



Phân tích Thị trường Hàng không Châu Á - Thái Bình Dương 2025 - Dành riêng cho Vietnam Airlines

March 2025

Giành chiến thắng trên thị trường số

Hé lộ những dữ liệu và insight mà đội ngũ của bạn đang cần



Cải thiện ROI Marketing

Hiểu rõ cách vận hành trên thị trường số để thu hút lưu lượng truy cập chất lượng cao hơn, thúc đẩy chuyển đổi



Kết nối với Khách hàng mục tiêu

Tìm hiểu cách mọi người dành thời gian và tiền bạc trên internet với những insight kịp thời về sở thích và hành vi khách hàng để xây dựng kế hoạch thu hút và giữ chân họ



Ra quyết định Chiến lược kinh doanh

Đánh giá điểm mạnh và điểm yếu của bạn so với đối thủ cạnh tranh, xây dựng kế hoạch để giành lấy thị phần

Similarweb là nền tảng duy nhất cung cấp thông tin intelligence trên môi trường số

Similarweb mang đến những insight đột phá và lợi thế cạnh tranh cho mọi tổ chức, thuộc mọi ngành nghề, trên mọi thiết bị.



Similarweb: Nền tảng dành cho Marketer & Nhà lãnh đạo



Dữ liệu
Vượt trội

Insight
Tức thời

Dịch vụ
Chuyên nghiệp

Những insights cần thiết để bảo vệ và tăng trưởng ngân sách marketing, thúc đẩy ưu tiên chiến lược và nâng cao hiệu quả trên thị trường số

Kết hợp nguồn lực và thông tin trên các dự án chung, giúp bạn đạt được hiệu quả tối ưu.

Phương pháp độc đáo và vượt trội

1

Thu Thập

2

Tổng hợp

3

Mô hình hoá

4

Digital Intelligence



Phủ sóng dữ liệu khắp nơi và cả các tiểu bang của Mỹ

● Desktop ● Mobile Web ● Mobile Apps ● Ad Creative



Argentina

● ●



Croatia

● ●



Hungary

● ●



Malaysia

● ● ●



Poland

● ●



Slovakia

● ●



United Arab Emirates

● ●



Australia

● ● ● ●



Czech Republic

● ●



India

● ● ● ● ●



Mexico

● ● ● ●



Portugal

● ●



South Africa

● ● ● ●



United Kingdom

● ● ● ● ●



Austria

● ●



Denmark

● ● ●



Indonesia

● ● ● ● ●



Morocco

●



Qatar

●



Spain

● ●



United States

● ● ● ● ●



Belgium

● ● ● ●



Egypt

● ●



Iraq

●



Netherlands

● ● ● ●



Republic of Korea

● ● ● ● ●



Sweden

● ● ● ●



Venezuela

●



Brazil

● ● ● ● ●



Finland

● ● ● ● ●



Ireland

● ● ●



New Zealand

● ●



Romania

● ●



Switzerland

● ● ● ●



Vietnam

● ●



Bulgaria

● ●



France

● ● ● ● ●



Israel

● ● ● ●



Norway

● ● ●



Russia

● ● ● ● ●



Taiwan

● ● ● ●



Worldwide

● ● ● ● ●



Canada

● ● ● ● ●



Germany

● ● ● ● ●



Italy

● ● ● ● ●



Pakistan

●



Saudi Arabia

●



Thailand

● ●



US States

●



Chile

● ●



Greece

● ● ● ●



Japan

● ● ● ● ●



Peru

● ●



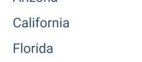
Serbia

●



Turkey

● ●



Ukraine

● ●



Colombia

●



Hong Kong

● ●



Kuwait

●



Philippines

● ● ● ●



Singapore

● ● ● ●

Arizona
California
Florida
Georgia
Illinois
Massachusetts
Michigan
New Jersey
New York
North Carolina
Ohio
Pennsylvania
Texas
Virginia
Washington

Cách Similarweb PRO nâng tầm giá trị và insight cho bạn

- Xác định bối cảnh và đánh giá hiệu suất để hiểu rõ đâu là hoạt động hiệu quả / kém hiệu quả
- Vị thế của đối thủ đang ở đâu? Họ đang làm gì?
- Phân tích lưu lượng truy cập và kênh ở góc độ high-level và chi tiết:
 - Xác định cơ hội, mối đe dọa và khoảng trống chưa khai thác
 - Phân tích hành vi & nhu cầu người tiêu dùng => tối ưu hóa marketing
 - Tổng quan thị trường chi tiết - xu hướng và động lực thị trường trong nước và quốc tế
- Báo cáo & xác thực hiệu suất với dữ liệu mới nhất
- Dữ liệu thị trường trong nước và quốc tế
- Giải pháp tổng thể

Nội dung của Báo cáo

1. **Phân tích Ngành:** Tổng quan Thị trường Hàng Không Châu Á Thái Bình Dương (APAC)
2. **Phân tích Cạnh tranh:** VietNam Airlines vs các hãng HK giá rẻ - Vietjet Air, Air Asia, Jeju Air, JetStar
3. **Phân tích Cạnh tranh:** Thị trường Hàng Không Việt Nam

Tổng quan Thị trường Hàng không Châu Á Thái Bình Dương



Nắm bắt toàn diện bức tranh thị trường để xếp hạng ưu tiên các khu vực/thị trường. Đo lường tín hiệu số, bao gồm lưu lượng truy cập, tương tác và hành vi tìm kiếm, để xác định và ứng dụng các xu hướng du lịch mới nổi.

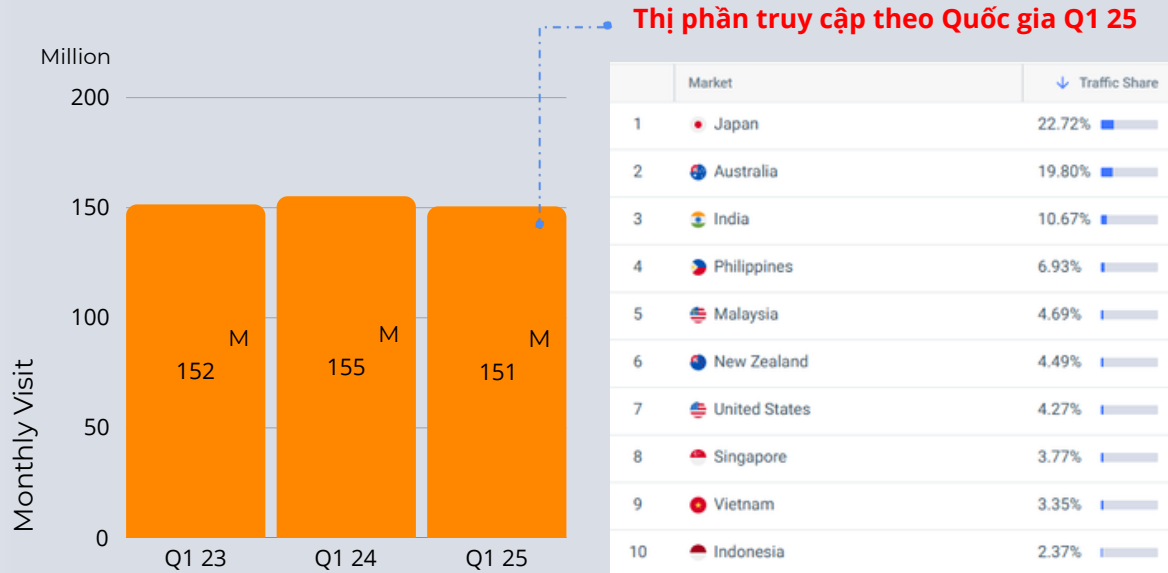
Airline Country HQ	Websites	Airline Country HQ	Websites
Japan	flypeach.com	Singapore	flyscoot.com
Japan	jal.co.jp	Thailand	thaairways.com
Australia	qantas.com	Philippines	philippineairlines.com
Australia	jetstar.com	Vietnam	vietnamairlines.com
Malaysia	airasia.com	Vietnam	vietjetair.com
Philippines	cebupacificair.com	Indonesia	lionair.co.id
Singapore	singaporeair.com	New Zealand	airnewzealand.com
Hong Kong	cathaypacific.com	Fiji	fijiairways.com
South Korea	jejuair.net	New Zealand	airnewzealand.co.nz
Australia	virginaustralia.com	India	goindigo.in
Malaysia	malaysiaairlines.com	Laos	laoairlines.com

Ấn Độ nổi lên là thị trường quốc tế đáng quan tâm đối với các hãng Hàng Không bên cạnh hai “ông lớn” Nhật Bản và Úc

Key Insights:

- Lượng truy cập web trung bình của các hãng hàng không Châu Á Thái Bình Dương (APAC) có **dấu hiệu giảm nhẹ trong Q1/2025** (151 triệu) so với Q1/2024 (155 triệu), cho thấy có thể đã có sự thay đổi trong hành vi người dùng.
- Nhật Bản (22.72%) và Úc (19.80%)** tiếp tục là hai thị trường quan trọng nhất, đóng góp hơn 40% tổng lượng truy cập của các hãng hàng không (HK) APAC. Đây có thể là các thị trường quốc tế tiềm năng cho Vietnam Airlines (VNA).
- Việt Nam đứng thứ 9 (3.35%)** trong top 10 quốc gia đóng góp lưu lượng truy cập của thị trường HK APAC. VNA cũng cần chiến lược tốt để giữ và tăng thị phần traffic từ chính thị trường nội địa.
- Ấn Độ (10.67%)** nổi lên là thị trường lớn thứ 3, cho thấy tiềm năng lớn mà VNA có thể khai thác thông qua các chiến dịch digital marketing nhắm đến thị trường đông dân này.

Lưu lượng truy cập trung bình - Thị trường Hàng không Châu Á Thái Bình Dương - Quý 1 năm 2023 - 2025



All Traffic (Desktop + Mobile Web) | WorldWide

Vietnam Airlines đang xếp sau Vietjet Air trong thị trường Hàng Không APAC và bị đối thủ bỏ xa ~1.5 triệu truy cập/tháng

Key Insights:

- Trong Q1 2025, **Vietnam Airlines xếp thứ 15 trong khu vực APAC về lượng truy cập website** (3.6 triệu lượt/tháng), đứng sau nhiều đối thủ cạnh tranh khu vực và nội địa (Vietjet).
- Đồng thời, VNA đang trải qua mức **giảm truy cập 1.88%** so với cùng kỳ năm ngoái. Trong khi các đối thủ khác có mức tăng trưởng mạnh mẽ của các hãng như Singapore Airlines (+11.56%), Malaysia Airlines (+10.14%), hoặc **các hãng LCC như Flyscoot (+9.61%), Fly Peach (+3.18%)**
- Đối thủ cạnh tranh trực tiếp Vietjet Air** (Hạng 10, 5.1 triệu lượt/tháng, -2.18%) có lượng truy cập website cao hơn đáng kể VNA một chút. Đây là thách thức lớn trên mặt trận digital.

