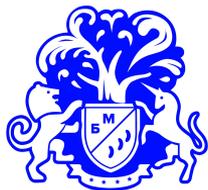


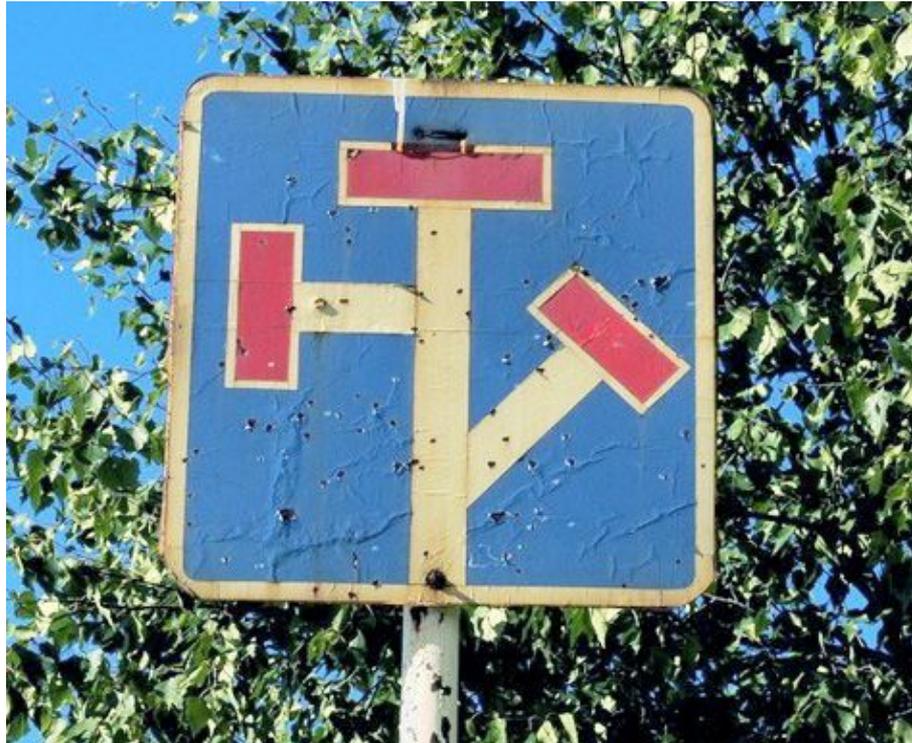
Расчет декомпозиции И ТОЧНЫЕ ДЕЙСТВИЯ



Для Бизнес Молодости

Игорь Долгов,
igor@khasang.io
+7 (968) 730-1550

Как заранее увидеть тупиковые гипотезы и не слить бюджет?





Точка Б

Точка А

Всего два варианта

Начинаете с нуля! $A = 0$



Уже есть первые продажи



Начинаете с нуля?

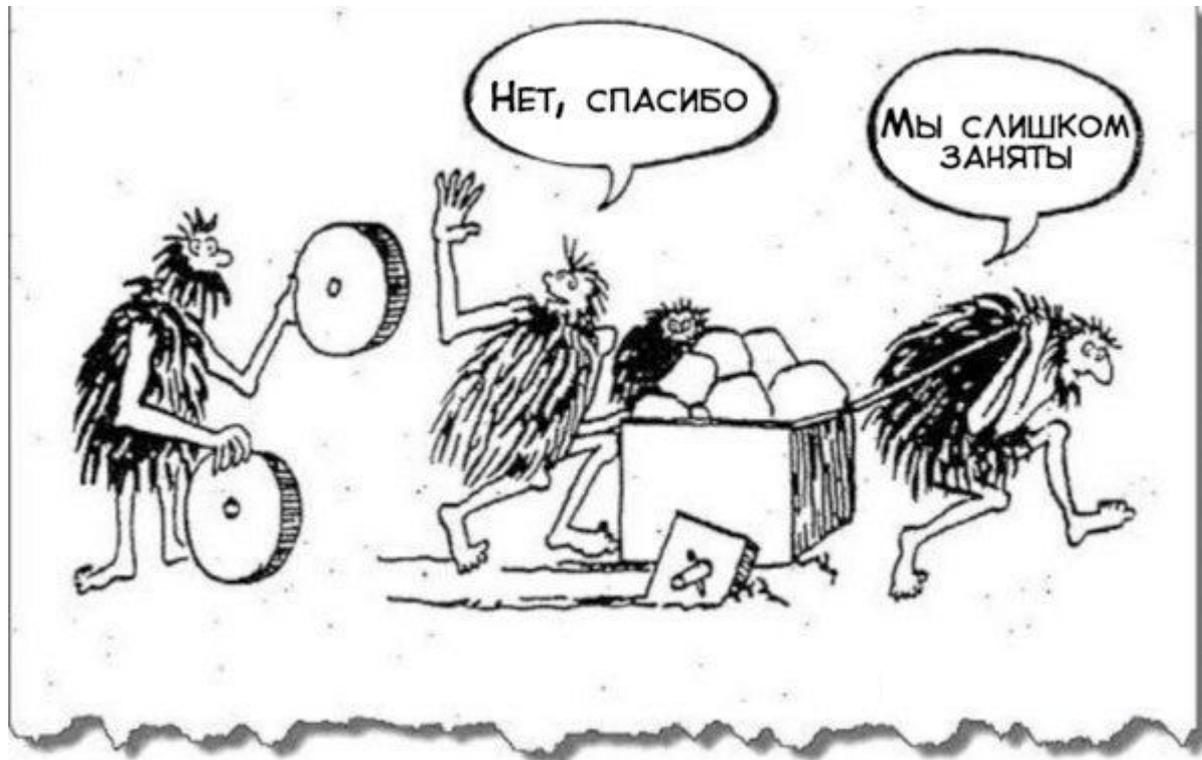
Сделайте первые продажи!

