

ФРЦЦ



Вне зоны комфорта
или
как найти потенциал роста бизнеса

Москва, 2015

КАК ВЫГЛЯДИТ ЛЮБОЙ БИЗНЕС?

Потенциальные
клиенты: **10 000**



Наши деньги:
110 000

ЧТО ВНУТРИ «ЧЕРНОЙ КОРОБОЧКИ»

посетители	10 000
цена привлечения	10
конверсия в регистрацию	10%
пользователи	1 000
конверсия в покупателя	7%
покупателей	70
средний чек	2 500
повторные покупки	20%
маржа	110 000

КАК ПРЕВРАТИТЬ 100 ТЫС. В 1 МЛН.?



УЛУЧШИМ ЛЮБОЙ ПАРАМЕТР В 2 РАЗА

посетители	10 000
цена привлечения	10
конверсия в регистрацию	10%
пользователи	1 000
конверсия в покупателя	7%
покупателей	70
средний чек	2 500
повторные покупки	20%
маржа	110 000

УЛУЧШИМ ЛЮБОЙ ПАРАМЕТР В 2 РАЗА

посетители	10 000	20 000
цена привлечения	10	10
конверсия в регистрацию	10%	10%
пользователи	1 000	2 000
конверсия в покупателя	7%	7%
покупателей	70	140
средний чек	2 500	2 500
повторные покупки	20%	20%
маржа	110 000	220 000

УЛУЧШИМ ЛЮБОЙ ПАРАМЕТР В 2 РАЗА

посетители	10 000	20 000	10 000
цена привлечения	10	10	5
конверсия в регистрацию	10%	10%	10%
пользователи	1 000	2 000	1 000
конверсия в покупателя	7%	7%	7%
покупателей	70	140	70
средний чек	2 500	2 500	2 500
повторные покупки	20%	20%	20%
маржа	110 000	220 000	160 000

УЛУЧШИМ ЛЮБОЙ ПАРАМЕТР В 2 РАЗА

посетители	10 000	20 000	10 000	10 000
цена привлечения	10	10	5	10
конверсия в регистрацию	10%	10%	10%	20%
пользователи	1 000	2 000	1 000	2 000
конверсия в покупателя	7%	7%	7%	7%
покупателей	70	140	70	140
средний чек	2 500	2 500	2 500	2 500
повторные покупки	20%	20%	20%	20%
маржа	110 000	220 000	160 000	320 000

УЛУЧШИМ ЛЮБОЙ ПАРАМЕТР В 2 РАЗА

посетители	10 000	20 000	10 000	10 000	10 000
цена привлечения	10	10	5	10	10
конверсия в регистрацию	10%	10%	10%	20%	10%
пользователи	1 000	2 000	1 000	2 000	1 000
конверсия в покупателя	7%	7%	7%	7%	14%
покупателей	70	140	70	140	140
средний чек	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500
повторные покупки	20%	20%	20%	20%	20%
маржа	110 000	220 000	160 000	320 000	320 000

УЛУЧШИМ ЛЮБОЙ ПАРАМЕТР В 2 РАЗА

посетители	10 000	20 000	10 000	10 000	10 000	10 000
цена привлечения	10	10	5	10	10	10
конверсия в регистрацию	10%	10%	10%	20%	10%	10%
пользователи	1 000	2 000	1 000	2 000	1 000	1 000
конверсия в покупателя	7%	7%	7%	7%	14%	7%
покупателей	70	140	70	140	140	70
средний чек	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	5 000
повторные покупки	20%	20%	20%	20%	20%	20%
маржа	110 000	220 000	160 000	320 000	320 000	320 000

УЛУЧШИМ ЛЮБОЙ ПАРАМЕТР В 2 РАЗА

посетители	10 000	20 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
цена привлечения	10	10	5	10	10	10	10
конверсия в регистрацию	10%	10%	10%	20%	10%	10%	10%
пользователи	1 000	2 000	1 000	2 000	1 000	1 000	1 000
конверсия в покупателя	7%	7%	7%	7%	14%	7%	7%
покупателей	70	140	70	140	140	70	70
средний чек	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	5 000	2 500
повторные покупки	20%	20%	20%	20%	20%	20%	40%
маржа	110 000	220 000	160 000	320 000	320 000	320 000	145 000

САМЫЙ БОЛЬШОЙ ЭФФЕКТ...

