

## Кейс S7 Airlines:

за три года увеличили оборот  
от SEO в **два раза** за счёт роста  
небрендового трафика



IT-AGENCY

# Клиент

**S7 Airlines** — крупнейшая частная авиакомпания России, член международного альянса oneworld. Пассажиры авиакомпании летают в 100 городов в 18 странах мира. В пиковые месяцы пандемии S7 Airlines удерживали лидерство среди российских авиакомпаний по пассажиропотоку, сохраняя широкую маршрутную сеть внутри страны. В 2021 году авиакомпания перевезла более **17,8 млн** пассажиров.

# Задача: привлечь новых клиентов через SEO

Команда S7 Airlines обратилась к нам, чтобы с помощью SEO-оптимизации привлечь новых клиентов и закрыть задачу ретеншена. Они увидели, что не полностью используют потенциал органического трафика, поэтому решили диверсифицировать каналы.

# Задача: привлечь новых клиентов через SEO

Чтобы достичь поставленной цели, мы придумали такое решение:

- вывести сайт s7.ru в топ поисковой выдачи по коммерческим небрендовым запросам;
- улучшить позиции страниц направлений перелётов.

# Результат: в восемь раз увеличили количество небрендового трафика и повысили оборот от SEO

За три года проекта нам удалось достичь таких результатов:

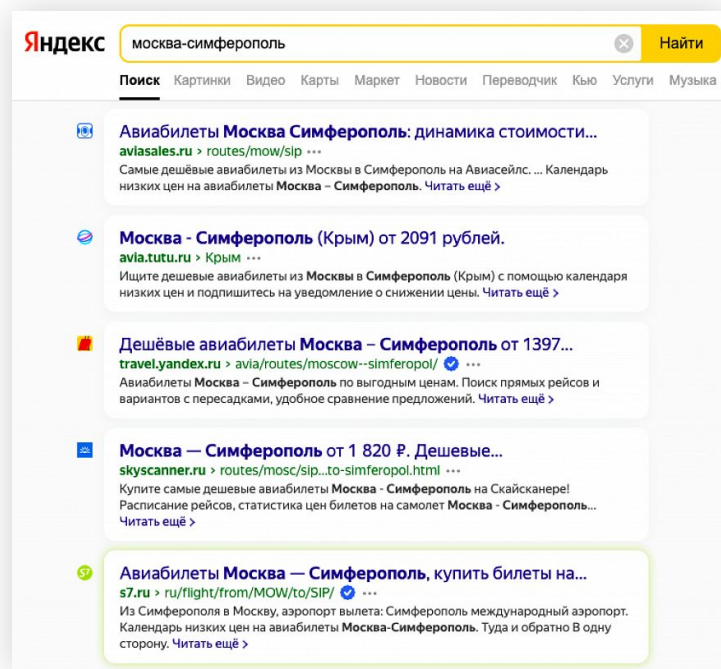
1. Количество трафика на сайте s7.ru увеличилось с 182 тысяч в 2019 году до 1,5 млн в 2021 году;
2. Оборот S7 Airlines от поискового трафика вырос в два раза.

Год	Трафик	Количество покупок
2019	181 976	2 974
2020	596 838	4 670
2021	1 523 559	8 272

# Результат: в восемь раз увеличили количество небрендового трафика и повысили оборот от SEO

S7 Airlines успешно конкурируют с популярными агрегаторами в поисковой выдаче — компания входит в **топ-5** по запросам направлений.

Например, в Яндексе по запросу «Москва — Симферополь» компания выводится первой после Aviasales и других подобных сервисов.



# Как мы это сделали

За три года сотрудничества с S7 Airlines мы провели масштабные работы по сайту:

- запустили страницы направлений, отталкиваясь от спроса;
- запустили страницы под города вылета, страны и конкретные рейсы;
- проводили тесты по текстовой оптимизации;
- внедрили блоки с перелинковкой на самих страницах направлений.

Дальше мы подробнее расскажем, как мы внедряли эти изменения и добились результата.