Phân tích Thị phần Lưu lượng Truy cập Website Thị trường Hàng Không APAC - Quý 1 năm 2025

	Player (22)	Monthly visits ↓	PoP Change
1	jal.co.jp	27.3M 18.12%	↑ 9.63%
2	goindigo.in	15.7M 10.40%	↓ 1.36%
3	jetstar.com	13.9M 9.24%	↓ 3.07%
4	qantas.com	13M 8.65%	↓ 1.25%
5	airasia.com	10.6M 7.06%	↑ 4.00%
6	singaporeair...	9.4M 6.23%	↑ 11.56%
7	cathaypacific...	9M 5.97%	↑ 0.49%
8	cebupacificai...	7.5M 4.98%	↓ 15.05%
9	virginaustrali...	5.8M 3.84%	↓ 0.24%
10	vietjetair.com	5.1M 3.40%	↓ 2.18%
11	flypeach.com	4.7M 3.14%	↑ 3.18%

	Player (22)	Monthly visits ↓	PoP Change
12	airnewzealan...	4.5M 3.01%	↓ 2.38%
13	flyscoot.com	4.4M 2.94%	↑ 9.61%
14	malaysiaairli...	4.1M 2.71%	↑ 10.14%
15	vietnamairlin...	3.6M 2.40%	↓ 1.88%
16	philippineairli...	3.5M 2.34%	↓ 6.45%
17	jejuair.net	2.9M 1.90%	↓ 31.16%
18	thaairways.c...	2.7M 1.80%	↓ 3.47%
19	airnewzealan...	1.1M 0.76%	↓ 10.37%
20	lionair.co.id	1.1M 0.72%	↓ 0.91%
21	fijairways.co...	548.8K 0.36%	↓ 14.89%
22	laoairlines.co...	21.5K 0.01%	↓ 32.24%

Hiểu rõ hành vi tìm kiếm của người tiêu dùng là điều cần thiết để thu hút lưu lượng truy cập, khi công cụ tìm kiếm trở thành nguồn lưu lượng truy cập chính cho ngành hàng không

Thị phần Lưu lượng truy cập theo Kênh Marketing - Các Hãng Hàng không Châu Á Thái Bình Dương - Quý 1 năm 2025



Key Insights:

- Kênh Organic Search (Tìm kiếm tự nhiên) và Direct (Truy cập trực tiếp) là hai nguồn mang lại traffic chính, chiếm hơn 80% tổng lưu lượng truy cập vào các hãng hàng không APAC.
- Điều này nhấn mạnh tầm quan trọng của giá trị thương hiệu mạnh (Direct) và chiến lược SEO hiệu quả (Organic).
- Vietnam Airlines (VNA) cần ưu tiên nguồn lực cho hai kênh này.
- Các kênh như Referrals (Giới thiệu), Display Ads (Quảng cáo hiển thị), Social (Mạng xã hội) đóng góp tỷ trọng nhỏ hơn. Email gần như không có đóng góp (0.09%)

Tìm kiếm tự nhiên so với Tìm kiếm trả phí | Tháng 3 năm 2025

Organic Search Traffic
194.96M Visits

Paid Search Traffic
196.72M Visits

Domain (22)	Traffic Share ↓	Change
jal.co.jp	19.25%	↑ 1.27%
goindigo.in	10.71%	↑ 6.22%
qantas.com	8.39%	↓ 6.90%
singaporeair.com	7.61%	↑ 12.92%
jetstar.com	7.37%	↑ 3.40%
cathaypacific.com	7.33%	↑ 12.12%
airasia.com	6.18%	↓ 2.75%
vietnamairlines.com	3.82%	↓ 1.15%
cebupacificair.com	3.68%	↓ 4.86%
vietjetair.com	3.48%	↑ 9.87%
flypeach.com	3.30%	↑ 22.13%
thair Airways.com	3.27%	↑ 6.54%
flyscoot.com	2.80%	↑ 22.31%
philippineairlines.com	2.70%	↑ 26.04%
airnewzealand.co.nz	2.40%	↑ 2.80%

Domain (22)	Traffic Share ↓	Change
airasia.com	13.39%	↑ 8.16%
goindigo.in	10.72%	↓ 8.67%
singaporeair.com	9.59%	↓ 1.58%
cebupacificair.com	8.05%	↑ 380.87%
jal.co.jp	7.49%	↑ 5.20%
vietjetair.com	6.34%	↑ 12.48%
malaysiaairlines.com	6.33%	↑ 31.89%
qantas.com	6.27%	↓ 5.62%
virginaustralia.com	6.12%	↑ 9.94%
cathaypacific.com	5.42%	↑ 2.03%
flyscoot.com	5.16%	↑ 36.60%
philippineairlines.com	4.54%	↑ 27.53%
jetstar.com	2.24%	↑ 19.99%
vietnamairlines.com	2.20%	↓ 7.48%
airnewzealand.co.nz	1.93%	↑ 23.84%

- Thị phần lưu lượng của VNA vẫn còn bị các hãng dẫn đầu bỏ xa như JAL (19.15%) và GoIndigo (10.71%). Các đối thủ như Singapore Airlines (+12.92%), Flyscoot (+22.31%) đang tăng trưởng rất nhanh.
- Cùng với đó, VNA đang có sự suy giảm thị phần kênh tìm kiếm trả phí. Trong khi đó, nhiều đối thủ như Cebu Pacific (+380.87%), Flyscoot (+36.60%) và cả Vietjet Air (+12.48%) đang đều có sự tăng trưởng mạnh mẽ.

Nhìn chung, các hãng hàng không APAC (trong đó có cả Vietjet Air) đều đang chi tiêu mạnh tay cho quảng cáo nhằm thu hút truy cập

Chi phí PPC & Lưu lượng Display Ads - Thị trường Hàng không APAC - Q1 25

Chi phí PPC
13.07M USD

Domain	PPC Spend
qantas.com	3.322M
singaporeair.com	2.487M
virginaustralia.com	1.460M
jal.co.jp	1.034M
airnewzealand.co.nz	706K
cathaypacific.com	637.1K
vietjetair.com	592.9K
fijiairways.com	585.4K
airasia.com	534.7K
flyscoot.com	468.8K
philippineairlines.com	393.7K
malaysiaairlines.com	393.3K
goindigo.in	339.3K
airnewzealand.com	291.7
jetstar.com	251.5K

Lưu lượng truy cập Display Ads
1.16M Visits

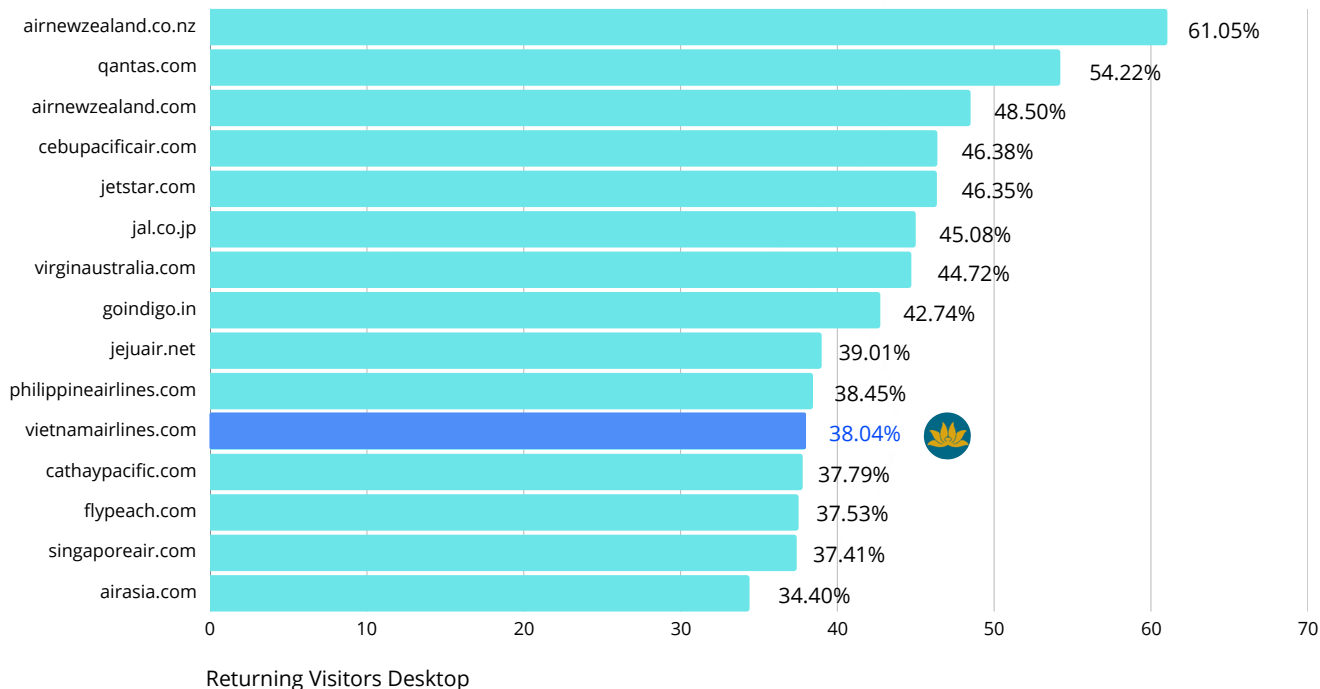
Domain	Display Ads Traffic
jal.co.jp	579.2K
cathaypacific.com	134.6K
airasia.com	74.5K
singaporeair.com	71.9K
qantas.com	61.5K
virginaustralia.com	52.2K
malaysiaairlines.com	41.1K
vietjetair.com	33.8K
cebupacificair.com	29.6K
flyscoot.com	23.5K
jejuair.net	23.3K
airnewzealand.co.nz	22.3K
goindigo.in	19.7K
jetstar.com	15.1K
vietnamairlines.com	14.2K

Key Insights:

- Về chi phí PPC (Pay-Per-Click), các hãng hàng không lớn như **Qantas (3.32M)**, **Singapore Airlines (2.48M)** đều đang chi tiêu rất mạnh tay ở thị trường APAC.
- Đối thủ cạnh tranh trực tiếp **Vietjet Air cũng chi đến \$592.9K/click, xếp thứ 7**. Việc **VNA không nằm trong top 15 chi tiêu PPC** cho thấy khả năng VNA đang **đầu tư thấp hơn đáng kể** so với các đối thủ cạnh tranh, cần xem xét lại chiến lược phân bổ ngân sách cho kênh này.
- Với lượng truy cập từ **Display Ads** (Quảng cáo hiển thị), **VNA xếp thứ 15 với chỉ 14.2K lượt truy cập**, thấp hơn đáng kể so với các hãng trong khu vực, bao gồm cả **Vietjet Air (33.8K lượt, hạng 8)**. Điều này cho thấy VNA **chưa khai thác hiệu quả kênh Display Ads** để tăng nhận diện thương hiệu hoặc thu hút traffic.

Air New Zealand, Qantas, Japan Airlines là ba đơn vị sở hữu nhiều khách hàng trung thành nhất trong thị trường APAC - Đây đều là các hãng Vietnam Airlines nên tham khảo, nghiên cứu chiến lược

Mức độ trung thành khách hàng của các hãng Hàng không APAC - Q1 25





Phân tích Cạnh tranh - So với các hãng giá rẻ

Vietnam Airlines vs *Vietjet, Air Asia, Jetstar, JEJUair*

Đánh giá hiệu suất với các đối thủ cạnh tranh trên mọi kênh Digital Marketing



Vietjet Air đang dẫn đầu về thị phần truy cập website, nhỉnh hơn một chút so với Vietnam Airlines trong Quý 1 vừa qua

Key Insights:

- Tổng lưu lượng truy cập của nhóm 5 website này tại Việt Nam tăng nhẹ +0.38% so với cùng kỳ năm trước nhưng lượng người dùng tăng đáng kể +10.9%. Điều này cho thấy **thị trường đang thu hút thêm nhiều người dùng mới**.
- Trong nhóm đối thủ cạnh tranh tại thị trường Việt Nam, **Vietjet Air đang dẫn đầu về thị phần truy cập website (50.23%)**, nhỉnh hơn một chút so với Vietnam Airlines (VNA) (46.58%).
- Tỷ lệ truy cập từ **Mobile Web (67.64%)** cao gấp đôi **Desktop (32.36%)**. VNA cần **đảm bảo trải nghiệm tối ưu trên di động** là ưu tiên hàng đầu.

