



Cùng Mytour lắng nghe người dùng và tối ưu hóa trải nghiệm UX/UI

“

“Với nhiều template đa dạng: đồng hồ đếm ngược (countdown timer), popup/banner, các định dạng khác nhau hiện mã giảm giá (voucher code), đội Marketing của Mytour luôn có thể chủ động khởi tạo, triển khai các trải nghiệm trên website nhanh chóng, hỗ trợ chiến dịch Marketing mà không phụ thuộc đội IT. Đặc biệt, chúng tôi hoàn toàn kiểm soát việc hiển thị các chiến dịch và khuyến mãi cho đối tượng khách hàng cụ thể, vào thời điểm quan trọng như khi người dùng định thoát trang, hoặc người dùng ở trên trang khách sạn 1 thời gian nhưng chưa đặt phòng nhờ chức năng phân khúc khách hàng (user segmentation) và tương tác trong thời gian thực (real-time trigger).

Insider có đội ngũ hỗ trợ khách hàng bản địa (local account manager) rất nhiệt tình. Không chỉ hỗ trợ khởi tạo các chiến dịch và trải nghiệm, họ luôn chủ động đưa ý kiến mới cho chiến dịch Marketing. Cuối cùng, nhờ những cuộc họp chiến lược hàng tháng cùng team Insider, chúng tôi có thể trao đổi, điều chỉnh chiến lược, xác định mục tiêu, phát triển quan hệ hợp tác. Cảm ơn Insider, hy vọng chúng ta sẽ tiếp tục hợp tác và nhận những kết quả ngoài mong đợi trong tương lai.”

Mr Rahganda - Head of Marketing

VỀ Mytour

Với sứ mệnh đem lại trải nghiệm du lịch hoàn hảo cho khách hàng, Mytour chuyên cung cấp dịch vụ đặt phòng khách sạn cùng các chức năng hỗ trợ khách hàng chọn lựa như Tìm kiếm phòng trống, khách sạn có khuyến mãi, khách sạn giá rẻ và đội ngũ nhân viên Hỗ trợ đặt phòng trực tuyến với hơn 5.000 khách sạn trên Việt Nam. Với hai văn phòng đại diện tại Hà Nội và Hồ Chí Minh, Mytour hiện đã trở thành công ty được nhiều khách hàng từ Bắc đến Nam tin tưởng và sử dụng.

Sử dụng câu hỏi khảo sát - khám phá insight người dùng

Được chia sẻ bởi Ms.Thanh Nguyen (Ex-Product Manager)

Không chỉ là "trợ thủ đắc lực" cho team Marketing của Mytour trong các chương trình khuyến mãi, chiến dịch truyền thông hàng tháng, nền tảng Insider còn là công cụ cho team Product trong việc tối ưu hoá giao diện & trải nghiệm website thông qua các thử nghiệm A/B Test & Cá Nhân Hoá Personalization.

Tăng tỉ lệ chuyển đổi (Conversion Rate) là luôn là bài toán lớn đối với các doanh nghiệp thương mại điện tử hay đại lý du lịch trực tuyến. Thay vì giải bài toán này bằng các giả thiết tự tạo, team Product của Mytour đã hợp tác cùng Insider thực hiện các bài khảo sát ngay trên website để tìm nguyên nhân người dùng rời website khi chưa hoàn thành đặt phòng.

Với giả thiết người dùng mới (1st time visitor) và người dùng quay lại (return visitor) có nguyên nhân rời trang và không hoàn thành đặt phòng khác nhau - Mytour đã phát triển hai bài khảo sát dành riêng 2 nhóm này. Kết hợp nền tảng của Insider với khả năng chia nhóm người dùng trên website (user segmentation) & tương tác trên thời gian thực dựa theo hành vi người dùng (real-time trigger), Mytour đã có thể đưa khảo sát đến đúng đối tượng tại thời điểm người dùng định thoát trang khi chưa hoàn thành đặt phòng.

Bạn chưa tìm được khách sạn như ý?

Đánh giá khách sạn kém

Không có khuyến mãi

Hình ảnh không chân thực

Khác

ghi ở đây

Bỏ qua

THANK YOU!

Cảm ơn bạn đã đóng góp ý kiến. Mytour sẽ cố gắng cải thiện trải nghiệm của bạn

Bạn vẫn chưa đặt được phòng?

Không tìm được khách sạn mong muốn

Giá phòng cao hơn nơi khác

Thiếu thông tin khách sạn

Khác

ghi ở đây

Bỏ qua

THANK YOU!