# Проработали страницы направлений

До нашего прихода в компании уже своими силами создавали страницы направлений, но они приносили недостаточно трафика и выручки, потому что на страницах были учтены не все SEO-требования.

На старте проекта мы **начали проработку имеющихся страниц** — корректно прописали метатеги и заголовки. Это помогло не потерять время на создании новых вариантов страниц и не упустить поисковый трафик.

На следующей итерации мы **проанализировали конкурентов** в поиске и **подготовили предложения по улучшению страниц**. Мы ориентировались в большей степени на популярные агрегаторы, потому что они находились в топе.



# Проработали страницы направлений

## Собрали в одном документе

все предложения по улучшению страниц и итоговую структуру, чтобы видеть историю проекта и понимать, что ещё предстоит сделать.

←

- Рейсы в соседние города с ...
- Популярные направления ...
- Где остановится в городе
- Транспорт
- Достопримечательности (п...
- Цены в городе
- Итоговая структура страни...**
- Структура и логика блок...
- 1. Блок рейсов из распис...
- 1.1. Блок рейсов из ра...
- 1.2. Динамика цен по ...
- 2. Информация о переле...
- 2.1. Информация о пе...
- 2.2. Тип(ы) воздушног...
- 3. Информация о месте п...
- 4. Информация от партн...
- 5. Путеводители
- 6. Рейсы в ближайшие г...

### Итоговая структура страницы к реализации на тестовом сайте

Убираем из всех названий блоков классы «seo», меняем на любое другое, пожалуйста!

#### Структура и логика блоков

Интерфейс собираем из готовых параметров БД, которые уже используются на сайте. Текстовое описание — полуавтоматическим текстом внизу, вверху или во всплывающем окне.

#### 1. Блок рейсов из расписания + динамика цен по дням/месяцам

##### 1.1. Блок рейсов из расписания<sup>new!</sup>

Используем готовое решение из расписания, только статикой, отдаём расписание на сегодняшний день. Пользователя из формы при нажатии на кнопку «Купить» отправляем на ibe с предустановленными параметрами дат и количеством пассажиров = 1. Всю верстку отдаём в html, как в блоке календаря ниже, датой ставим текущее число. Если выбрана дата обратно, подтягиваем еще один блок с обратным вылетом.

Дата вылета: 09.04.2019

Дата обратно:

В расписании указано местное время вылета и прилёта рейса.  
Расписание коммерческое, возможны изменения.

<	Сб	Вс	Пн	<b>Вт</b>	Ср	Чт	Пт	>
	8 апр	7 апр	8 апр	<b>9 апр</b>	10 апр	11 апр	12 апр	

✦ Москва, DME → Воронеж, VOZ

№	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
<b>S7 231</b>					
Embraer RJ170					
	<b>08:25</b>	3h	1x10h		<b>09:35</b>
	9 апр, Вт				9 апр, Вт
	Москва, DME				Воронеж, VOZ

# Проработали страницы направлений

Мы **подготовили каркас страницы направления**, после чего уже вносили точечные доработки, отталкиваясь от запросов и позиций.

Мы находили паттерны по отстающим запросам и **тестировали разные решения**. Например, для удобного планирования поездок мы добавили календарь цен по месяцам, чтобы клиент мог увидеть, когда летать дешевле.

# Проработали страницы направлений



Из Москвы в Санкт-Петербург, аэропорт вылета:  
**Домодедово**



Из Санкт-Петербурга в Москву, аэропорт вылета:  
**Пулково**



Мы увидели, что часто встречаются запросы формата «Москва Домодедово Санкт-Петербург», поэтому на страницы направлений мы **добавили блок с вылетом**, чтобы учитывать упоминание аэропорта. Это помогло не упустить поисковый трафик.

# Решили проблему с поисковой выдачей в Google

Несмотря на все усилия, мы заметили, что позиции в Google долгое время были в разы ниже, чем в Яндексe. Так у нас появилась гипотеза, что проблема заключается в отдельном существовании страниц направлений от общей структуры сайта — внутри не было ссылок на эти страницы.

