

Мероприятие ITMO Case Club

Как считать эффективность привлеченных клиентов?



Структура мероприятия:

★ Теоретическая часть

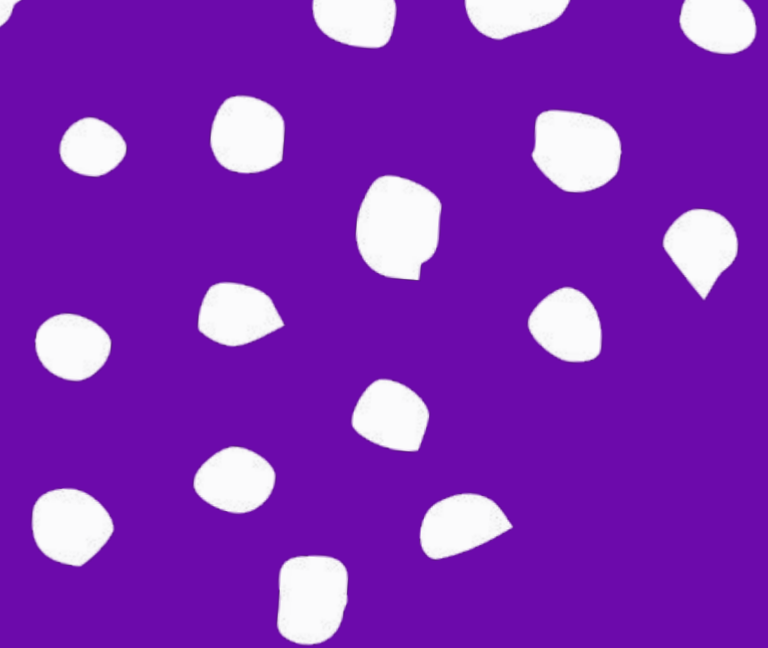
★ Кофе – брейк

★ Решение кейса



Тайминг:

- ★ Теоретическая часть – 40 минут
- ★ Решение кейса – 30 минут
- ★ Презентация решений – 3 минуты на команду



Повторим прошлую тему



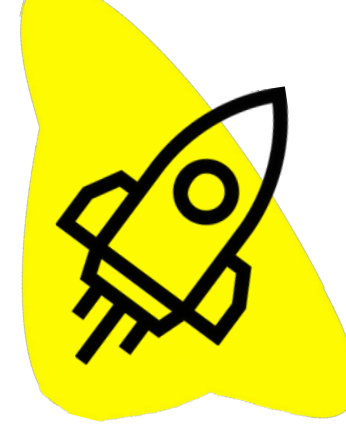
Почему важно удержать клиента?

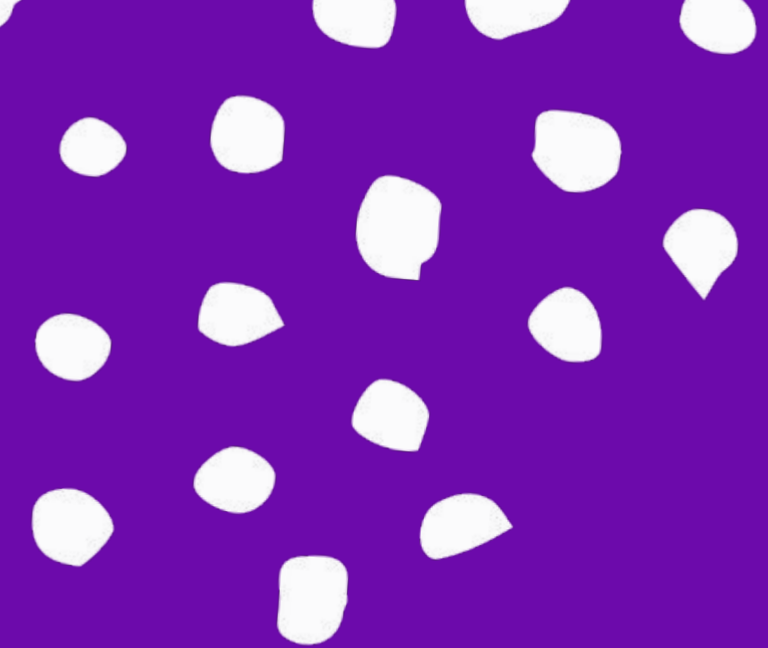
Постоянные покупатели:

- ★ наиболее лояльные к вашему бренду
- ★ могут привести своих друзей
- ★ хотят получать персональные рекомендации и рассылку
- ★ охотнее пробуют новые сервисы компании

Метод R-F-M

- ★ **Recency** – чем «свежее» клиент, тем с большой вероятностью он помнит о бренде и совершит ещё одну покупку
- ★ **Frequency** – частота покупок товара
- ★ **Monetary Value** - сколько денег тратит клиент






**А теперь новенький
материал...**



LTV

Прибыль, которую приносит вам пользователь
за всё время работы с ним
(еще обозначается: clv / cltv)



Зачем нужен этот показатель?