Domain	Q1 Traffic Share	Change YoY
vietjetair.com	50.23%	0.84%
vietnamairlines.com	46.58%	0.42%
airasia.com	1.52%	-0.98%
cebupacificair.com	1.4%	-0.27%
jejuair.com	0.27%	-0.01%

Vietnam Airlines vs Nhóm Các hãng bay giá rẻ tại Việt Nam
Lưu lượng & Thị phần truy cập - Quý 1 năm 2025

Traffic



Market Share

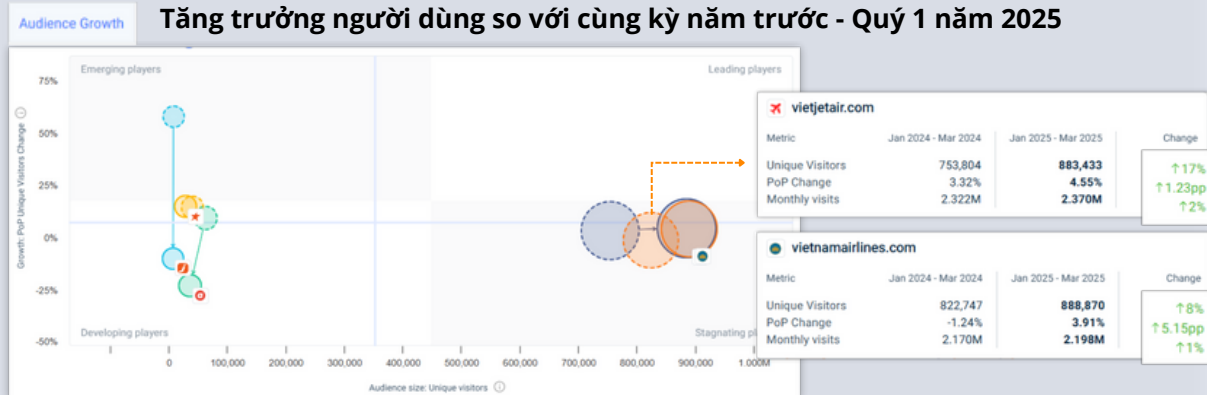


Xét đến chất lượng truy cập, Vietjet cũng đang có động lực tăng trưởng và khả năng giữ chân người dùng tốt nhất

Key Insights:

- Về quy mô Người dùng (Unique Visitors):** Vietjet có **tốc độ tăng trưởng người dùng cao hơn đáng kể** (+17% YoY) so với VNA (+8% YoY). Điều này cho thấy Vietjet đang thu hút người dùng mới hiệu quả hơn.
- Về mức độ tương tác:**
 - Vietjet đang hơn VNA ở các chỉ số quan trọng: **Thời gian truy cập và Số lượt truy cập/người dùng**. Điều này cho thấy người dùng có xu hướng ở lại lâu hơn và quay lại thường xuyên hơn trên trang Vietjet.
 - Vietjet cũng có **lượng khách quay lại cao hơn VNA** cho thấy mức độ gắn kết của người dùng Vietjet cao hơn.
 - VNA có thể học hỏi từ chiến lược nội dung và điều hướng của Jetstar - đối thủ có chỉ số Pages per Visit (7.21) và Bounce Rate (24.38%) tốt nhất.
- Nhìn chung, **Vietjet đang cho thấy động lực tăng trưởng và khả năng giữ chân người dùng tốt** hơn trên các nền tảng số tại Việt Nam.

Vietnam Airlines vs Nhóm Các hãng bay giá rẻ tại Việt Nam Tăng trưởng người dùng so với cùng kỳ năm trước - Quý 1 năm 2025



Tương tác truy cập - Quý 1 năm 2025

Metric	vietnamairlines.com	vietjetair.com	airasia.com	jetstar.com	jejuair.net
Monthly visits	2.198M	2.370M	71,586	65,958	12,661
Monthly unique visitors	888,870	883,433	36,157	28,511	6,527
Visits / Unique visitors	2.47	2.68	1.98	2.31	1.94
Visit duration	00:05:43	00:06:49	00:04:47	00:04:19	00:01:19
Pages per visit	5.54	4.66	5.73	7.21	4.79
Bounce rate	38.81%	37.09%	40.81%	24.38%	66.37%
Page Views	12.18M	11.05M	410,297	475,468	60,708
New Visitors	520,634	502,762	25,185	23,338	N/A
Returning Visitors	368,236	380,671	10,972	5,174	N/A

Các hãng hàng không đều đang đổ nhiều tiền vào các kênh paid search / quảng cáo display để khai thác thị trường Việt Nam

Key Insights:

- VNA phụ thuộc vào **Organic (45.27%)** nhiều hơn, trong khi **Vietjet dựa vào Direct (48.05%)** nhiều hơn. Điều này khẳng định tầm quan trọng của SEO đối với VNA và sức mạnh thương hiệu (nhận diện) của Vietjet.
- Airasia cũng **đang điều chỉnh sự ưu tiên, tập trung vào các kênh** như Paid Search Email và Display Ads để thu hút khách hàng Việt Nam tăng tương tác và mua vé.
- Jetstar trong Quý 1 có sự tăng trưởng bùng nổ về lưu lượng Paid Search **lên đến hơn 5500%**.
- Vietjet đang thể hiện một **chiến lược digital năng động, không ngại thử nghiệm và tập trung vào các kênh có tốc độ tăng trưởng cao**. VNA cần theo dõi sát sao các động thái này, đặc biệt là sự thành công của Vietjet ở kênh Social và Referrals, đồng thời tìm cách khai thác điểm yếu của họ (như sự sụt giảm ở Display Ads) và củng cố các thế mạnh của mình (như Paid Search đang tăng trưởng mạnh).

Vietnam Airlines vs Nhóm Các hãng bay giá rẻ tại Việt Nam
Phân bố lưu lượng truy cập theo Kênh Marketing - Quý 1 năm 2025



Lưu lượng truy cập từ kênh Marketing so với cùng kỳ năm trước - Quý 1 năm 2025

	Direct	Display Ads	Email	Organic Search	Paid Search	Referrals	Social
vietnamairlines.com	-0.48%	-44.28%	19.74%	-2.45%	337.9%	-22.02%	3.57%
vietjetair.com	-3.41%	-24.59%	32.45%	-2.44%	56.06%	27.59%	47.13%
airasia.com	-39.08%	212.2%	31.19%	-50.24%	241.67%	-32.05%	-19.6%
jetstar.com	8%	-54.48%	-12.73%	-28.16%	5533.33%	-18.9%	-61.63%
jejuair.net	-33.58%	-29.89%	-37.5%	17.27%	58.09%	-0.93%	23.78%

Xu hướng tìm kiếm vé máy bay giá rẻ đang tăng trưởng bùng nổ mở ra cơ hội có các hãng hàng không

Key Insights:

- Xu hướng tìm kiếm đang thay đổi rõ rệt:** Lượng tìm kiếm cho các từ khóa chung chung như "vé máy bay" (-17%), "ve máy bay" (-70%), "đặt vé máy bay" (-60%) đều giảm mạnh so với cùng kỳ năm trước. **Điều này cho thấy người dùng đang tìm kiếm cụ thể hơn.**
- Sự bùng nổ của từ khóa "giá rẻ":** Ngược lại, từ khóa **"vé máy bay giá rẻ"** chứng kiến mức tăng trưởng đột biến **(+578%)**, vươn lên thành từ khóa được tìm kiếm nhiều thứ 5 trong nhóm. Tương tự, **"giá vé máy bay"** cũng tăng phi mã **(+1,268%)**. Đây là bằng chứng rõ ràng cho thấy **yếu tố "giá rẻ" đang trở thành mối quan tâm hàng đầu** và là động lực tìm kiếm chính của người dùng Việt Nam khi tìm vé máy bay.
- Xác nhận xu hướng "Giá rẻ" là động lực chính:** Biểu đồ tổng quan phía sau sẽ cho thấy nhóm từ khóa liên quan đến "vé máy bay giá rẻ" tại Việt Nam tăng trưởng tới +68.73% YoY.

Xếp hạng từ khóa Non-branded liên quan đến "vé máy bay" trong Q1 - 2025

Keywords (88,131)	Clicks ↓	Change	Organic vs. Paid	KD	Competitive Traffic Share	Volume	Avg. Volume	CPC	Zero-Click
vé máy bay	207.6K	15.72% ↓ -17%		73		766.7K	236.8K	\$0.01	52.69%
ve máy bay	95.4K	7.22% ↓ -70%		49		247.5K	59.7K	\$0.01	52.43%
máy bay	69.2K	5.24% ↑ 295%		45		243.7K	75.1K	\$0.09	49.79%
đặt vé máy bay	35.2K	2.66% ↓ -60%		71		113.2K	34.8K	\$0.04	49.32%
vé máy bay giá rẻ	32.8K	2.48% ↑ 578%		49		337.5K	74.8K	\$0.01	60.40%
check in online	22.9K	1.74% ↓ -26%		25		54.4K	15.8K	\$0.07	40.73%
bao nhiêu ngày nữa để...	8.7K	0.66% ↓ -100%		7		469.7K	101.5K	\$0.12	34.93%
vé máy bay hà nội sài...	8.5K	0.64% ↑ 16%		-		88.3K	26.4K	\$0.02	61.04%
mua vé máy bay	7.5K	0.57% ↓ -21%		81		31.9K	13.8K	\$0.03	47.16%
giá vé máy bay	7.1K	0.54% ↑ 1,268%		71		43.7K	17.8K	-	56.97%

Keywords (88,131)	Clicks ↓	Change	Organic vs. Paid	KD	Competitive Traffic Share	Volume	Avg. Volume	CPC	Zero-Click
sân vé máy bay giá rẻ	1.9K	0.14% ↑ 363%		70		26.6K	9.4K	\$0.04	75.25%
vé máy bay quốc tế	720	0.05% ↑ 1,575%		42		6.2K	2.7K	\$0.07	43.66%

Vietnam Airlines có thể khai thác thêm cả phân khúc thị trường “giá rẻ” tiềm năng và đang phát triển rất nhanh

Xu hướng tìm kiếm nhóm từ khoá “vé máy bay giá rẻ” | Việt Nam - Q1 2024 vs Q1 2025



Country	Jan 2024 - Mar 2024	Jan 2025 - Mar 2025	YoY Change
Vietnam	983.5K	1.7M	↑ 68.73%
Japan	996	15.3K	↑ 1,440.06%
Cambodia	1.2K	8.7K	↑ 626.57%
United States	1.1K	2.9K	↑ 168.99%
Republic of Korea	559	2K	↑ 257.96%

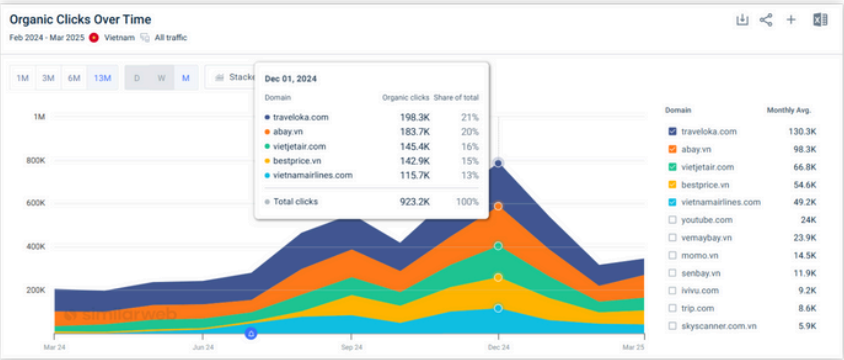
Key Insights:

- Các biến thể từ khoá "Giá rẻ" đều tăng mạnh về lưu lượng:** Không chỉ từ khóa gốc "vé máy bay giá rẻ" (+265.38%), mà các biến thể như **"săn vé máy bay giá rẻ" (+149.58%)** và đặc biệt là **"đặt vé máy bay giá rẻ" (+888.46%)** đều cho thấy mức tăng trưởng rất cao. Điều này chỉ ra rằng người dùng không chỉ tìm thông tin mà còn tích cực tìm cách **mua** vé giá rẻ.
- Sự quan tâm Bùng nổ từ các thị trường quốc tế (sử dụng tiếng Việt):** Có sự tăng trưởng tìm kiếm phi mã cho các từ khóa "vé máy bay giá rẻ" bằng tiếng Việt xuất phát từ các quốc gia như Nhật Bản, Campuchia, Mỹ, Hàn Quốc => Điều này rất có thể chỉ ra **nhu cầu ngày càng tăng của cộng đồng người Việt ở nước ngoài (Việt Kiều)** đang tìm kiếm các chuyến bay giá rẻ về Việt Nam hoặc giữa các điểm đến khác bằng tiếng Việt.
- Đây có thể là **phân khúc thị trường tiềm năng và đang phát triển rất nhanh** mà VNA có thể khai thác.

