

Расчет декомпозиции

Как понять, куда в бизнесе приложить усилия

$$P * Q = G$$

Наша основная задача
понять:

Чтобы достичь точки **G**
и купить гелендваген

сколько раз (**Q**) нужно
продать

продукт с прибылью с
чека (**P**)



$$P * Q = G$$

Пример: 150 000 руб. * 5 раз = 750 000 руб.

Сначала P , затем Q

Сначала рассчитаем P – прибыль с чека! А затем Q .

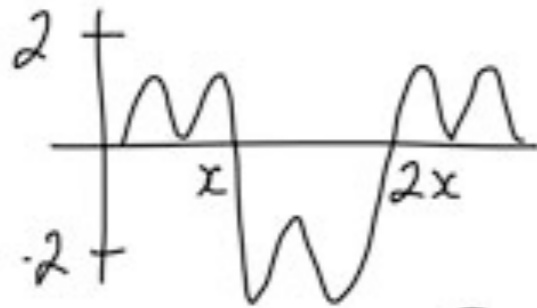
Для расчета P нам потребуются знать средний чек и расходы по чеку (кроме рекламы), а также детали затрат на рекламу: стоимость клика, конверсию клика в лиды и лида в покупки.

А Q рассчитать просто: поделим G на P .



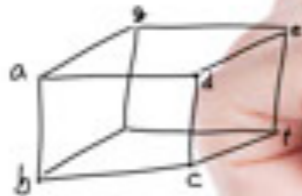
$$(a+b)^3 = (a-b)(a^2+2ab)$$

$$x+y-2 \leq 2$$



$$E = mc^2$$

$$\sum_{n=-m}^{\infty} x_n$$



$$E(\Delta) = E\left(\frac{np}{\sum x}\right)$$

$$\sin^3 x + \sin^2 x \cos x = ?$$

Призовем человека-математика

Еще раз: что нам
нужно?

Ответ: Зная G , рассчитать P и Q

Чтобы строить прогнозы НОВОЙ ТОЧКИ G

Нам нужно проанализировать уже существующий бизнес.

Для этого выбрать период и посмотреть в статистике следующие показатели:

- Вся выручка за период
- Количество продаж
- Количество лидов
- Количество кликов
- Расходы по чеку (можно разделить понесенные расходы за период на количество продаж)
- Сумма потраченных денег на рекламу

ЧТО МЫ ДОЛЖНЫ ЗНАТЬ ИЗНАЧАЛЬНО?

- Средний чек за период
= $\text{вся выручка} / \text{количество продаж}$
- Расходы по чеку (кроме рекламы)
Все расходы, которые мы несем с каждой продажи
- Конверсию лидов в покупки
= $\text{количество тех, кто купил на тех} / \text{количество тех, оставил заявку (лиды)}$
- Конверсию кликов в лиды
= $\text{количество тех, кто оставил заявку (лиды)} / \text{количество тех, кто зашел на наш лендинг (кликнул по объявлению)}$
- Стоимость клика
= $\text{сумма потраченных денег на рекламу} / \text{количество кликов (тех, кто зашел на лендинг)}$

Пример...

Что мы хотим	
G (Поставленная цель)	р.750 000
ГИПОТЕЗА 1: Продукт 1	
Фактические показатели (что нам известно)	
Средний чек	р.170 000
Расходы по чеку (кроме рекламы)	р.16 000
Лиды в покупки	1,30%
Кликов в лиды	15,00%
Стоимость клика	р.7,57

Что мы теперь можем рассчитать?

- Стоимость лида
= $\text{Стоимость клика} / \text{Конверсия кликов в лиды}$
- Стоимость клиента (Расход на рекламу с чека)
= $\text{Стоимость лида} / \text{Конверсию лидов в покупки}$
- Маржа с чека без учета рекламы
= $\text{Средний чек} - \text{Расходы по чеку (кроме рекламы)}$
- Р (Прибыль с чека)
= $\text{Маржа с чека без учета рекламы} - \text{Стоимость клиента}$

Пример...

Что мы хотим	
G (Поставленная цель)	р.750 000
ГИПОТЕЗА 1: Продукт 1	
Фактические показатели (что нам известно)	
Средний чек	р.170 000
Расходы по чеку (кроме рекламы)	р.16 000
Лиды в покупки	1,30%
Кликов в лиды	15,00%
Стоимость клика	р.7,57
Расчетные показатели (то, что рассчитывается автоматически)	
Стоимость лида	р.50
Стоимость клиента (Расход на рекламу с чека)	р.3 882
Маржа с чека без учета рекламы	р.154 000
P (Прибыль с чека)	р.150 118

И вот наши целевые показатели за 2 месяца

- Q (Количество продаж) = G / P
= G (целевая сумма) / P (прибыль с чека)
- Количество лидов
= Q (Количество продаж) / Конверсию лидов в покупки
- Количество кликов
= Конверсию лидов / Конверсию кликов в лиды
- Стоимость рекламы
= Q (Количество продаж) * Стоимость клиента

Пример...