У вас еще нет статистики, чтобы сделать полноценную декомпозицию

Уже есть продажи?

1. Соберите статистику!
2. Постройте декомпозицию
3. Проверьте ее на адекватность

Нет времени на расчет декомпозиции?



Успех в ТОЧНОМ действии

Более 50% гипотез отваливаются, после
детального расчета декомпозиции



Продажа через личные встречи

Просчитали декомпозицию на новую точку Б поняли, что получить за 2 месяца 761 лида, то есть 14 лидов в день привычным образом нереально.

Результат: Павел пересчитал декомпозицию и от единичных продаж перешел на продажи курсов под ключ компаниям.



Павел Лебедев

Маркетинг киты, Он-лайн курсы веб дизайна
640 000 -> 1 900 000

Декомпозиция Павла Лебедева

Продажа через личные встречи

Павел Лебедев																	
Маркетинг киты, Он-лайн курсы веб дизайна																	
А640 -> Б1900 с 31.10.16 к 31.12.16																	
ДЕКОМПОЗИЦИЯ (ПЛАН)																	
		Р	Q	G	Средний чек	Расходы по чеку (кроме рекламы)		1. Запрос получен	2. Квалификация пройдена	3. Дозвонился	4. Отправлено КП	5. Назначена встреча	6. Встреча состоялась	7. Дата предоплаты назначена	8. Предоплата получена	9. Проект завершен	Стоимость рекламы
Гипотеза 1	Продукт 1	р.71 450	27	р.1 900 000	р.112 000	р.33 600	ЗА 2 МЕСЯЦА	761	346	250	234	186	160	69	27	27	р.184 809
							ЗА НЕДЕЛЮ	95	43	31	29	23	20	9	3	3	р.23 101
							В ДЕНЬ	14	6	4	4	3	3	1	0	0	р.3 300
Гипотеза 2 (повысили чек)	Продукт 1	р.105 050	18	р.1 900 000	р.160 000	р.48 000	ЗА 2 МЕСЯЦА	517	235	170	159	127	109	47	18	18	р.125 698
							ЗА НЕДЕЛЮ	65	29	21	20	16	14	6	2	2	р.15 712
							В ДЕНЬ	9	4	3	3	2	2	1	0	0	р.2 245



Константин
Густодым

кедровые-орехи-с-алтая.рф

100 000 -> 400 000

Продажа через звонки

Просчитали декомпозицию на новую точку Б и поняли, что, сделав наценку в 2,5%, можно сократить количество продаж с 49 до 14.

Результат: Константин отказался от неработающих гипотез, прописал новые.