Чтобы исправить ситуацию, мы сделали следующее:

1. Договорились с контент-менеджерами, что при выпуске новостей о запуске направления или распродаже они будут добавлять в текст ссылки на направления.
2. Внедрили блоки с перелинковкой на самих страницах направлений, запустили страницы под города вылета, страны и конкретные рейсы. Все страницы связали между собой.

# Решили проблему с поисковой выдачей в Google

На страницы рейсов мы **добавили ссылки на страницы направлений**, чтобы вписать их в общую структуру сайта. Например, на странице [рейса S7-1005](#) мы добавили блок с популярными направлениями полётов из разных городов в Санкт-Петербург.

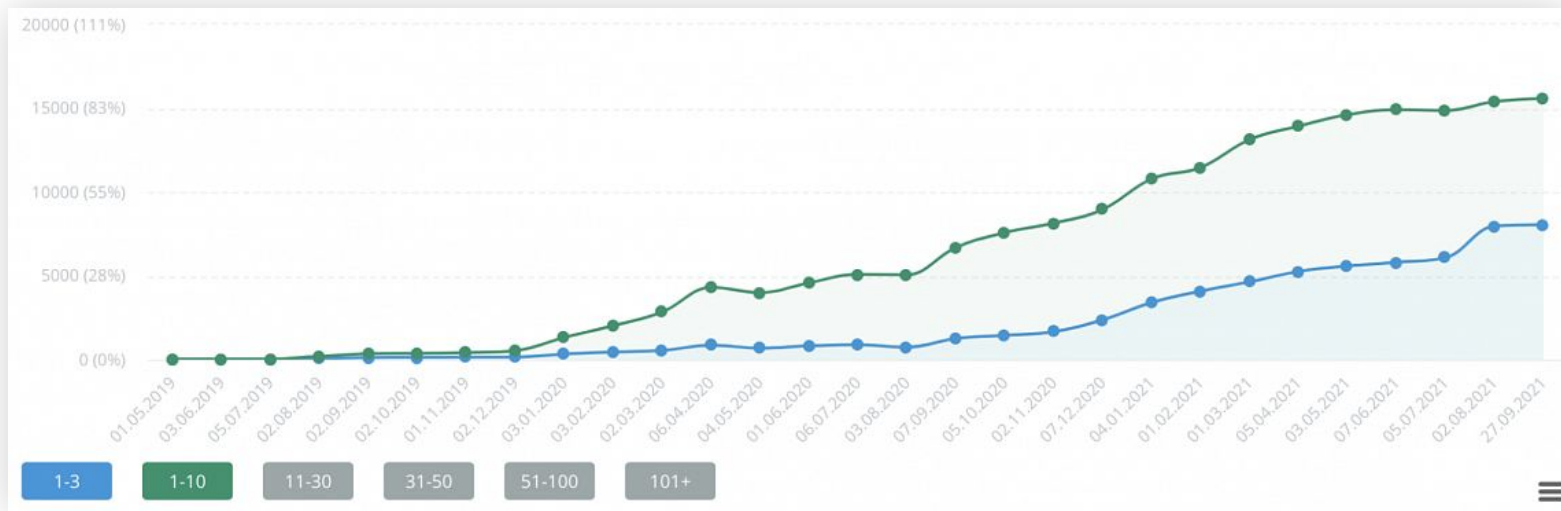
## Самые популярные рейсы S7 Airlines

### Перелёты в Санкт-Петербург

Новосибирск — Санкт-Петербург	от 2 725 Р
Иркутск — Санкт-Петербург	от 9 402 Р
Омск — Санкт-Петербург	от 6 956 Р
Пермь — Санкт-Петербург	от 5 171 Р
Краснодар — Санкт-Петербург	от 4 403 Р
Екатеринбург — Санкт-Петербург	от 6 547 Р
Самара — Санкт-Петербург	от 4 552 Р
Уфа — Санкт-Петербург	от 3 807 Р

# Решили проблему с поисковой выдачей в Google

Эти шаги помогли интегрировать страницы направлений в структуру сайта, в результате чего позиции S7 Airlines в Google начали расти. По сравнению с 2019 годом позиции выросли на **83%** — некоторые поисковые запросы стали попадать в топ-3, а большая часть — в топ-10.