посетители	10 000	20 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
цена привлечения	10	10	5	10	10	10	10
конверсия в регистрацию	10%	10%	10%	20%	10%	10%	10%
пользователи	1 000	2 000	1 000	2 000	1 000	1 000	1 000
конверсия в покупателя	7%	7%	7%	7%	14%	7%	7%
покупателей	70	140	70	140	140	70	70
средний чек	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	5 000	2 500
повторные покупки	20%	20%	20%	20%	20%	20%	40%
маржа	110 000	220 000	160 000	320 000	320 000	320 000	145 000

ПРОБЛЕМА: ДЛЯ КАЖДОГО СЛУЧАЯ – СВОЙ НАБОР



ЧТО ДЕЛАЕМ ДАЛЬШЕ?

В 2 РАЗА? В 1,5 – ТОЧНО СМОЖЕМ!

посетители	10 000	15 000
цена привлечения	10	10
конверсия в регистрацию	10%	15%
пользователи	1 000	2 250
конверсия в покупателя	7%	11%
покупателей	70	247
средний чек	2 500	3 750
повторные покупки	20%	20%
маржа	110 000	961 500

УСИЛИЯ, ЭФФЕКТ, ВРЕМЯ...



В КАКОМ ПОРЯДКЕ УЛУЧШАЕМ?

посетители	10 000	15 000
цена привлечения	10	10
конверсия в регистрацию	10%	15%
пользователи	1 000	2 250
конверсия в покупателя	7%	11%
покупателей	70	247
средний чек	2 500	3 750
повторные покупки	20%	20%
маржа	110 000	961 500

В КАКОМ ПОРЯДКЕ УЛУЧШАЕМ?

посетители	10 000	15 000
цена привлечения	10	10
конверсия в регистрацию	10%	15%
пользователи	1 000	2 250
конверсия в покупателя	7%	11%
покупателей	70	247
средний чек	2 500	3 750
повторные покупки	20%	20%
маржа	110 000	961 500

№1

В КАКОМ ПОРЯДКЕ УЛУЧШАЕМ?

посетители	10 000	15 000
цена привлечения	10	10
конверсия в регистрацию	10%	15%
пользователи	1 000	2 250
конверсия в покупателя	7%	11%
покупателей	70	247
средний чек	2 500	3 750
повторные покупки	20%	20%
маржа	110 000	961 500

№2

№1

В КАКОМ ПОРЯДКЕ УЛУЧШАЕМ?

посетители	10 000	15 000	
цена привлечения	10	10	
конверсия в регистрацию	10%	15%	<i>№2</i>
пользователи	1 000	2 250	
конверсия в покупателя	7%	11%	<i>№3</i>
покупателей	70	247	
средний чек	2 500	3 750	<i>№1</i>
повторные покупки	20%	20%	
маржа	110 000	961 500	

В КАКОМ ПОРЯДКЕ УЛУЧШАЕМ?

посетители	10 000	15 000	<i>№4</i>
цена привлечения	10	10	
конверсия в регистрацию	10%	15%	<i>№2</i>
пользователи	1 000	2 250	
конверсия в покупателя	7%	11%	<i>№3</i>
покупателей	70	247	
средний чек	2 500	3 750	<i>№1</i>
повторные покупки	20%	20%	
маржа	110 000	961 500	

КАКАЯ ЭКСПЕРТИЗА НАМ НУЖНА?

средний чек

- сегментация покупателей и новые тарифы
- новый продукт
- привлечение более платежеспособной аудитории
- ...

конверсия в регистрацию

- лучшее донесение ценности для пользователя
- улучшение welcome- сценария
- ...