Декомпозиция Константина Густодыма

Продажа через звонки

Константин Густодым														
Кедровые орехи с Алтая														
кедровые-орехи-с-алтая.рф														
А100 -> Б400 с 11.11.16 к 11.01.17														
ДЕКОМПОЗИЦИЯ (ПЛАН)														
		P	Q	G	Средний чек	Расходы по чеку (кроме рекламы)		1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты	4. Количество дозвонов	5. Подтвердили заказ	6. Оплата, сделка	Стоимость рекламы
Гипотеза 1	Продукт 1	р.8 241	49	р.400 000	р.800 000	р.790 000	ЗА 2 МЕСЯЦА	3872048	9223	971	922	194	49	р.85 402
							ЗА НЕДЕЛЮ	484006	1153	121	115	24	6	р.10 675
							В ДЕНЬ	69144	165	17	16	3	0,9	р.1 525
Гипотеза 2 (повысили чек)	Продукт 1	р.28 241	14	р.400 000	р.820 000	р.790 000	ЗА 2 МЕСЯЦА	1129863	2691	283	269	57	14	р.24 920
							ЗА НЕДЕЛЮ	141233	336	35	34	7	2	р.3 115
							В ДЕНЬ	20176	48	5	5	1	0,3	р.445



Александра
Туцкая

ивент агенство

500 000 -> 3 000 000

Посчитали декомпозицию на новую точку Б и поняли, что по холодным звонкам встреча с клиентом потенциально стоит 750 000, что неприемлемо.

Результат: Александра нашла точку приложения усилия, сфокусировалась на отделе продаж.

“Открылись глаза. Нужно предпринимать срочные действия. Акценты сменились: акцент на холодных звонках”

Декомпозиция Александра Туцкая

Продажа через холодные звонки

4. Сбор статистики. Сколько касаний на каждом этапе из статистики?								
ЭТАПЫ КАСАНИЙ								
	1. Звонок по холодной базе	2. Дозвонились до ЛПР	2. Заинтересовался, оставил емейл, отправлена презентация с кейсами. Предложение встречи	3. Встреча. Презентуем себя и предлагаем пригласить нас в тендер по следующему мероприятию	4. Пригласили в тендер	5. Выиграли тендер	6. Получили предоплату	7. Постоплата
Количество касаний за месяц	??	29	2	0	0	0	0	



Евгений
Андреев

ионизаторы воды

0 -> 250 000

Начали считать декомпозицию и поняли, что нужно срочно поменять приоритеты задач.

Результат: Евгений сфокусировался на запуске трафика до официального старта (как можно раньше).

“План был, но не структурированный, теряли время, не знали четких задач, могли потерять время при открытии из-за нечетких приоритетов”

Не теряйте время и бюджет

Как можно раньше найдите консультанта/тренера



или просчитайте декомпозицию самостоятельно

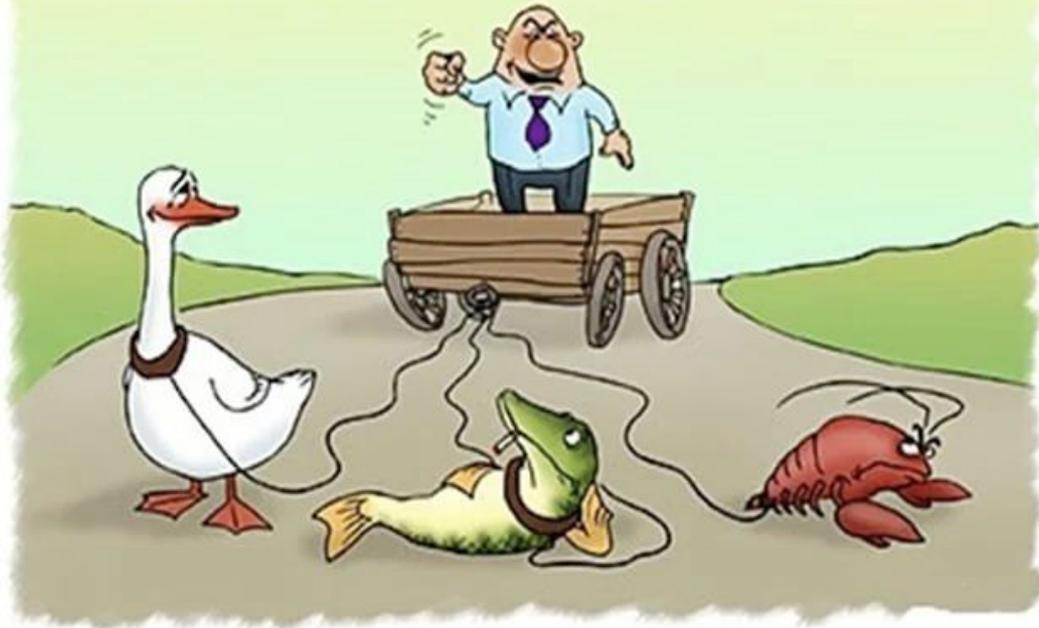
Для тех, кто пробует считать самостоятельно



Чтобы достичь точку Б нужен план

Некоторые ставят план так

-НУЖНО ПРОСТО НАПРЯЧЬСЯ, И ВСЁ ПОЛУЧИТСЯ!