# Проработали информационный спрос

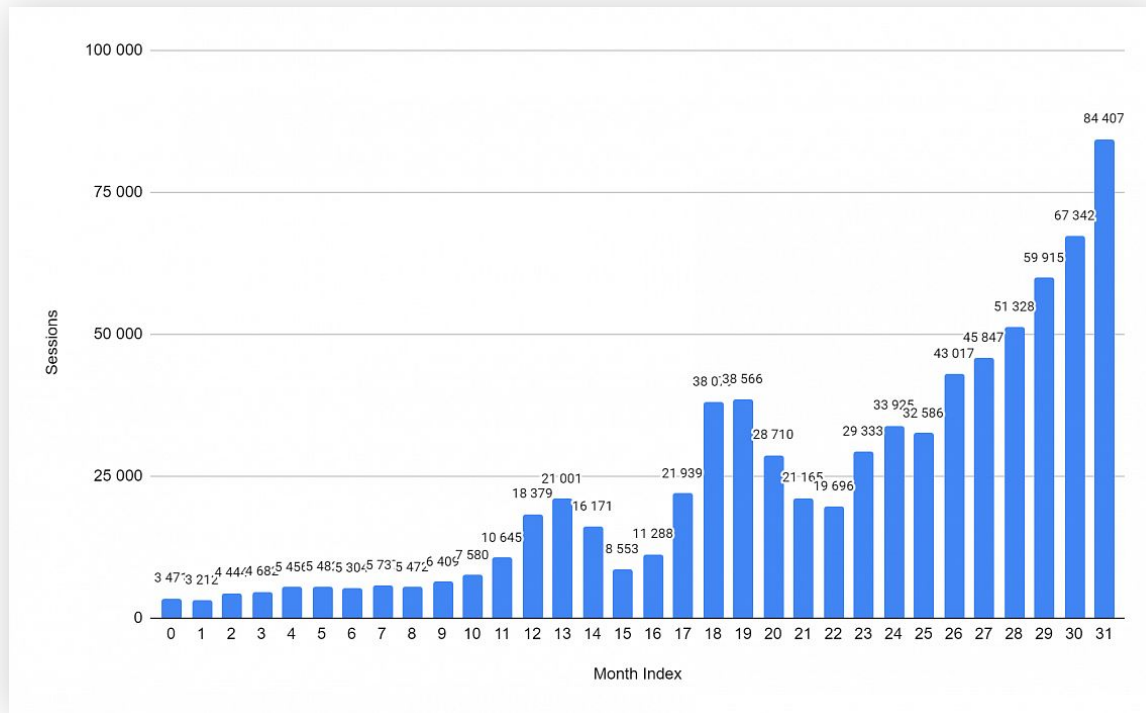
У S7 Airlines есть блог с собственной редакцией и отлаженными процессами. Так как у редакции были свои цели, задачи и каналы дистрибуции контента, мы встроились в уже существующий процесс.

Мы анализировали поисковые запросы и приходили в редакцию с идеями статей, которые попадали под высокий спрос. Мы готовили рекомендации по структуре статьи и отмечали, на какие вопросы в статье желательно ответить — без строгих техзаданий и ключевых слов.

На старте весь блог приносил в среднем около 10 тысяч переходов в месяц. Сейчас одна статья «Что можно взять в ручную кладь» в среднем приносит около 12 тысяч переходов и до **20 тысяч** в пике.

# Проработали информационный спрос

В 2021 году вырос объём поискового трафика в блоге — количество сессий увеличилось с 3 500 до 84 400.





# С какими сложностями столкнулись

Во время ведения проекта мы обнаружили, что есть проблема с поддержкой актуального списка направлений. Например, если направления были временно недоступны, то приходилось полностью закрывать страницу. Это означало, что страница пропадёт из поисковой выдачи и впоследствии её придётся заводить заново.

Мы нашли решение совместно с командой разработчиков S7 Airlines. Они **синхронизировали направления с картой полётов**, благодаря чему появился актуальный список страниц. Это решение позволяет не тратить время на ручную проверку.