Các đại lý du lịch trực tuyến (OTAs) như Abay.vn và Traveloka đang dẫn đầu tuyệt đối về lượng clicks cho nhóm từ khóa "vé máy bay giá rẻ" trên cả kênh tìm kiếm Organic và Paid tại Việt Nam, bỏ xa các hãng hàng không.

Thị phần Truy cập Tìm kiếm Việt Nam | 2/2024 - 3/2025

Nhóm từ khoá liên quan “vé máy bay giá rẻ” - Organic

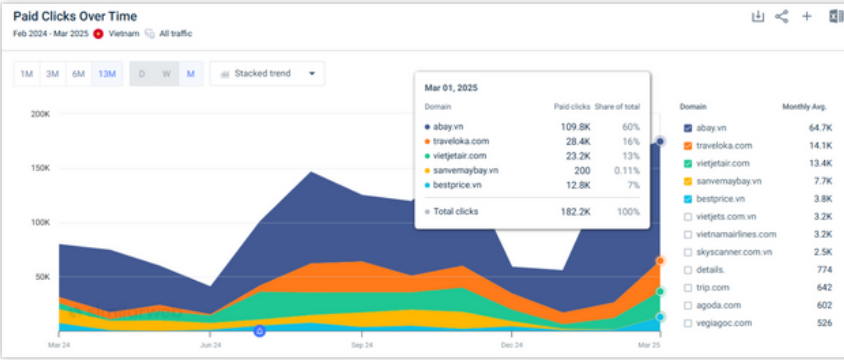


Hiệu suất chi tiết vào 3/2025

Domain (23)	Keywords	Search Clicks ↓	Change	Desktop vs. Mobile	Top Pos.	Highest Ranking URL	Ranked SERP Features
1 abay.vn	24 All Keywords	104.3K 23.03%	↑ 42.21%		11	abay.vn	
2 traveloka.com	24 All Keywords	75.2K 16.60%	↑ 21.52%		6	traveloka.com/vi-vn/flight	
3 bestprice.vn	24 All Keywords	64.4K 14.22%	↑ 23.58%		8	bestprice.vn/ve-may-bay	
4 youtube.com (2)	22 All Keywords	63.3K 13.97%	↑ 53.87%		10	youtube.com/watch?v=LF6zP22q7Ds	
5 vietjetair.com (2)	24 All Keywords	59K 13.04%	↑ 19.76%		5	vietjetair.com/vi	
6 vietnamairlines.com	23 All Keywords	40.9K 9.03%	↑ 7.10%		14	vietnamairlines.com/vi/vn/home	
7 vemaybay.vn (2)	23 All Keywords	9K 1.99%	↑ 0.16%		13	vemaybay.vn	
8 etrip4u.com	23 All Keywords	8.6K 1.90%	↑ 1,082.46%		19	etrip4u.com/ve-may-bay	
9 senbay.vn	22 All Keywords	6.1K 1.35%	↑ 8.29%		13	senbay.vn	
10 sanvemaybay.vn	24 All Keywords	4.8K 1.05%	↑ 77.37%		18	sanvemaybay.vn	

Thị phần Truy cập Tìm kiếm Việt Nam | 2/2024 - 3/2025

Nhóm từ khoá liên quan “vé máy bay giá rẻ” - Paid



Hiệu suất chi tiết vào 3/2025

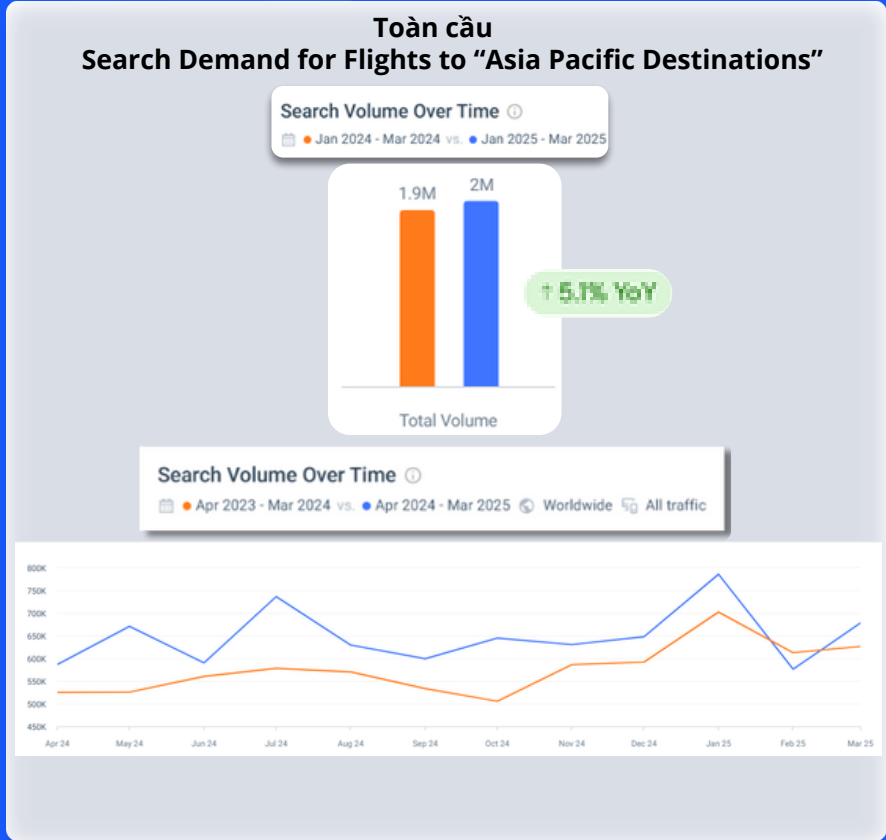
Domain (21)	Keywords	Search Clicks ↓	Change	Desktop vs. Mobile	Top Pos.	Highest Ranking URL	Ranked SERP Features
1 abay.vn	8 All Keywords	109.8K 60.26%	↑ 17.73%		1	abay.vn	
2 traveloka.com	10 All Keywords	28.4K 15.57%	↑ 97.36%		2	traveloka.com/vi-vn/flight	
3 vietjetair.com	9 All Keywords	23.2K 12.74%	↑ 121.63%		2	vietjetair.com/vi/ve-may-bay/12h-rap-vietjet-thoi-ve-ba...	
4 bestprice.vn	10 All Keywords	12.8K 7.04%	↑ 1,097.16%		2	bestprice.vn/ve-may-bay	
5 cheapoair.com (2)	1 All Keywords	1.7K 0.95%	↑ 324.31%		3	cheapoair.com/flights/book-now/cheap-flights-reservat...	
6 skyscanner.com.vn	4 All Keywords	1.3K 0.72%	↑ 1.09%		-	skyscanner.com.vn	
7 vietnamairlines.com (2)	5 All Keywords	930 0.51%	↑ 405.22%		2	vietnamairlines.com/vi/vn/vietnam-airlines-khai-phuc-d...	
8 details	1 All Keywords	770 0.42%	↑ 3,308.36%		2	details?ref=A8T2UJC8noYqCZLSu4eDe8SimgFK3...	
9 vietjts.com.vn	2 All Keywords	690 0.38%	↑ 29.35%		3	vietjts.com.vn	
10 vietnamairlines.vn	1 All Keywords	540 0.30%	↑ 42.54%		4	vietnamairlines.vn	



Xu hướng toàn ngành Du lịch

Trên các Công cụ Tìm kiếm So sánh Giá Vé Máy Bay, Điểm Đến

Nhu cầu đến Việt Nam tăng mạnh trên toàn cầu, Mumbai (+76.68%) và Đài Loan (+30.98%) là tín hiệu về các thị trường quốc tế tiềm năng mà VNA có thể khai thác.



Toàn cầu

Top Các Chuyến Bay Được Tìm Kiếm Nhiều Nhất cho Du lịch | Điểm đến Châu Á Thái Bình Dương

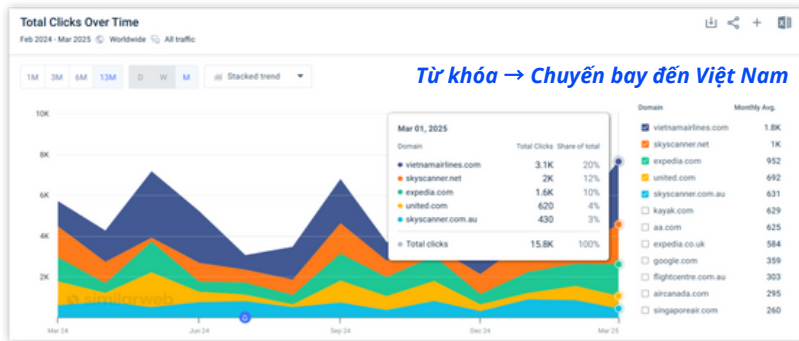
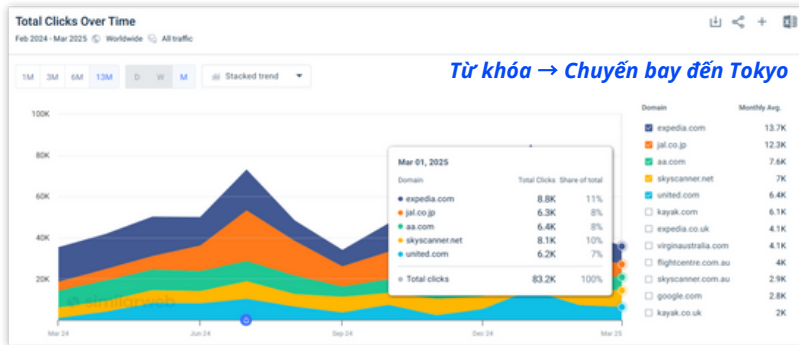
Search Terms	Search Volume Avg. Q1 24	Search Volume Avg. Q1 25	Volume Change YoY
flights to japan	143,000	193,240	35.13%
flights to tokyo	66,490	67,320	1.25%
flights to bali	74,380	63,000	-15.30%
flights to melbourne	49,870	44,420	-10.93%
flights to sydney	39,150	39,210	0.15%
flights to vietnam	23,910	32,510	35.97%
flights to new zealand	23,980	22,830	-4.80%
flights to singapore	24,580	22,720	-7.57%
flights to bangkok	26,890	22,600	-15.95%
flights to brisbane	18,790	18,780	-0.05%
flights to hong kong	11,600	14,290	23.19%
flights to taiwan	8,200	10,740	30.98%
flights to perth	16,410	10,310	-37.17%
flights to mumbai	5,490	9,700	76.68%
flights to fiji	16,760	9,660	-42.36%
flights to manila	9,340	9,540	2.14%
flights to seoul	11,340	9,450	-16.67%
flights to auckland	8,190	7,930	-3.17%
flights to adelaide	8,240	7,910	-4%

All Traffic (Desktop + Mobile Web) | WorldWide

Các OTA lớn (Expedia, Skyscanner, Kayak) chiếm phần lớn thị phần tìm kiếm toàn cầu cho các từ khóa. . VNA cần chiến lược cạnh tranh trực tiếp (giá, khuyến mãi, SEO/SEM quốc tế) để thu hút khách đặt trực tiếp.