План не должен быть сложным



План должен быть простым

$$P * Q = G$$

Чтобы достичь точки **G** и купить гелендваген, определите

сколько раз (**Q**) нужно продать продукт с прибылью с чека (**P**)



ХОТИМ G = 750 000 руб

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

$$P * Q = G$$

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

1. Ставим G

Цель на 2 месяца

2. Рассчитываем P

Прибыль с каждой продажи

3. Затем $Q = G / P$

Количество продаж

Р

равен

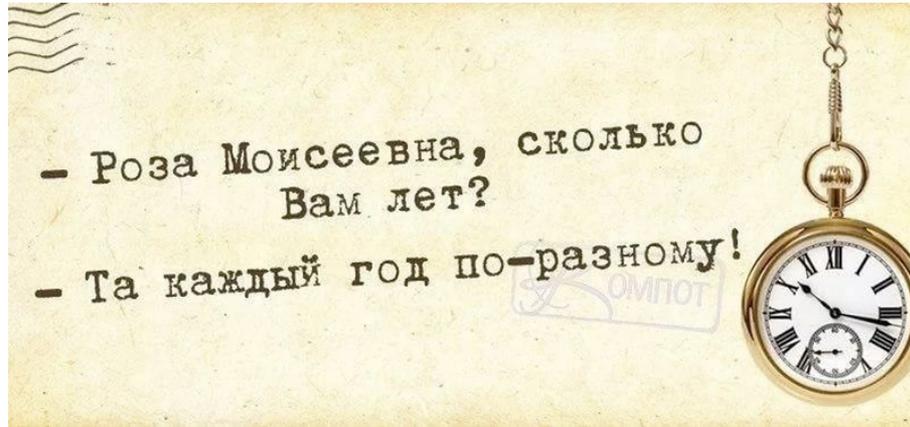
Средний чек

минус

Расходы по чеку (кроме рекламы)

минус

Стоимость привлечения клиента



- А какой у тебя средний чек?

- Ну, оно по разному,

иногда дороже продаем, иногда дешевле, да и еще и скидки бывают

Средний чек

равен

Сумма выручки за период

разделить на

Количество продаж за период

Задание

Определите

1. G
2. Средний чек
3. Расходы по чеку (кроме рекламы)

Вы уже знаете

G	Средний чек	Расходы по чеку (кроме рекламы)
р.750 000	р.16 000	р.4 000

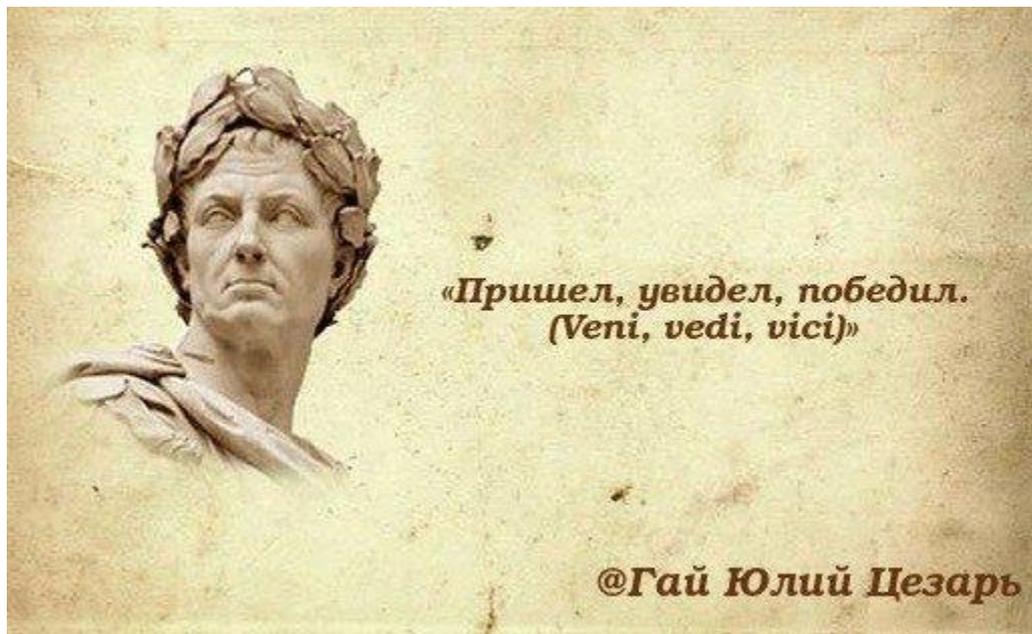
Осталось узнать

Стоимость привлечения клиента

Привлекли клиента

**Это значит, он с вами прошел какие-то
этапы от знакомства до серьезных
отношений**

1. Увидел, 2. Пришел, 3. Оплатил



Разные бизнесы –
разные этапы!