# С какими сложностями столкнулись

Сейчас страницы закрытых направлений не удаляются, а отображаются отдельным блоком. Это помогает не терять позиции в поиске и не тратить время на создание страницы заново, когда направление снова будет доступно.

## Временно закрытые направления из города Москва

<a href="#">Авалон</a>	<a href="#">Каир</a>	<a href="#">Прага</a>
<a href="#">Агадир</a>	<a href="#">Калгари</a>	<a href="#">Псков</a>
<a href="#">Адана</a>	<a href="#">Калуга</a>	<a href="#">Пунта-Кана</a>
<a href="#">Акаба</a>	<a href="#">Канберра</a>	<a href="#">Реус</a>
<a href="#">Актау</a>	<a href="#">Канкун</a>	<a href="#">Рига</a>
<a href="#">Аланья</a>	<a href="#">Канны</a>	<a href="#">Ригге</a>
<a href="#">Алжир</a>	<a href="#">Караганда</a>	<a href="#">Римини</a>
<a href="#">Амстердам</a>	<a href="#">Каракас</a>	<a href="#">Рио-де-Жанейро</a>
<a href="#">Андорра ла Велла</a>	<a href="#">Карловы Вары</a>	<a href="#">Рованиеми</a>
<a href="#">Анкара</a>	<a href="#">Карлсруэ</a>	<a href="#">Роттердам</a>
<a href="#">Архангельск</a>	<a href="#">Касабланка</a>	<a href="#">Салехард</a>
<a href="#">Атырау</a>	<a href="#">Катманду</a>	<a href="#">Самуй</a>
<a href="#">Ашхабад</a>	<a href="#">Каунас</a>	<a href="#">Сан-Франциско</a>
<a href="#">Багдад</a>	<a href="#">Кейптаун</a>	<a href="#">Санторини</a>
<a href="#">Базель</a>	<a href="#">Киров</a>	<a href="#">Сантьяго</a>
<a href="#">Балаково</a>	<a href="#">Когалым</a>	<a href="#">Санья</a>
<a href="#">Балатон</a>	<a href="#">Кокшетау</a>	<a href="#">Сараево</a>
<a href="#">Бари</a>	<a href="#">Коломбо</a>	<a href="#">Саранск</a>
<a href="#">Батуми</a>	<a href="#">Комсомольск-на-Амуре</a>	<a href="#">Севилья</a>
<a href="#">Бахрейн</a>	<a href="#">Копенгаген</a>	<a href="#">Семей</a>
<a href="#">Бейрут</a>	<a href="#">Кострома</a>	<a href="#">Силхет</a>
<a href="#">Белград</a>	<a href="#">Котлас</a>	<a href="#">Скопье</a>

# Отзыв клиента



## Эльмира Агаева

директор  
по маркетингу  
и PR S7 Group

Глобально нам нужна SEO-оптимизация, потому что мы хотим собирать всю заинтересованную в нашем продукте аудиторию. Мы не просто решаем задачу привлечения трафика, но и задачу удержания аудитории, потому что создаём полезный для нее контент.

В работе с IT-Agency нам нравится их неформализованный подход, искренняя заинтересованность в нашем бизнесе. Нам важно, что агентство ценит наших клиентов и бережно к ним относится. У нас был опыт работы с другими специалистами по SEO, мы пробовали разные методы, но нам подходят не все решения. Например, нам не близки неэкологичные решения, вроде закупки ссылок и мотивированного трафика.

# Отзыв клиента



## Эльмира Агаева

директор  
по маркетингу  
и PR S7 Group

Адекватный партнёр — это 70% успеха. С хорошим партнёром можно ввязываться в очень сложные дела.

Когда мы начали работать с IT-Agency, особенно в пандемию, мы стали чётче понимать, чего хотят наши клиенты, и лучше подбирать подходящие коммуникационные решения, которые отвечали бы их запросам. Помощь IT-Agency помогла увидеть нам это максимально ясно в рамках стандартов работы с контентом.

Спасибо за внимание