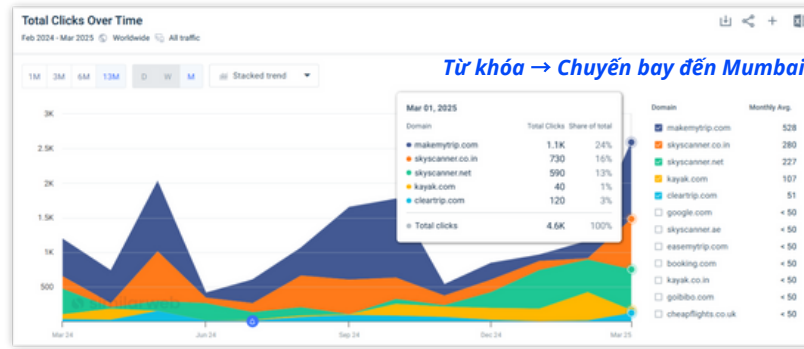
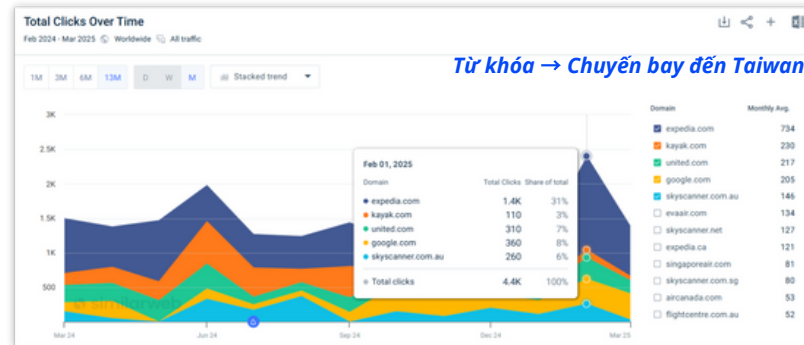
Thị phần Truy cập Tìm kiếm Toàn cầu | 02/2024 - 03/2025

Các trang web nhận lưu lượng truy cập từ Từ khóa



Thị phần Truy cập Tìm kiếm Toàn cầu | 02/2024 - 03/2025

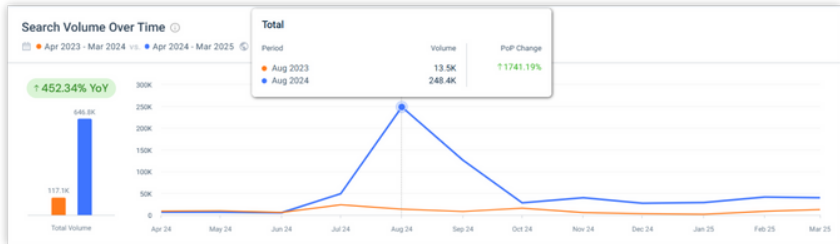
Các trang web nhận lưu lượng truy cập từ Từ khóa



All Traffic | WorldWide | 02/2024 - 03/2025

Bùng nổ nhu cầu du lịch quốc tế từ Việt Nam: Mỹ, Hàn Quốc, Úc, Trung Quốc là cơ hội lớn cho VNA trên các đường bay outbound.

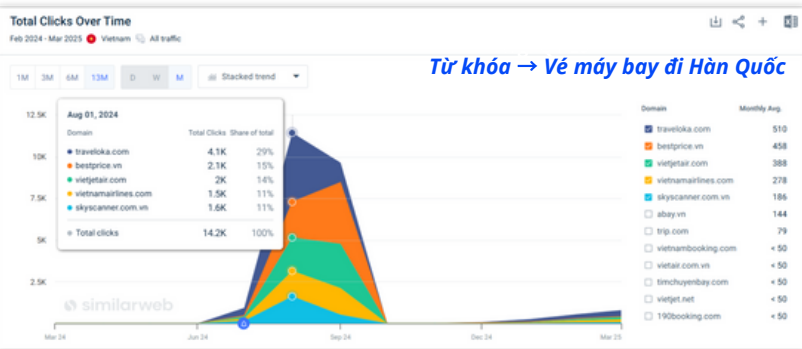
Top Các Chuyến Bay Được Tìm Kiếm Nhiều Nhất
- Ngành Du lịch - Thị trường Việt Nam



Keyword (DE)	Volume (Previous Period)	Volume (Selected Period)	Pop Change
vé máy bay đi mỹ	2.1K 21.11%	15K 27.92%	+ 633.66%
vé máy bay đi hàn quốc	40 0.41%	5.6K 10.36%	+ > 5,000%
vé máy bay đi úc	710 7.31%	3.9K 7.20%	+ 446.48%
vé máy bay đi trung quốc	290 2.99%	2.9K 5.31%	+ 886.21%
vé máy bay đi thái lan	1.9K 19.98%	2.7K 5.05%	+ 40.21%
vé máy bay đi singapore	1.1K 11.63%	2.6K 4.88%	+ 134.82%
vé máy bay đi nhật	440 4.53%	2.1K 3.84%	+ 370.45%
vé máy bay đi đài loan	350 3.60%	2K 3.62%	+ 457.14%
vé máy bay đi canada	240 2.47%	1.9K 3.53%	+ 691.67%
vé máy bay đi đức	210 2.16%	1.8K 3.29%	+ 742.86%
vé máy bay đi nga		N/A 1.3K 2.45%	-
vé máy bay đi pháp	350 3.60%	1.3K 2.41%	+ 271.43%
vé máy bay đi san francisco		N/A 1.1K 1.99%	-
vé máy bay đi ấn độ	110 1.13%	1.1K 1.97%	+ 863.64%

Thị phần Truy cập Tìm kiếm Việt Nam | 02/2024 - 03/2025

Các trang web nhận lưu lượng truy cập từ Từ khóa

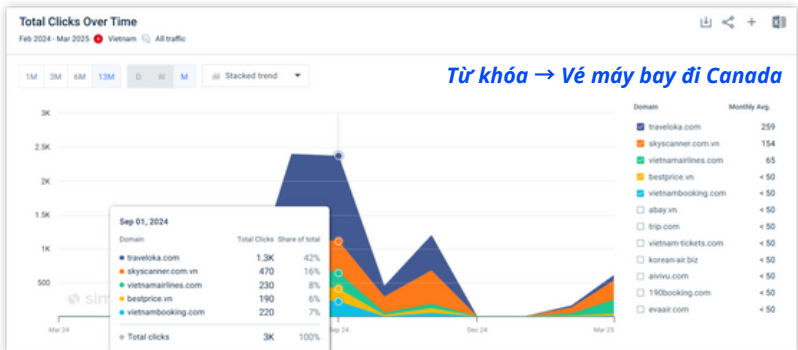
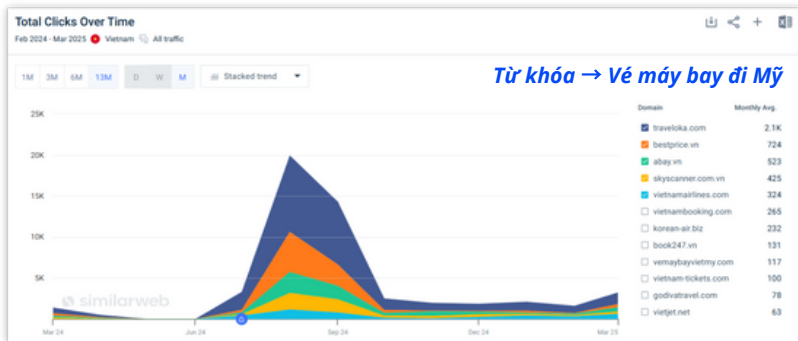


All Traffic | Vietnam | 02/2024 - 03/2025

OTA dẫn đầu trên các đường bay dài từ Việt Nam (Traveloka, Bestprice) đặt ra Thách thức thu hút đặt vé trực tiếp cho các hãng HK

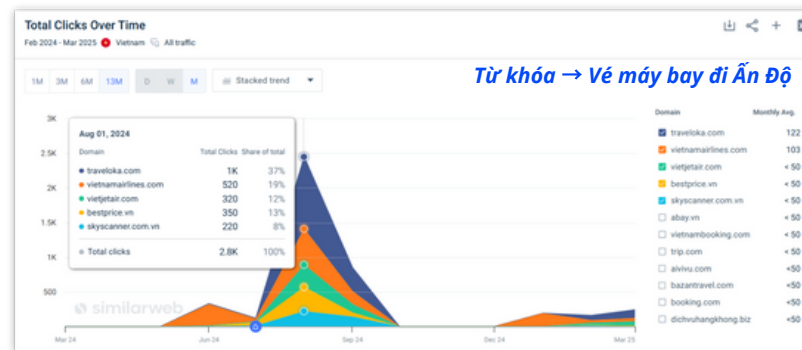
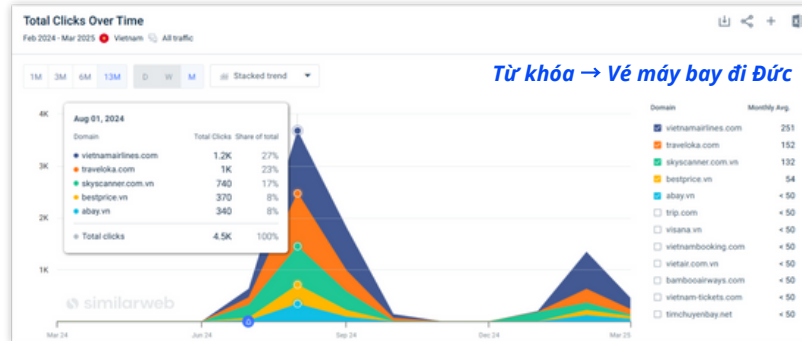
Thị phần Truy cập Tìm kiếm Việt Nam | 02/2024 - 03/2025

Các trang web nhận lưu lượng truy cập từ Từ khóa



Thị phần Truy cập Tìm kiếm Việt Nam | 02/2024 - 03/2025

Các trang web nhận lưu lượng truy cập từ Từ khóa



All Traffic | Vietnam | 02/2024 - 03/2025

TỔNG KẾT

Báo cáo phân tích thị trường hàng không kỹ thuật số tại Châu Á - Thái Bình Dương (APAC) và Việt Nam trong Quý 1/2025 cho thấy **một bức tranh đầy thách thức nhưng cũng không ít cơ hội cho Vietnam Airlines.**

- **Thị trường APAC:** Cạnh tranh gay gắt, VNA (hiện đang xếp hạng 15) cần cải thiện hiệu suất so với các đối thủ tăng trưởng nhanh (Singapore Airlines, Malaysia Airlines, LCCs) và cả đối thủ cùng quê hương là Vietjet (Lọt Top 10). Dù vẫn có kênh Organic & Direct là chủ đạo, nhưng VNA có dấu hiệu yếu thế ở Paid Search & Paid Media so với đối thủ trong và ngoài nước.
- **Thị trường Việt Nam:**
 - **Vietnam Airlines vs Vietjet:** Trong bối cảnh “cạnh tranh song mã”, Vietjet đang nhỉnh hơn về thị phần traffic, tăng trưởng người dùng và tương tác.
 - **Xu hướng "Giá Rẻ" Bùng Nổ:** Là động lực tìm kiếm chính, tăng trưởng phi mã. Vietjet thống trị (84.2%) thị phần clicks cho từ khóa "vé máy bay giá rẻ", VNA chỉ có 15.8% -> Thách thức lớn nhất.
 - **Cơ hội Quốc tế:** Nhu cầu bay *đến* Việt Nam (toàn cầu) và nhu cầu tìm vé giá rẻ *từ* cộng đồng người Việt ở nước ngoài (Nhật, Hàn, Mỹ...) tăng đột biến. Nhu cầu bay quốc tế *từ* Việt Nam cũng tăng cao.
 - **Thách thức OTA:** Các OTA (Abay, Traveloka) thống trị tìm kiếm "giá rẻ" tại Việt Nam và lấn át trên các đường bay quốc tế (đến/đi Việt Nam).
- **Hiệu quả kênh Marketing của Vietnam Airlines ở Việt Nam:** Có sự tăng trưởng đột phá ở Paid Search, nhưng sụt giảm mạnh ở Display Ads và Referrals. Kênh Social còn yếu thế so với Vietjet. Kênh Organic và Direct cần được củng cố.