конверсия в покупателей

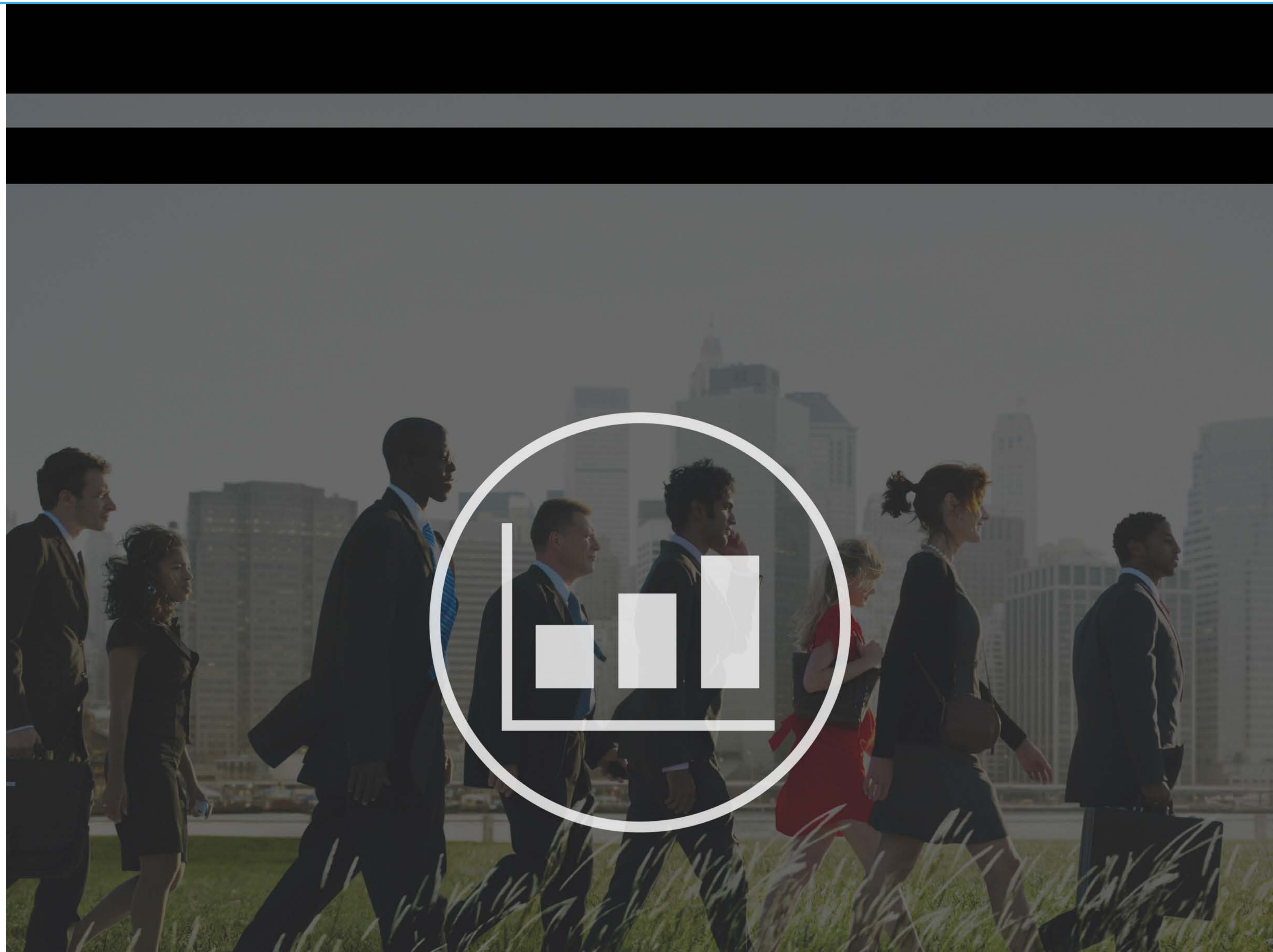
- улучшение welcome-сценария
- триггерные рассылки
- ...

новые посетители

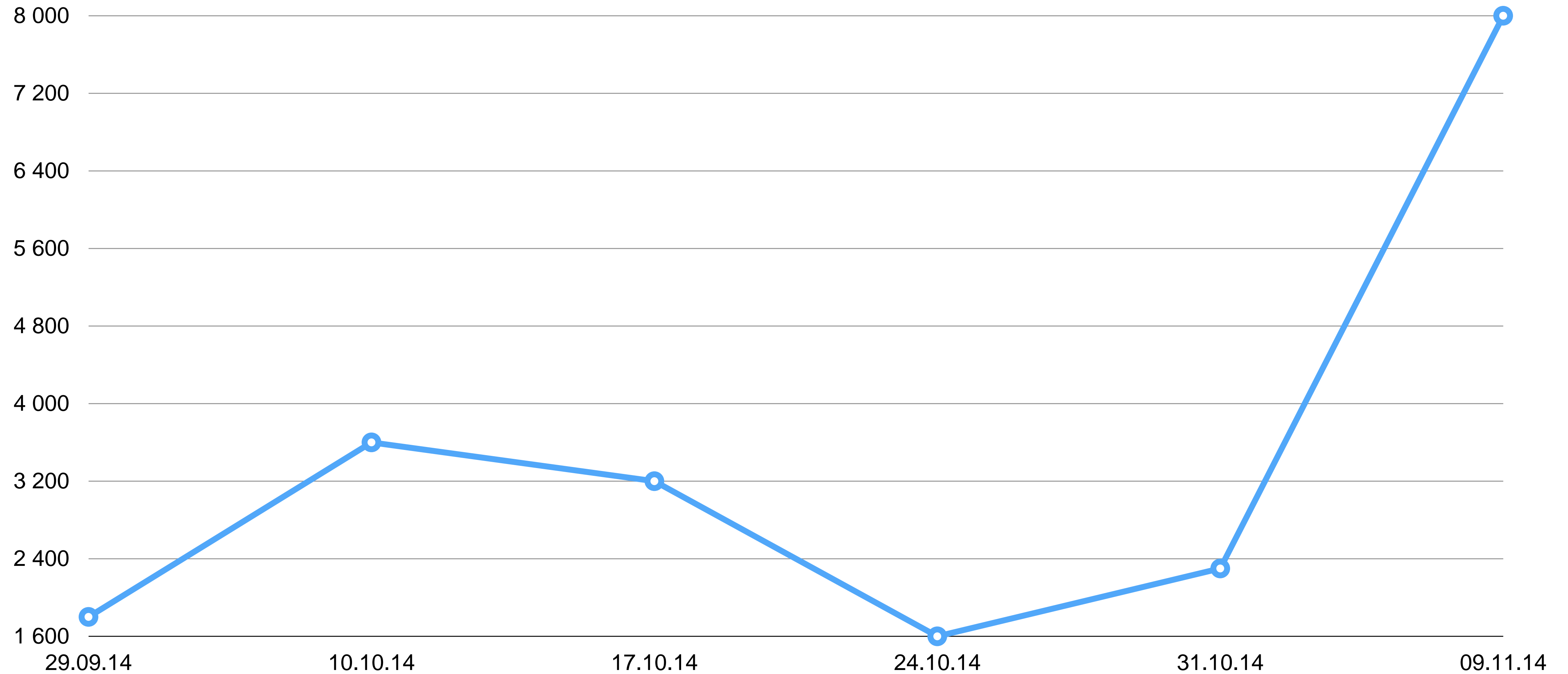
- PR
- маркетинг
- партнерства
- ...

