Flyer Information (optional) with a "Questions?" link and a "Frequent Flyer Program" dropdown menu.

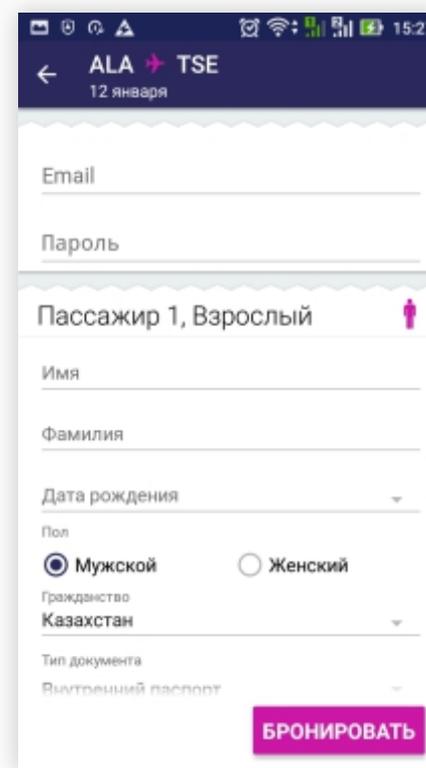
chocotravel.com



The screenshot shows the chocotravel.com mobile app interface for booking. The top bar is blue with the text "Бронирование". The form is titled "Пассажир 1, взрослый" and includes the following fields:

- Имя (Only Latin letters)
- Фамилия (Only Latin letters)
- Пол (Radio buttons for Женский and Мужской)
- Гражданство (dropdown menu)
- Номер документа (Only Latin letters)
- Срок действия документа (dropdown menu)
- Дата рождения (dropdown menu)
- Как связаться с вами (dropdown menu)
- Код оператора (dropdown menu)
- Сотовый (Обязательное...)
- E-mail (sample@gmail.com)

tickets.kz



The screenshot shows the tickets.kz mobile app interface for booking. The top bar is dark blue with the text "ALA TSE" and "12 января". The form includes the following fields:

- Email
- Пароль
- Пассажир 1, Взрослый (with a female icon)
- Имя
- Фамилия
- Дата рождения (dropdown menu)
- Пол (Radio buttons for Мужской and Женский)
- Гражданство (Казахстан)
- Тип документа (Въездный паспорт)
- БРОНИРОВАТЬ button