KHUYẾN NGHỊ

- **Nâng Cao Hiệu Quả Tiếp Cận Nhóm Khách Hàng Quan Tâm Giá/Ưu Đãi:**

- **Không bỏ lỡ xu hướng:** Dù không phải LCC, VNA không thể bỏ qua lượng lớn người dùng tìm kiếm "vé máy bay giá rẻ", "khuyến mãi", "ưu đãi". **Cần tăng cường hiện diện (cả SEO & Paid Search) và tối ưu tỷ lệ nhấp/chuyển đổi cho các từ khóa này**, cạnh tranh hiệu quả hơn với Vietjet và OTAs đang chiếm ưu thế.
- **Truyền Thông Giá Trị & Khuyến Mãi Hợp Lý:** Triển khai các **chương trình khuyến mãi, ưu đãi có mục tiêu, rõ ràng**, truyền thông mạnh mẽ trên các kênh digital để thu hút nhóm khách hàng này mà **không làm ảnh hưởng định vị thương hiệu 5 sao**. Ví dụ: "Giá tốt nhất cho trải nghiệm 5 sao", "Ưu đãi đặc biệt - Bay cùng Hãng hàng không Quốc gia".

- **Khai Thác Mạnh Mẽ Thị Trường Quốc Tế & Việt Kiều:**

- **Triển khai chiến dịch marketing tiếng Việt nhắm vào cộng đồng người Việt ở nước ngoài (Nhật, Hàn, Mỹ, Campuchia...):** sử dụng từ khóa "giá rẻ/ ưu đãi duy nhất trong tháng" để quảng bá đường bay về Việt Nam với mức giá cạnh tranh trong phân khúc dịch vụ đầy đủ.
- **Tăng cường SEO/SEM Quốc tế**

- **Cạnh Tranh Thông Minh với OTAs:**

- **Nổi bật Lợi ích Đặt vé Trực tiếp:** Làm rõ và truyền thông mạnh mẽ các giá trị cộng thêm khi đặt vé trực tiếp (dễ thay đổi, hỗ trợ tốt hơn, tích lũy dặm tối đa, ưu đãi thành viên...).
- **Chiến lược Metasearch:** Đảm bảo giá (bao gồm dịch vụ) của VNA hiển thị cạnh tranh và hấp dẫn trên các kênh so sánh giá.

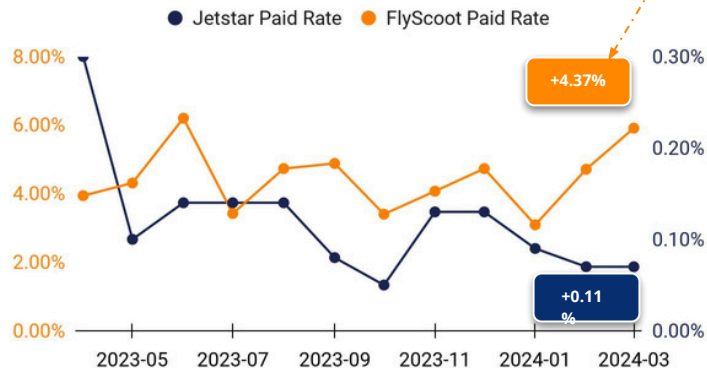
Thank You

Jetstar thể hiện sức mạnh thương hiệu rõ nét với 6,1 triệu lượt truy cập tìm kiếm, trong đó 99% là tìm kiếm tự nhiên. Trong khi đó, Flyscoot tập trung vào bảo vệ thương hiệu, thể hiện qua mức độ hiển thị cao trên tìm kiếm trả phí.

Lưu lượng truy cập tìm kiếm theo thương hiệu - Jetstar so với Flyscoot - Từ khóa



Branded Searches - Paid Click Rate



Thị phần tiếng nói tìm kiếm theo thương hiệu - Jetstar so với Flyscoot - Từ khóa

Jetstar

1.8K Organic desktop competitors ⓘ

Domain	Traffic Share
jetstar.com	94.04%
melbourneairport.com.au	1.53%
commbank.com.au	0.83%
flightnetwork.com.au	0.34%
wikipedia.org	0.28%

[See all 1798 organic competitors](#)

88 Paid desktop competitors ⓘ

Domain	Traffic Share
edreams.com.au	48.98%
flightnetwork.com.au	8.31%
opodo.com.au	6.96%
cheapair.com	5.10%
cheapflights.com.au	3.47%

[See all 88 paid competitors](#)

scoot

272 Organic desktop competitors ⓘ

Domain	Traffic Share
flyscoot.com	79.03%
tripadvisor.com.au	7.08%
escape.com.au	2.55%
flightnetwork.com.au	1.26%
youtube.com	1.20%

[See all 272 organic competitors](#)

15 Paid desktop competitors ⓘ

Domain	Traffic Share
flyscoot.com	92.34%
edreams.com.au	3.15%
cheapflights.com.au	2.51%
kiwi.com	0.50%
airpaz.com	0.47%

[See all 15 paid competitors](#)

Phân tích từ khóa: Lượt tìm kiếm không theo thương hiệu về các hãng hàng không tăng 17% so với cùng kỳ năm trước do nhu cầu du lịch tăng, với Jetstar dẫn đầu với 66% thị phần tìm kiếm. Flyscoot ghi nhận mức tăng trưởng 0,92% về thị phần tiếng nói không theo thương hiệu.

Lưu lượng truy cập tìm kiếm không theo thương hiệu
- Thị phần truyền thông
- Nhóm Đối thủ Cạnh tranh của Flyscoot



Non-Branded Traffic

2.50Million Visits
+17% Q1 YoY

Xếp hạng từ khóa không theo thương hiệu của Jetstar
- Các từ khóa liên quan đến "chuyến bay"

Jetstar		Keyword (347)	Position ↓	Volume	CPC	SERP Features
1		sydney to melbourne	1 → 1	32,110	\$0.49	✈️ 📄 🗺️
2		flights to bali	1 → 1	21,390	\$0.36	✈️ 📄 +2
3		bali flights	1 → 1	15,920	\$0.32	✈️ 📄 +2
4		sydney to brisbane	1 → 1	15,170	\$0.64	✈️ 📄 🗺️ +3
5		brisbane to sydney	1 → 1	14,210	\$0.62	✈️ 📄 🗺️ +3
6		adelaide to melbourne	1 → 1	13,610	\$0.53	✈️ 📄 +2
7		melbourne to adelaide	1 → 1	13,280	\$0.51	✈️ 📄 +3
8		melbourne to bali	1 → 1	13,150	\$0.44	✈️ 📄 +3
9		melbourne to perth	1 → 1	10,710	\$0.50	✈️ 📄 +2
10		sydney to bali	1 → 1	10,500	\$0.46	✈️ 📄 🗺️ +3

→ Jetstar đã tối ưu hóa xếp hạng website cho các từ khóa phổ biến, không theo thương hiệu, liên quan đến các tuyến bay chính và điểm đến hấp dẫn, thu hút lượng lớn khách hàng tiềm năng. Trang web của Jetstar đứng đầu kết quả tìm kiếm cho các cụm từ như "chuyến bay đến Bali" hay "Melbourne đến Bali", thu hút những người dùng đang tìm kiếm thông tin du lịch mà chưa có lựa chọn hãng hàng không cụ thể.

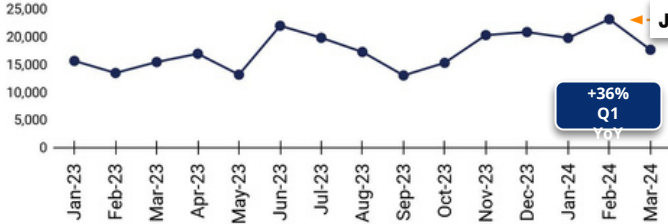
Jetstar đặt mục tiêu thống trị cả phân khúc du lịch giá rẻ và các điểm đến du lịch phổ biến qua chiến lược tìm kiếm tập trung vào: Tối ưu hóa tìm kiếm tự nhiên cho các tìm kiếm ưu đãi và giá vé; Quảng cáo trả phí tập trung vào các điểm đến du lịch



Jetstar - Landing pages Tìm kiếm Tự nhiên | T3/2024

URL (10,553)	Clicks ↓	Change	Clicks Trend	Desktop / Mobile
jetstar.com/au/en/home	424.3K 55.48%	↑ 28%		
jetstar.com/au/en/flights	92.5K 12.10%	↑ 44%		
jetstar.com/au/en/deals	30K 3.92%	↑ 86%		
jetstar.com/au/en/cheap-flights	24.4K 3.19%	↑ 55%		
jetstar.com/au/en/contact-us	16.8K 2.19%	↑ 54%		
jetstar.com/au/en/holidays	12.4K 1.62%	↑ 47%		
jetstar.com/au/en/holidays/deals	9.9K 1.29%	↑ 56%		
jetstar.com/au/en/book-at-jetstar	6.5K 0.85%	↑ 29%		
jetstar.com/au/en/cheap-flights/melbourne/sydney-to-melbourne	6.1K 0.79%	↑ 114%		
jetstar.com/au/en/cheap-flights/bali	4.3K 0.56%	↑ 90%		
jetstar.com/au/en/cheap-flights/sydney/melbourne-to-sydney	3.6K 0.47%	↑ 36%		

Organic Search Traffic / "Bali" related pages



Jetstar

+36%
Q1
YoY



Jetstar - Landing pages Tìm kiếm Trả phí | T3/2024

Final URL (93)	Traffic Share ↓	URL Spend	Top Keyword
jetstar.com/au/en/cheap-flights/ho-chi-minh-city	16.78%	\$1.9K	sydney to ho chi minh
jetstar.com/au/en/cheap-flights/bali	9.31%	\$698	bali flights
jetstar.com/au/en/holidays/destinations/bali	6.57%	\$552	bali packages
jetstar.com/au/en/inspiration/destinations/australia/victoria/melbourne	5.74%	\$729	flights from busselton to ...
jetstar.com/au/en/holidays/deals/jetstar-sale	4.12%	\$362	grand mirage bali
jetstar.com/au/en/holidays/destinations/fiji	3.27%	\$551	my fiji holidays
jetstar.com/au/en/cheap-flights/phuket	3.11%	\$259	flight to phuket
jetstar.com/au/en/cheap-flights/osaka	3.09%	\$280	flights to osaka
jetstar.com/au/en/holidays/destinations/hamilton-island	3.04%	\$611	hamilton island packages
jetstar.com/au/en/holidays/queensland-sale	2.81%	\$491	wotif gold coast