Пример: онлайн-бизнес

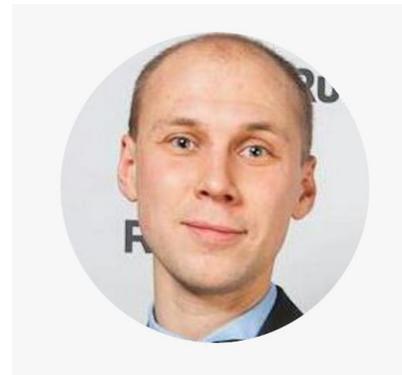
1. Клиент увидел объявление где-то
2. Кликнул и перешел на лендинг
3. Оставил контакты на лендинге
4. Оплатил



ЭТАПЫ КАСАНИЙ			
1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)	4. Количество оплат

Пример: продажа через встречи

1. Запрос от клиента получен
2. Квалификация пройдена
3. Дозвонились до клиента
4. Отправлено КП клиенту
5. Назначена встреча
6. Встреча состоялась
7. Дата предоплаты назначена
8. Предоплата получена
9. Проект завершен



ЭТАПЫ КАСАНИЙ

ЭТАПЫ КАСАНИЙ								
1. Запрос получен	2. Квалификация пройдена	3. Дозвонился	4. Отправлено КП	5. Назначена встреча	6. Встреча состоялась	7. Дата предоплаты назначена	8. Предоплата получена	9. Проект завершен

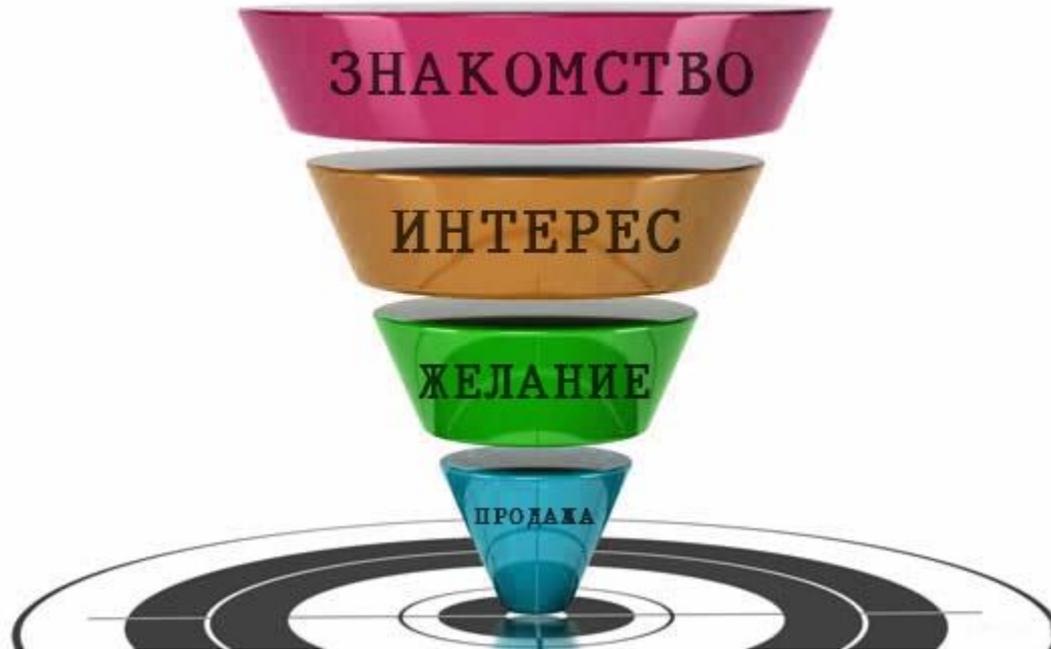
Пример: продажа через звонки и сайт

1. Клиент увидел объявление РСЯ
2. Кликнул по объявлению
3. Оставил контакты
4. Мы дозвонились до него
5. Подтвердили заказ
6. Оплата, сделка



ЭТАПЫ КАСАНИЙ					
1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты	4. Количество дозвонов	5. Подтвердили заказ	6. Оплата, сделка