Cảm ơn bạn đã đóng góp ý kiến. Mytour sẽ cố gắng cải thiện trải nghiệm của bạn

New Users

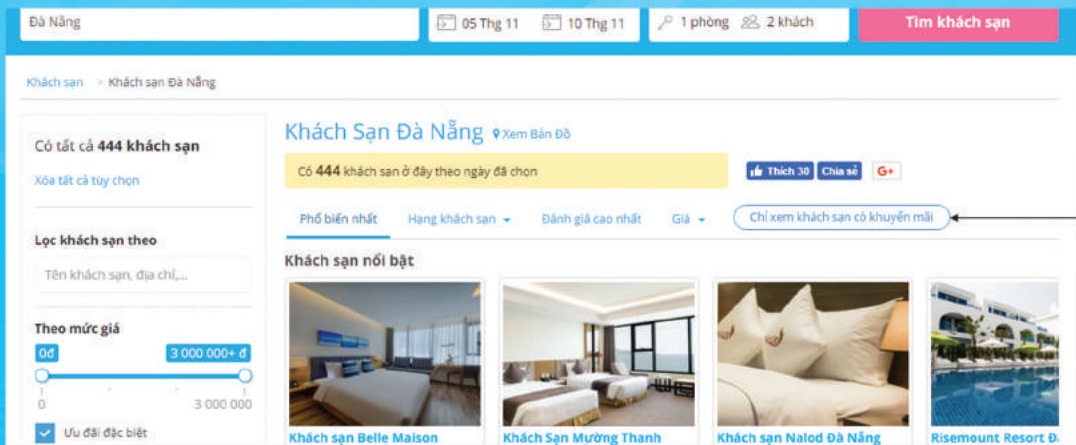
Returning Users

Sau khi chạy bài khảo sát trong 2 tháng, không chỉ tìm ra nguyên nhân thoát trang của người dùng, chỉ cần thay đổi nội dung câu hỏi, Mytour hoàn toàn có thể khai thác những thông tin khác. Từ những dữ liệu như nguyên nhân đằng sau hành vi người dùng hay kiểm định những nhận định từ phía Mytour về hoạt động người dùng trên website, Mytour có thể điều chỉnh kế hoạch Marketing giúp tối ưu hóa conversion rate.

Tăng tỉ lệ đặt phòng tới 53% từ người dùng quay lại với Cá Nhân Hoá

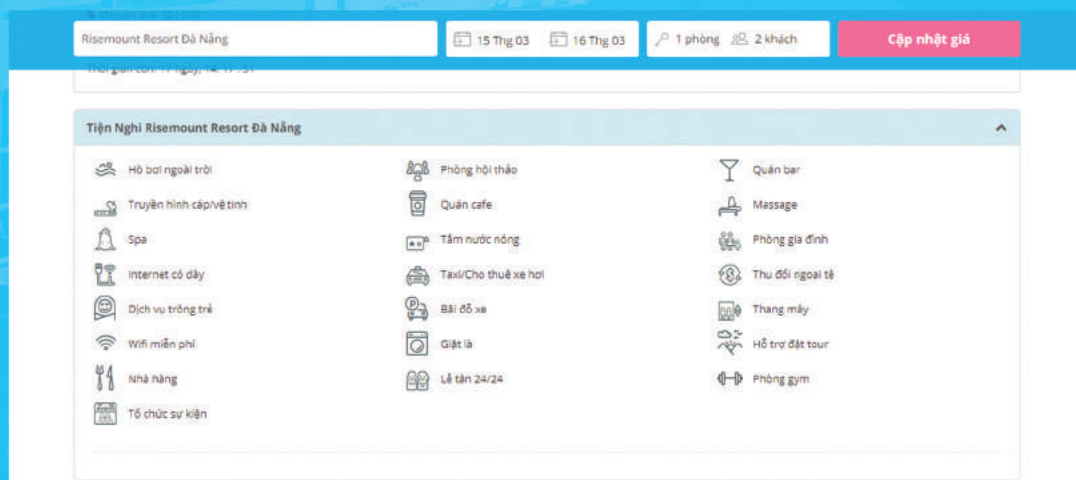
1. Đối với người dùng lần đầu tiên đến với Mytour (First-time Visitors)

Qua khảo sát, hơn 50% người dùng trong số 300 kết quả cho biết họ chưa đặt phòng do không có khuyến mãi, Mytour cùng Insider thực hiện 1 thử nghiệm A/B test - Đối với người dùng lần đầu tiên đến với Mytour, ở trang listing các khách sạn, 1 button mới được thêm vào với chức năng giúp người dùng lọc ra những khách sạn đang có khuyến mãi. Sau 1 tháng thử nghiệm, Mytour thấy sự khác biệt này giúp tỉ lệ ghé thăm trang khách sạn (listing-to-hotel-pageview rate) của phiên bản có button tăng tới 28% so với phiên bản gốc.



2. Đối với người dùng quay lại (Return Visitors)

Từ khảo sát, gần 30% người dùng cho biết thiếu thông tin khách sạn là yếu tố khiến họ chưa đặt phòng. Dựa trên khám phá này, Mytour cùng Insider thực hiện A/B test thay đổi vị trí thông tin khách sạn lên trên layout trang khách sạn chi tiết. Sau hơn 1 tháng, kết quả cho thấy sự thay đổi này giúp tỉ lệ ghé thăm trang đặt phòng khách sạn (booking-pageview rate) tăng đến **52.94%**.