Ad • <https://www.jetstar.com/sydney/hochinmhc>

Sydney To Ho Chi Minh City

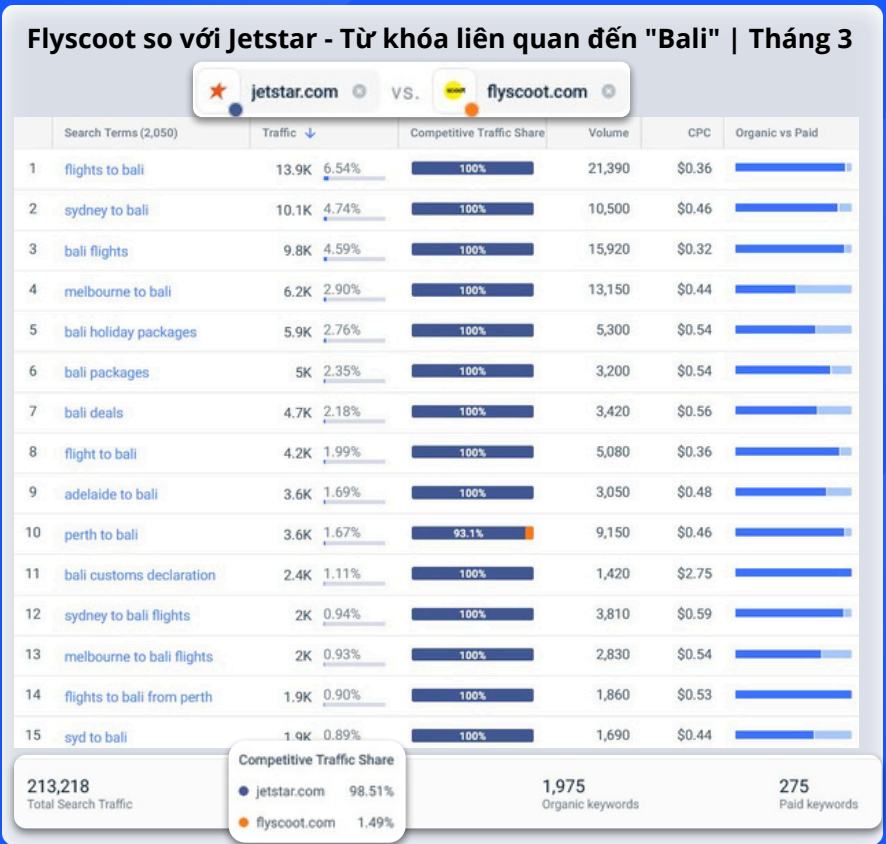
Jetstar | Cheap Flights — With Our Price Beat Guarantee Find a Lower Fare Online, We'll Beat It By 10%. T&Cs Apply. Save Time and Money When You Book Your Ho Chi Minh City Flights Direct At Jetstar.com.

Ad • <https://www.jetstar.com>

Hurry, Sale Ends Tuesday - Bali Holiday Packages

Business identity verified—Combine Bali Flights + Hotel & Save. Selected Dates/Flights. T&Cs Apply. Ends 19/3/24.

Phân tích Khoảng cách Từ khóa: Flyscoot cần mở rộng chiến lược từ khóa và nội dung để cạnh tranh hiệu quả cho các tìm kiếm về điểm đến du lịch/giải trí phổ biến, hiện đang được Jetstar thống trị, chẳng hạn như "Bali", "Nhật Bản" và "Thái Lan".



Phân tích Khoảng cách Từ khóa: Flyscoot duy trì khả năng cạnh tranh với các hãng hàng không giá rẻ khu vực khác như AirAsia, Cebu Pacific và Vietjet về thị phần lưu lượng truy cập tìm kiếm cho nhiều tìm kiếm điểm đến phổ biến. Tuy nhiên, có những khoảng trống trong việc nhắm mục tiêu từ khóa và khả năng hiển thị cho các điểm đến có giá trị cao như "Manila", "Bangkok" và Philippines nói chung.



Phân tích Lưu lượng Truy cập Giới thiệu: Flyscoot đang khai thác đối tượng du lịch tương tác thông qua các web biên tập đáng tin cậy; tuy nhiên, hãng đang bỏ lỡ cơ hội thu hút lưu lượng truy cập có mục tiêu cao từ Skyscanner và Ozbargain.

Flyscoot vs Jetstar - Referral Traffic | Q1

24

jetstar.com VS. flyscoot.com

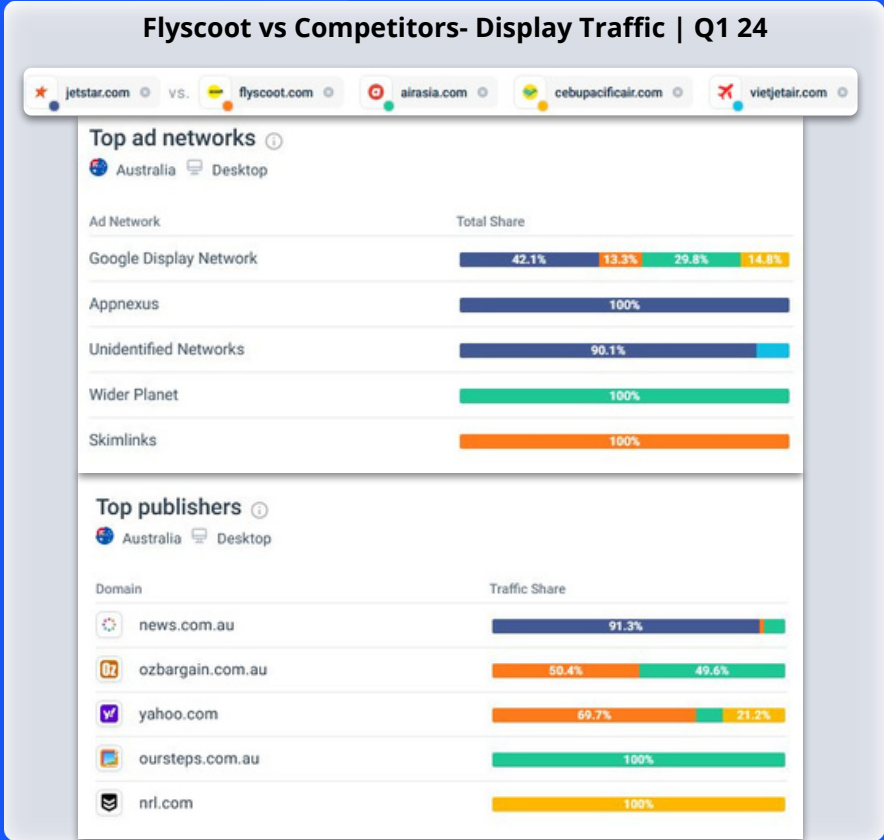
	Domain (44)	Industry	Total Traffic Share	Competitive Traffic Share
1	ozbargain.com.au	Coupons and Rebates	107.1K 47.76%	99.0%
2	skyscanner.com.au	Air Travel	29.8K 13.31%	89.4%
3	qantas.com (3)	Air Travel	15.2K 6.79%	100%
4	singaporeair.com (3)	Air Travel	12.9K 5.74%	100%
5	news.com.au	News and Media	10.1K 4.49%	100%
6	avalonairport.com.au	Travel and Tourism	6K 2.67%	100%
7	queensland.com	Travel and Tourism	< 5K 2.23%	100%
8	glamadelaide.com.au	Food and Drink	< 5K 2.04%	100%
9	trip.com (3)	Travel and Tourism	< 5K 1.54%	93.0%
10	sydneyairport.com.au	Air Travel	< 5K 1.32%	100%
11	escape.com.au	Travel and Tourism	< 5K 1.03%	90.1%
12	skyscanner.net	Air Travel	< 5K 0.94%	100%
13	timeout.com	Arts and Entertainment	< 5K 0.90%	100%
14	agoda.com	Accommodation and Hotels	< 5K 0.90%	35.6% 64.4%
15	oursteps.com.au	News and Media	< 5K 0.86%	100%

Flyscoot vs Competitors- Referral Traffic | Q1 24

flyscoot.com VS. airasia.com cebupacificair.com vietjetair.com

	Domain (26)	Industry	Total Traffic Share	Competitive Traffic Share
1	skyscanner.com.au	Air Travel	48.9K 61.61%	81.0%
2	singaporeair.com (2)	Air Travel	10K 12.55%	100%
3	ozbargain.com.au	Coupons and Rebates	< 5K 3.70%	35.2% 64.8%
4	timeout.com	Arts and Entertainment	< 5K 2.95%	84.1%
5	escape.com.au	Travel and Tourism	< 5K 2.79%	94.0%
6	skyscanner.co.id	Air Travel	< 5K 2.72%	100%
7	perthnow.com.au	News and Media	< 5K 2.60%	91.0%
8	trip.com (2)	Travel and Tourism	< 5K 1.91%	15.9 87.9% 26.3%
9	agoda.com	Accommodation and Hotels	< 5K 1.79%	91.5%
10	skyscanner.net	Air Travel	< 5K 1.67%	72.3% 27.7%
11	skyscanner.co.th	Air Travel	< 5K 1.25%	100%
12	secure.bravofly.com.au	Air Travel	< 5K 0.88%	100%
13	iport.travelport.com	Air Travel	< 5K 0.76%	100%
14	watoday.com.au	News and Media	< 5K 0.40%	100%
15	7news.com.au	News and Media	< 5K 0.31%	100%

Jetstar và AirAsia đã tập trung vào việc tận dụng GDN để tiếp cận và nhắm mục tiêu lại đối tượng. News.com.au chiếm thị phần lớn nhất trong lưu lượng truy cập quảng cáo hiển thị của Jetstar.



Qantas thống trị hạng mục du lịch hàng không của Úc và tiếp tục cho thấy sự tăng trưởng trực tuyến mạnh mẽ về lưu lượng truy cập 19% so với cùng kỳ năm trước; Qatar Airways, Turkish Airlines (hàng không mới gia nhập), và Air New Zealand chứng kiến sự tăng trưởng đáng chú ý nhất trong khi Emirates và Singapore Airlines ghi nhận sự sụt giảm.

AU - Air Travel Market
Leaders | Q1 24

Website	Traffic Share	Q1 24 Visits	Change YoY
qantas.com	35.55%	31.92	18.86%
jetstar.com	21.48	15.29	6.73%
virginaustralia.co	19.23	11.88	0.49%
Singaporeair.co	14.67	14.19	-7.54%
Emirates.com	12.57	12.31	-13.89%
qatarairways.co	12.30%	12.07M	12.90%
Airnewzealand.com.a	1.99	1.79	14.28
flyscoot.com	1.54	1.38	0.44%
airasia.com	1.47	1.32	-0.32%
cathaypacific.com	1.44	1.29	-1.98

%

M

Phân tích hạng mục du lịch hàng không là điều cần thiết để hiểu rõ bức tranh cạnh tranh trong mỗi thị trường, xác định các cơ hội hoặc điểm đáng lo ngại, và đưa ra các quyết định chiến lược để duy trì hoặc nâng cao vị thế của hãng hàng không trên thị trường. Việc xác định những hãng hàng không tăng trưởng nhanh sẽ thông báo các quyết định liên quan đến lập kế hoạch tuyến bay, chiến lược tiếp thị, hợp tác và các sáng kiến về trải nghiệm khách hàng.

AU - Air Travel
Challengers | Q1
24

Website	Traffic Share	Q1 24 Visits	Change YoY
airnewzealand.co	0.27%	.24M	141.65
Vietjetair.co	0.52%	.47M	139.97
Hawaiianairlines.co	0.31	.28M	118.38
Turkishairlines.co	0.31	.28M	106.75
Vietnamairlines.co	0.70%	.63M	90.24%
Jal.co.jp	0.64%	.57	48.52%
Garuda-indonesia.com	0.25%	.123	46.70%
britishairways.co	0.49%	.14M	37.60%
Aircanada.com	0.58%	.52M	36.00%
aa.com	0.23%	.21	30.19

M

%

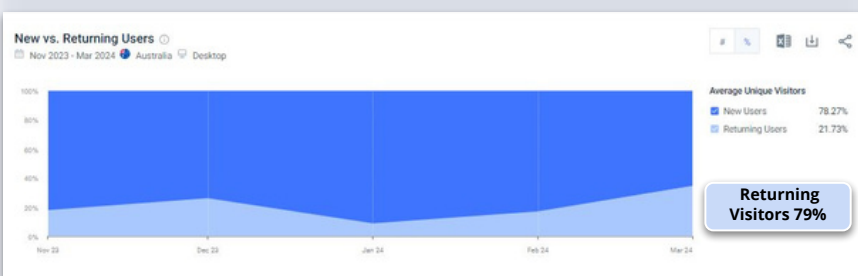
Turkish Airlines nhận được phản hồi tích cực từ thị trường Úc: Trang web ghi nhận mức tăng trưởng 191% về lượt truy cập và 79% về số lượng khách truy cập quay lại kể từ tháng 11 năm 2023, và sự tăng trưởng tự nhiên mạnh mẽ cho thấy sự kỳ vọng cao từ thị trường mục tiêu.