Это и есть “Воронка продаж”



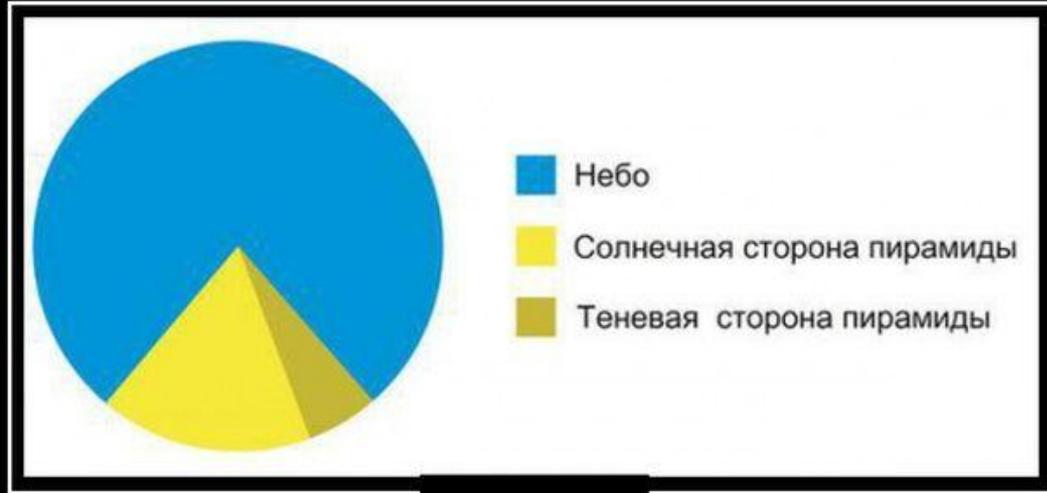
Задание

**Перечислите этапы
в своем бизнесе**

Этапы касаний в моем бизнесе

1. ...
2. ...
3. ...
4. ...
5. ...
6. ...

Соберем немного статистики



Немного статистики

Выберите период

**и определите сколько на каждом этапе
у вас было заинтересовавшихся**

Онлайн-бизнес

ЭТАПЫ КАСАНИЙ			
1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)	4. Количество оплат
386264	566	110	1,7

Примеры

Продажа через встречи

ЭТАПЫ КАСАНИЙ								
1. Запрос получен	2. Квалификация пройдена	3. Дозвонился	4. Отправлено КП	5. Назначена встреча	6. Встреча состоялась	7. Дата предоплаты назначена	8. Предоплата получена	9. Проект завершен
143	65	47	44	35	30	13	5	5

Продажа через звонки и сайт

ЭТАПЫ КАСАНИЙ					
1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты	4. Количество дозвонившихся	5. Подтвердили заказ	6. Оплата, сделка
79770	190	20	19	4	1

Задание

Выберите период
и определите сколько на
каждом этапе у вас было
людей

**Теперь вы можете
посчитать конверсию
какой процент людей
переходит от одного этапа к другому**

Пример

ЭТАПЫ КАСАНИЙ			
1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)	4. Количество оплат
386264	566	110	1,7



$$\frac{566}{386264} * 100\% = 0,15\%$$

$$\frac{110}{566} * 100\% = 19\%$$

$$\frac{1,7}{110} * 100\% = 1,5\%$$

Конверсия показов в клики
= клики / показы

Конверсия кликов в лиды
= лиды / клики

Конверсия лидов в оплаты
= оплаты / лиды

Конверсия этапа 1 к этапу 2
= количество людей на этапе 2
/ количество людей на этапе 1

	ЭТАПЫ КАСАНИЙ			
	1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)	4. Количество оплат
Количество касаний	386264	566	110	1,7
Конверсия		0,15%	19%	1,5%



$$\frac{566}{386264} * 100\% = \mathbf{0,15\%}$$

$$\frac{110}{566} * 100\% = \mathbf{19\%}$$

$$\frac{1,7}{110} * 100\% = \mathbf{1,5\%}$$

Задание

Определите конверсию

Чтобы рассчитать СТОИМОСТЬ КЛИЕНТА

**нужно знать стоимость контакта на
начальном этапе**

Например

стоимость показа объявления

или

стоимость клика по объявлению

Задание

Определите

стоимость показа объявления

или

стоимость клика по объявлению

Пример

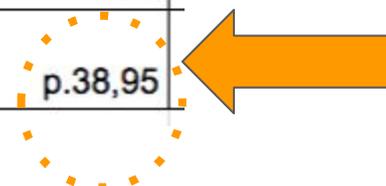
	1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов
Количество касаний	386264	566
Конверсия		0,15%
Траты на каждого клиента по этапам		р.7,57