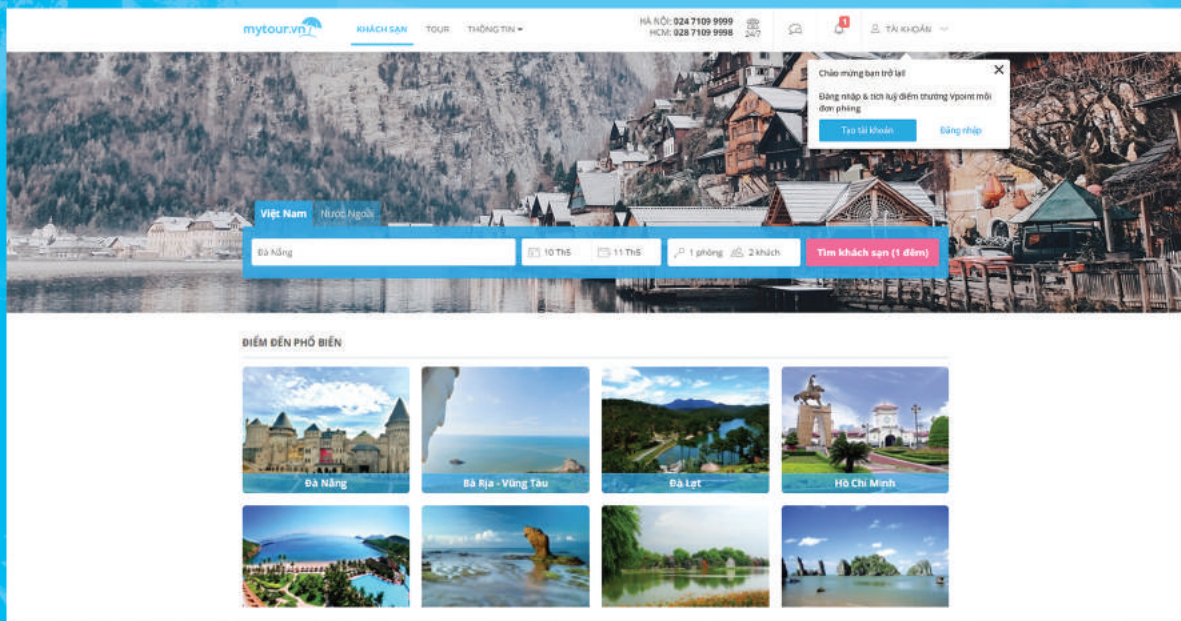


Tăng 52% tỷ lệ đăng ký-đăng nhập với tối ưu hóa trải nghiệm

Với Segmentation, nền tảng Insider không chỉ giúp Mytour tập hợp dữ liệu của tất cả người dùng trên website mà còn chia thành những nhóm đối tượng nhỏ dựa trên các tiêu chí: lịch sử mua hàng, truy cập trang, địa điểm truy cập và loại khách hàng. Kết hợp A/B test, Mytour dễ dàng tiếp cận đến từng đối tượng xác định cho những mục tiêu tối ưu khác nhau:

1. Tooltip nhắc nhở với người dùng quay lại

Hoạt động trên đa nền tảng (web, mobile web & mobile app), hành động người dùng đăng ký, đăng nhập rất quan trọng nhằm giúp Mytour theo dõi hành vi đa kênh. Bằng A/B test với kịch bản sử dụng tooltip - gợi ý đăng nhập hay đăng ký tài khoản khi người dùng cũ quay lại website, tỷ lệ đăng nhập và đăng ký tài khoản tăng lần lượt **52.83%** và **52.99%**.



2. Gợi ý Thanh toán qua cổng Payoo cho nhóm "last-minute booker"

Với khách hàng hay thanh toán trước ngày khởi hành khi các phương pháp thanh toán khác không hỗ trợ, Mytour tiến hành A/B test với kịch bản ưu tiên hiển thị hình thức thanh tiền mặt qua cổng Payoo tại cửa hàng tiện lợi chỉ riêng đối với nhóm "last-minute booker" nhận diện được thông qua ngày check-in. Qua 2 tháng, so với tập khách hàng không thấy hình thức thanh toán này, tỉ lệ hoàn thành đặt phòng tăng lên đáng kể ở mức **38.66%** trên desktop và **18.61%** trên mobile.

Chọn Phương Thức Thanh Toán


Thẻ tín dụng


Thẻ ATM nội địa


Chuyển khoản


Cửa hàng gần nhà


- Thanh toán tại văn phòng Mytour
- Thanh toán tại cửa hàng gần nhà












































Hướng dẫn thanh toán sẽ gửi tới email đặt phòng.
Vui lòng thanh toán trước 17:30:49 Thứ tư, ngày 10/10/2018.

Insider là một nền tảng tối ưu trải nghiệm đa kênh cho marketers.

Nhờ công cụ hợp nhất dữ liệu, Insider có thể hỗ trợ các marketers đẩy mạnh cá nhân hóa trải nghiệm người dùng, dự đoán phân khúc tập khách hàng và công nghệ real-time để củng cố lòng trung thành của khách hàng và sự tăng trưởng.