КАКИЕ ТРУДНОСТИ?

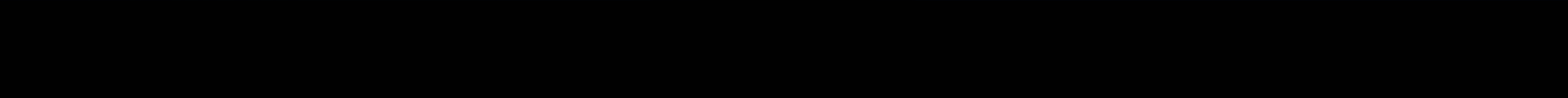
- **Не видим этих точек роста**
(они же вне пределов нашей экспертизы)
- **Не хватает экспертов внутри компании**
(мы ведь этим никогда не занимались)
- **Точки роста все время перемещаются**
(в рамках своих знаний мы выжали все!)



СРЕДНИЙ ЧЕК



ВЫРОСЛИ?



КАК ИЗ 1 МЛН. СДЕЛАТЬ 10 МЛН.?



ПОВТОРЯЕМ!

посетители	15 000
цена привлечения	10
конверсия в регистрацию	15%
пользователи	2 250
конверсия в покупателя	11%
покупателей	247
средний чек	3 750
повторные покупки	20%
маржа	961 500

ФРЦЦ



Дмитрий Калаев



iidf.ru



dkalaev@iidf.ru



[dmitry.kalaev](https://www.facebook.com/dmitry.kalaev)

Москва, 2015

BACKUP

посетители	10 000	20 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
цена привлечения	10	10	5	10	10	10	10
конверсия в регистрацию	10%	10%	10%	20%	10%	10%	10%
пользователи	1 000	2 000	1 000	2 000	1 000	1 000	1 000
конверсия в покупателя	7%	7%	7%	7%	14%	7%	7%
покупателей	70	140	70	140	140	70	70
средний чек	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	5 000	2 500
повторные покупки	20%	20%	20%	20%	20%	20%	40%
маржа	110 000	220 000	160 000	320 000	320 000	320 000	145 000

BACKUP-2

посетители	CPA	ARPU	ARPU с повторными покупками	конверсия в регистрацию	пользователи	конверсия в покупку	покупатели	средний чек	повторные покупки	маржа
10 000	10	17,5	21	10%	1 000	7%	70	2 500	20%	110 000
20 000	10	17,5	21	10%	2 000	7%	140	2 500	20%	220 000
10 000	5	17,5	21	10%	1 000	7%	70	2 500	20%	160 000
10 000	10	35	42	20%	2 000	7%	140	2 500	20%	320 000
10 000	10	35	42	10%	1 000	14%	140	2 500	20%	320 000
10 000	10	35	42	10%	1 000	7%	70	5 000	20%	320 000
10 000	10	17,5	24,5	10%	1 000	7%	70	2 500	40%	145 000
15 000	10	61,875	74,25	15%	2 250	11%	247	3 750	20%	961 500
4				2		3		1		

ФРИИ

Спасибо!

Москва, 2015