Что мы хотим	
G (Поставленная цель)	р.750 000
ГИПОТЕЗА 1: Продукт 1	
Фактические показатели (что нам известно)	
Средний чек	р.170 000
Расходы по чеку (кроме рекламы)	р.16 000
Лиды в покупки	1,30%
Кликов в лиды	15,00%
Стоимость клика	р.7,57
Расчетные показатели (то, что рассчитывается автоматически)	
Стоимость лида	р.50
Стоимость клиента (Расход на рекламу с чека)	р.3 882
Маржа с чека без учета рекламы	р.154 000
R (Прибыль с чека)	р.150 118
Целевые показатели ВСЕГО	
Q (Количество продаж)	5
Лидов	384
Кликов	2562
Стоимость рекламы	р.19 395

А сколько нужно в неделю и в день?

- При желании разделим целевые показатели за 2 месяца на 8 (недель) и получим целевые показатели в неделю
- А если разделим еще на 7 (дней), то получим целевые показатели в день



Пример...

Что мы хотим	
G (Поставленная цель)	р.750 000
ГИПОТЕЗА 1: Продукт 1	
Фактические показатели (что нам известно)	
Средний чек	р.170 000
Расходы по чеку (кроме рекламы)	р.16 000
Лиды в покупки	1,30%
Кликов в лиды	15,00%
Стоимость клика	р.7,57
Расчетные показатели (то, что рассчитывается автоматически)	
Стоимость лида	р.50
Стоимость клиента (Расход на рекламу с чека)	р.3 882
Маржа с чека без учета рекламы	р.154 000
P (Прибыль с чека)	р.150 118
Целевые показатели ВСЕГО	
Q (Количество продаж)	5
Лидов	384
Кликов	2562
Стоимость рекламы	р.19 395
Целевые показатели В НЕДЕЛЮ	
Q (Количество продаж)	1
Лидов	48
Кликов	320
Стоимость рекламы	р.2 424
Целевые показатели В ДЕНЬ	
Q (Количество продаж)	0,1
Лидов	7
Кликов	46
Стоимость рекламы	р.346

Вывод: находим слабое звено

Теперь мы знаем: сколько лидов нам нужно в день для G и сколько для этого вложить в рекламу.

И если не укладываемся, то что-то поменять, рассчитать несколько гипотез, например:

- 1) Поднять средний чек
- 2) Поработать с конверсией лендинга
- 3) Поработать с конверсией в продажах
- 4) Протестировать новый канал трафика с меньшей стоимостью клика
- 5) Что-то еще...



Пример: две гипотезы

Что мы хотим			
G (Поставленная цель)	р.750 000	G (Поставленная цель)	р.750 000
ГИПОТЕЗА 1: Продукт 1		ГИПОТЕЗА 2: Продукт 2	
Фактические показатели (что нам известно)		Фактические показатели (что нам известно)	
Средний чек	р.170 000	Средний чек	р.50 000
Расходы по чеку (кроме рекламы)	р.16 000	Расходы по чеку (кроме рекламы)	р.6 000
Лиды в покупки	1,30%	Лиды в покупки	1,60%
Кликов в лиды	15,00%	Кликов в лиды	17,00%
Стоимость клика	р.7,57	Стоимость клика	р.7,57
Расчетные показатели (то, что рассчитывается автоматически)		Расчетные показатели (то, что рассчитывается автоматически)	
Стоимость лида	р.50	Стоимость лида	р.45
Стоимость клиента (Расход на рекламу с чека)	р.3 882	Стоимость клиента (Расход на рекламу с чек	р.2 783
Маржа с чека без учета рекламы	р.154 000	Маржа с чека без учета рекламы	р.44 000
R (Прибыль с чека)	р.150 118	R (Прибыль с чека)	р.41 217
Целевые показатели ВСЕГО		Целевые показатели ВСЕГО	
Q (Количество продаж)	5	Q (Количество продаж)	18
Лидов	384	Лидов	1 137
Кликов	2562	Кликов	6690
Стоимость рекламы	р.19 395	Стоимость рекламы	р.50 642
Целевые показатели В НЕДЕЛЮ		Целевые показатели В НЕДЕЛЮ	
Q (Количество продаж)	1	Q (Количество продаж)	2
Лидов	48	Лидов	142
Кликов	320	Кликов	836
Стоимость рекламы	р.2 424	Стоимость рекламы	р.6 330
Целевые показатели В ДЕНЬ		Целевые показатели В ДЕНЬ	
Q (Количество продаж)	0,1	Q (Количество продаж)	0,3
Лидов	7	Лидов	20
Кликов	46	Кликов	119
Стоимость рекламы	р.346	Стоимость рекламы	р.904

ЕСТЬ НЬЮАНС:

У вас же несколько источников трафика?

Тогда каждый источник трафика – это отдельная гипотеза, со своими показателями.

Если у вас реклама с оплатой не за клики, а за показы, то вам потребуется слегка поменять таблицу.

Игорь Долгов

запуск системы дистанционного обучения сотрудников и клиентов с нуля за неделю



igor@khasang.io

vk.com/gressus

+7 (968) 730-15-50

для бизнес-молодости

⌘ Khasang