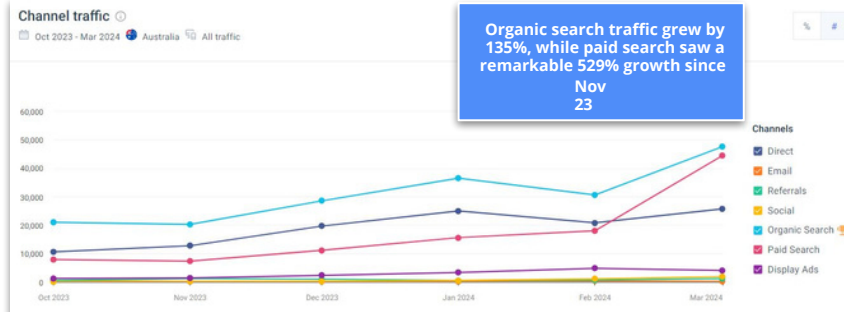
Turkish Airlines Engagement



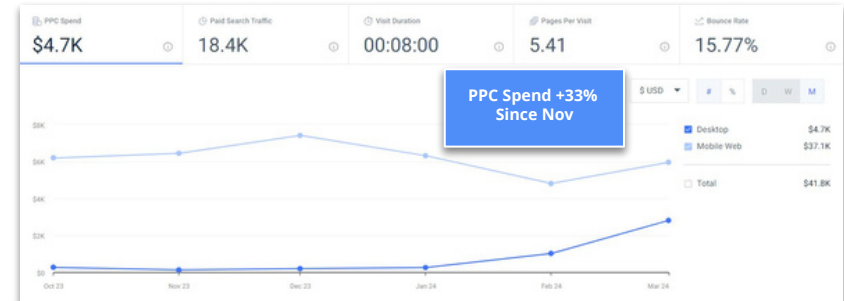
Turkish Airlines New vs Returning Users



Turkish Airlines Traffic acquisition by Marketing Channels



Turkish Airlines Paid Search Spend

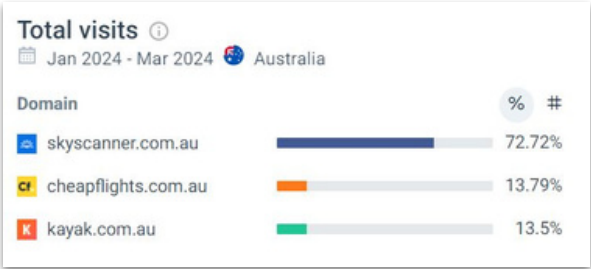


Booking.com dẫn đầu với 45% thị phần trong hạng mục OTA, trong khi Flight Centre và Webjet nhường chỗ cho Trip.com, Tripadeal và Intrepid; Trong hạng mục công cụ tìm kiếm so sánh giá, Skyscanner AU thống trị.

Tổng quan Thị trường Đại lý Du lịch
Trực tuyến - Úc | Quý 1 năm 2024

Website	Traffic Share	Q1 24 Visits	Change YoY
booking.com	45.15%	14.38M	3.17%
flightcentre.com.au	9.08%	2.89M	-10.16%
agoda.com	8.52%	2.71M	-3.32%
webjet.com.au	7.48%	2.38M	-5.93%
luxuryescapes.com	6.24%	1.99M	8.08%
expedia.com.au	6.20%	1.97M	-16.94%
wotif.com	5.67%	1.80M	-25.99%
trip.com	3.33%	1.06M	23.32%
tripadeal.com.au	3.01%	0.96M	165.56%
intrepidtravel.com	1.33%	0.42M	51.75%
edreams.com.au	0.81%	0.26M	73.76%
gotogate.com	0.73%	0.23M	24.99%
kiwi.com	0.69%	0.22M	23.87%
mytrip.com	0.48%	0.15M	-55.60%
travelonline.com	0.33%	0.10M	-28.21%

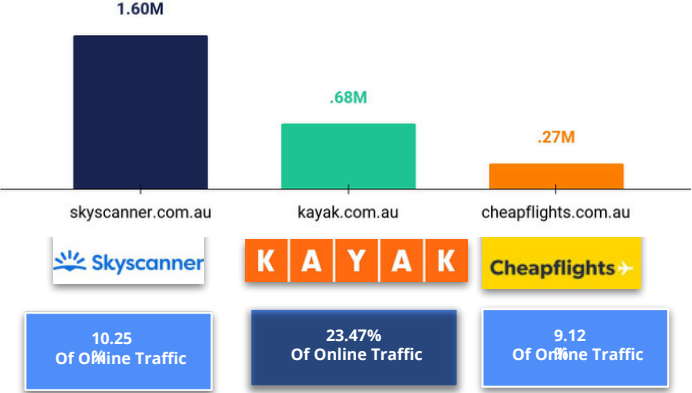
Tổng quan Thị trường Nền tảng Tìm kiếm
So sánh Giá - Úc | Quý 1 năm 2024



Skyscanner tự hào là nền tảng có khối lượng lưu lượng truy cập ra lớn nhất, cho thấy tầm với và ảnh hưởng rộng rãi của họ trong thị trường tìm kiếm so sánh giá. Tuy nhiên, Kayak thể hiện tỷ lệ chuyển đổi cao nhất cho lưu lượng truy cập giới thiệu → Air New Zealand đặc biệt hiệu quả trong việc thu hút lưu lượng truy cập từ Kayak, trong khi Jetstar xuất sắc trong việc thu hút lưu lượng truy cập từ Skyscanner.

Tổng quan Lưu lượng Truy cập Outbound của Nền tảng Tìm kiếm So sánh Giá tại Úc |
Quý 1 năm 2024

Outgoing Traffic from Metasearch



Kayak effectively converts a higher percentage of these users into actual website visitors, potentially translating into more bookings or engagements. Understanding these metrics provides valuable insights into the performance of metasearch platforms and their respective strengths in both driving traffic and converting it into actionable outcomes

Skyscanner		Cheapflights		KAYAK	
Outbound	Outgoing Traffic Share	Outbound	Outgoing Traffic Share	Outbound	Outgoing Traffic Share
jetstar.com	37.53%	airnewzealand.com.a	33.44%	airnewzealand.com.a	33.99%
qantas.com	13.19%	u	30.55%	u	25.84%
airasia.com	10.10%	jetstar.com	16.85%	latamairlines.com	13.36%
ryanair.com	8.53%	fijiairways.com	5.33%	jetstar.com	5.58%
emirates.com	5.26%	malaysiaairlines.com	3.10%	delta.com	5.12%
virginaustralia.com	5.08%	qatarairways.com	2.81%	malaysiaairlines.com	4.61%
qatarairways.com	4.29%	virginaustralia.com	2.24%	airchina.com.au	3.55%
airnewzealand.com.a	4.06%	qantas.com	1.55%	fijiairways.com	1.70%
u	2.98%	aircanada.com	1.27%	qantas.com	1.51%
vietnamairlines.com	2.55%	qatarairways.com	0.86%	virginaustralia.com	1.36%
thaiairways.com	2.23%	emirates.com	0.74%	qatarairways.com	0.81%
wizzair.com	1.70%	virginaustralia.com	0.56%	china-airlines.com	0.55%
cebupacificair.com	1.28%	malindoair.com	0.36%	koreanair.com	0.54%
lufthansa.com	0.67%	lufthansa.com	0.21%	wizzair.com	0.46%
malaysiaairlines.com	0.23%	cathaypacific.com	0.13%	aircanada.com	0.34%
swiss.com		vietnamairlines.com		emirates.com	

Nhu cầu Điểm đến Chung: Chuyến bay đến Bali, Nhật Bản và London là những điểm đến được tìm kiếm nhiều nhất, với khối lượng tìm kiếm trung bình hàng tháng cao hơn đáng kể so với các điểm đến khác. Đầu tư vào các nỗ lực tiếp thị nội dung nhằm mục tiêu vào các từ khóa tự nhiên có giá trị cao như "chuyến bay đến Hawaii", "Seoul", "Manila" và "Malaysia".

Cơ hội Thu hút Khách Hàng Từ Các Tìm Kiếm Điểm đến và Tuyến bay Phổ biến:

- Các hãng hàng không có thể tận dụng nhu cầu đặt chỗ cao bằng cách ưu tiên chiến lược SEO/SEM cho các tìm kiếm điểm đến và tuyến bay thu hút nhiều lượt tìm kiếm nhất.
- Cả các điểm du lịch trong khu vực và các tuyến đường du lịch toàn cầu đều là những phân khúc tiềm năng để nhắm mục tiêu thông qua các chiến lược tiếp thị tìm kiếm được tối ưu hóa.
- Chỉ cần hiện diện trong các tìm kiếm phổ biến này có thể giúp các hãng hàng không tăng doanh thu đáng kể.

AU - Travel & Tourism
Tìm kiếm Điểm đến Quốc tế cho Du lịch Hàng không | Quý 1 năm 2024

Search Terms	Avg. Monthly Search	Q1 24 Search Traffic	Organic	Paid
flights to london	9,490	27,406	rate 71.03%	rate
flights to japan	15,790	24,957	50.44%	28.97%
flights to bali	21,390	16,704	56.66%	49.56%
flight to mauritius	1,230	6,921	56.48%	43.34%
flights to vietnam	4,480	6,357	60.74%	43.52%
flights to thailand	6,690	5,193	51.74%	39.26%
flights to tokyo	3,720	5,065	66.51%	48.26%
flights to india	4,440	4,568	60.03%	33.49%
flights to new zealand	8,520	4,515	56.09%	39.97%
flights to fiji	4,430	4,188	33.01%	43.91%
flights to singapore	3,950	3,525	56.56%	66.99%
flights to athenes	1,160	3,299	36.94%	43.44%
flights to europe	1,770	3,240	55.22%	63.06%
flights to korea	1,480	2,560	61.27%	44.78%
flights to new york	2,810	2,231	40.46%	38.73%
flight to japan	3,200	3,058	69.33%	59.54%
flights to italy	1,600	2,740	43.93%	30.67%
flights to hawaii	2,740	1,877	78.90%	56.07%
flights to seoul	1,120	1,813	100.00%	21.10%
flights to malaysia	1,410	1,810	69.75%	0.00%
				30.25%

Dựa trên dữ liệu khối lượng tìm kiếm được cung cấp, việc tạo các trang đích chuyên dụng được tối ưu hóa cho các điểm đến cụ thể có thể là một chiến lược rất có giá trị.
Kế hoạch Landing page tiềm năng:

- Xây dựng danh sách 20-30 điểm đến hàng đầu dựa trên khối lượng tìm kiếm để ưu tiên mục tiêu trang đích.
- Thiết kế các trang dành riêng cho từng địa điểm với thông tin phong phú, đa phương tiện và lời kêu gọi hành động mạnh mẽ.
- Tối ưu hóa kỹ thuật cho các từ khóa điểm đến liên quan bằng cách sử dụng nội dung, cấu trúc URL, v.v.
- Tích hợp trải nghiệm trang đích tìm kiếm trả phí cho các điểm đến phù hợp với chiến lược trả phí.
- Đảm bảo tối ưu hóa cho thiết bị di động cho các trang điểm đến.