СТОИМОСТЬ КЛИКА

Рассчитаем стоимость контакта на следующем этапе

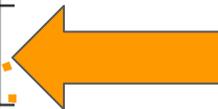
	1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)
Количество касаний	386264	566	110
Конверсия		0,15%	19%
Траты на каждого клиента по этапам		р.7,57	р.38,95



Стоимость лида

38,95 руб = 7,57 руб / 0,19

	1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)
Количество касаний	386264	566	110
Конверсия		0,15%	19%
Траты на каждого клиента по этапам		р.7,57	р.38,95



Стоимость лида = Стоимость клика / Конверсия кликов в лиды

Заполняем оставшееся

Стоимость клиента = Стоимость лида / Конверсию лидов в покупки

	1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)	4. Количество оплат
Количество касаний	386264	566	110	1,7
Конверсия		0,15%	19%	1,5%
Траты на каждого клиента по этапам		р.7,57	р.38,95	р.2 520,36



и вот она СТОИМОСТЬ КЛИЕНТА

Задание

Определите

траты на каждого клиента по этапам
и найдите **стоимость клиента**

А теперь мы хотим
определить P и Q

Р

равен

Средний чек

минус

Расходы по чеку (кроме рекламы)

минус

Стоимость привлечения клиента

Сведем воедино

					ЭТАПЫ КАСАНИЙ			
					1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)	4. Количество оплат
Количество касаний					386264	566	110	1,7
Конверсия						0,15%	19%	1,5%
Траты на каждого клиента по этапам						р.7,57	р.38,95	р.2 520,36

ДЕКОМПОЗИЦИЯ (ПЛАН)						
		P	Q	G	Средний чек	Расходы по чеку (кроме рекламы)
Гипотеза 1	Продукт 1	р.9 480		р.750 000	р.16 000	р.4 000

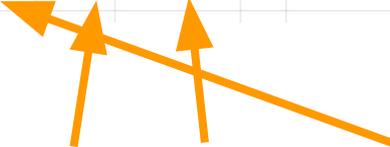
$P = \text{Средний чек} - \text{Расходы по чеку (кроме рекламы)} - \text{Стоимость привлечения клиента}$

Количество продаж
определяется просто

$$Q = G / P$$

Сведем воедино

						ЭТАПЫ КАСАНИЙ						
						1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)	4. Количество оплат			
						Количество касаний	386264	566	110	1,7		
						Конверсия		0,15%	19%	1,5%		
						Траты на каждого клиента по этапам		р.7,57	р.38,95	р.2 520,36		
ДЕКОМПОЗИЦИЯ (ПЛАН)												
		P	Q	G	Средний чек	Расходы по чеку (кроме рекламы)						
Гипотеза 1	Продукт 1	р.9 480	79	р.750 000	р.16 000	р.4 000						



Q (количество продаж) = G (цель) / P (прибыль с чека)

Задание

Определите
P и Q

Что нам нужно
сделать, чтобы этого
достичь?

Рассчитаем плановые показатели

						ЭТАПЫ КАСАНИЙ						
						1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)	4. Количество оплат			
						Количество касаний	386264	566	110	1,7		
						Конверсия		0,15%	19%	1,5%		
						Траты на каждого клиента по этапам		р.7,57	р.38,95	р.2 520,36		
ДЕКОМПОЗИЦИЯ (ПЛАН)												
		P	Q	G	Средний чек	Расходы по чеку (кроме рекламы)	1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)	4. Количество оплат	Стоимость рекламы	
Гипотеза 1	Продукт 1	р.9 480	79	р.750 000	р.16 000	р.4 000	ЗА 2 МЕСЯЦА	17976492	26341	5119	79	р.199 404

Хотим узнать, сколько должно быть касаний на каждом этапе для этой гипотезы

Количество показов

						ЭТАПЫ КАСАНИЙ						
						1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)	4. Количество оплат			
						Количество касаний	386264	566	110	1,7		
						Конверсия		0,15%	19%	1,5%		
						Траты на каждого клиента по этапам		р. 7	р.38,95	р.2 520,36		
ДЕКОМПОЗИЦИЯ (ПЛАН)												
		P	Q	G	Средний чек	Расходы по чеку (кроме рекламы)	1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)	4. Количество оплат	Стоимость рекламы	
Гипотеза 1	Продукт 1	р.9 480	79	р.750 000	р.16 000	р.4 000	ЗА 2 МЕСЯЦА	17976492	26341	5119	79	р.199 404

Количество показов = Количество кликов / Конверсию показов в клики

Аналогично рассчитываем другие плановые показатели

	1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)	4. Количество оплат	Стоимость рекламы
ЗА 2 МЕСЯЦА	17976492	26341	5119	79	р.199 404

Количество показов = Количество кликов / Конверсию показов в клики

Количество кликов = Количество лидов / Конверсию кликов в лиды

Количество лидов = Количество оплат / Конверсию лидов в оплаты

Количество оплат = Q

Стоимость рекламы = Q * Стоимость клиента

Задание

**Определите
плановые показатели**

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



За 2 месяца, за неделю, в день

							ЭТАПЫ КАСАНИЙ						
							1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)	4. Количество оплат			
							Количество касаний	386264	566	110	1,7		
							Конверсия		0,15%	19%	1,5%		
							Траты на каждого клиента по этапам		р.7,57	р.38,95	р.2 520,36		
ДЕКОМПОЗИЦИЯ (ПЛАН)													
		P	Q	G	Средний чек	Расходы по чеку (кроме рекламы)	1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)	4. Количество оплат	Стоимость рекламы		
Гипотеза 1	Продукт 1	р.9 480	79	р.750 000	р.16 000	р.4 000	ЗА 2 МЕСЯЦА	17976492	26341	5119	79	р.199 404	
							ЗА НЕДЕЛЮ	2247062	3293	640	10	р.24 925	
							В ДЕНЬ	321009	470	91	1,4	р.3 561	

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 продажи
- 4) Протестировать новый канал трафика с меньшей стоимостью клика
- 5) Что-то еще...



Несколько гипотез

							ЭТАПЫ КАСАНИЙ						
							1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)	4. Количество оплат			
							Количество касаний	386264	566	110	1,7		
							Конверсия		0,15%	19%	1,5%		
							Траты на каждого клиента по этапам		р.7,57	р.38,95	р.2 520,36		
ДЕКОМПОЗИЦИЯ (ПЛАН)													
		P	Q	G	Средний чек	Расходы по чеку (кроме рекламы)	1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)	4. Количество оплат	Стоимость рекламы		
Гипотеза 1	Продукт 1	р.9 480	79	р.750 000	р.16 000	р.4 000	ЗА 2 МЕСЯЦА	17976492	26341	5119	79	р.199 404	
							ЗА НЕДЕЛЮ	2247062	3293	640	10	р.24 925	
							В ДЕНЬ	321009	470	91	1,4	р.3 561	
Гипотеза 2 (ниже чек по другому продукту)	Продукт 2	р.5 480	137	р.750 000	р.8 000	р.0	ЗА 2 МЕСЯЦА	31098892	45570	8856	137	р.344 963	
							ЗА НЕДЕЛЮ	3887362	5696	1107	17	р.43 120	
							В ДЕНЬ	555337	814	158	2,4	р.6 160	

У вас несколько
источников трафика?



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

Более того, у каждого источника трафика
может быть своя последовательность этапов

Задание

Постройте
несколько гипотез

Пример результата

ДЕКОМПОЗИЦИЯ (ПЛАН)													
		P	Q	G	Средний чек	Расходы по чеку (кроме рекламы)			1. Увидел объявления РСЯ	2. Кликов	3. Оставил контакты (лиды)	4. Количество оплат	Стоимость рекламы
Гипотеза 1	Продукт 1	р.9 480	79	р.750 000	р.16 000	р.4 000		ЗА 2 МЕСЯЦА	17976492	26341	5119	79	р.199 404
								ЗА НЕДЕЛЮ	2247062	3293	640	10	р.24 925
								В ДЕНЬ	321009	470	91	1,4	р.3 561
Гипотеза 2 (ниже чек по другому продукту)	Продукт 2	р.5 480	137	р.750 000	р.8 000	р.0		ЗА 2 МЕСЯЦА	31098892	45570	8856	137	р.344 963
								ЗА НЕДЕЛЮ	3887362	5696	1107	17	р.43 120
								В ДЕНЬ	555337	814	158	2,4	р.6 160

Хотите снизить потери в 10 раз?

За 1 день рассчитаем декомпозицию
и определим слабые места.

Оплата за консультацию 10% от сэкономленного бюджета



Игорь Долгов,
igor@khasang.io
vk.com/igor.gressus
+7 (968) 730-1550