Поможет оптимизировать работу по удержанию клиентов и понять «дорожную карту» покупателя



Как же посчитать данный показатель?



$$\text{LTV} = \text{Lifetime} \times \text{ARPU} = \text{AOV} \times \text{MPR} \times \text{Lifetime}$$

Lifetime – продолжительность взаимодействия с клиентом

ARPU – средняя прибыль от одного клиента

AOV – средний чек

MPR – частота покупки

CAC

$$\text{CAC} = \frac{\text{Сумма расходов на привлечение}}{\text{Количество привлеченных клиентов}}$$

$\frac{\text{LTV}}{\text{CAC}}$ — привлечение клиентов

1:1 или меньше — вы скоро разоритесь
2:1 — вы почти не получаете прибыли

3:1 — оптимальное соотношение, но есть, куда увеличивать доход
4:1 — очень эффективная работа

Return On Marketing Investment (ROMI)



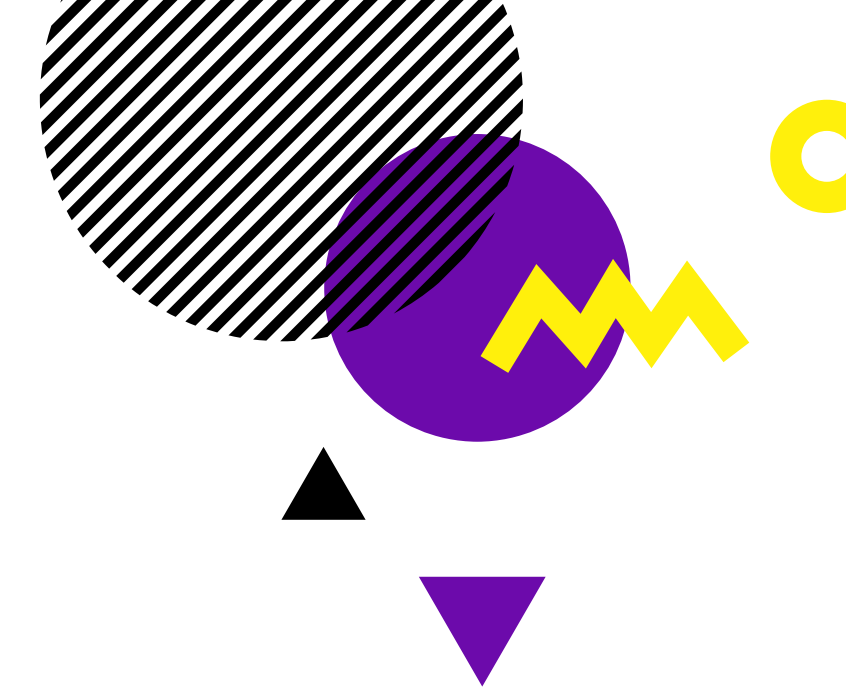
Показывает, работает рекламная кампания или нет

$$\frac{\text{Валовая прибыль} - \text{Затраты на рекламу}}{\text{Затраты на рекламу}} \times 100\%$$

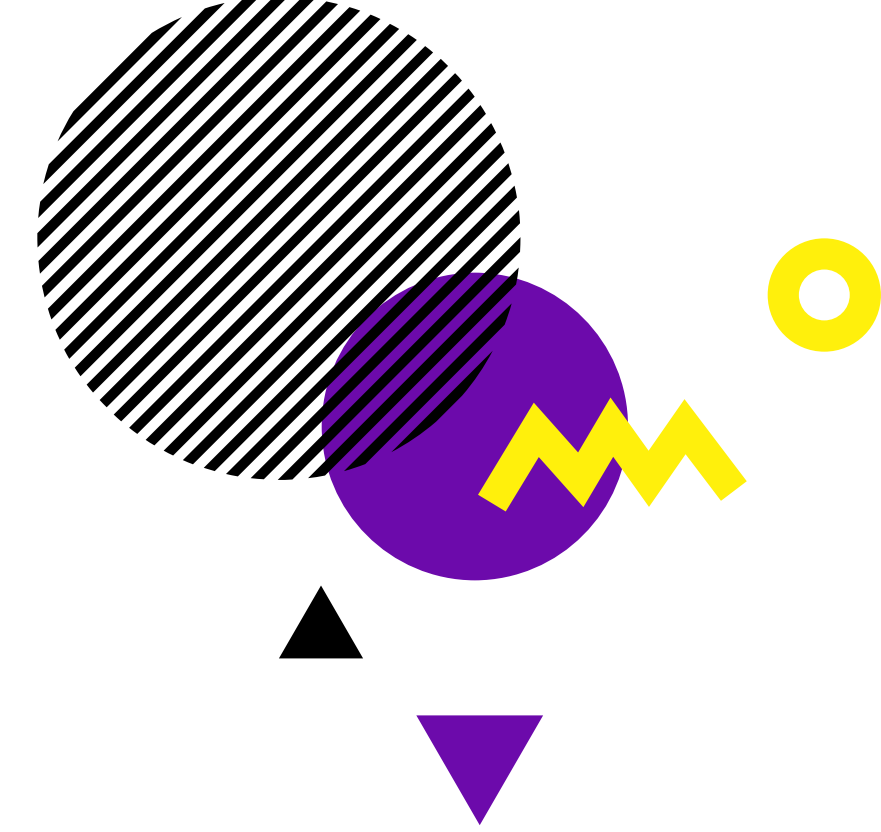
Churn Rate

Показывает, сколько людей ушло от компании

$$CR = \frac{\text{Количество ушедших клиентов}}{\text{Общее количество клиентов}}$$



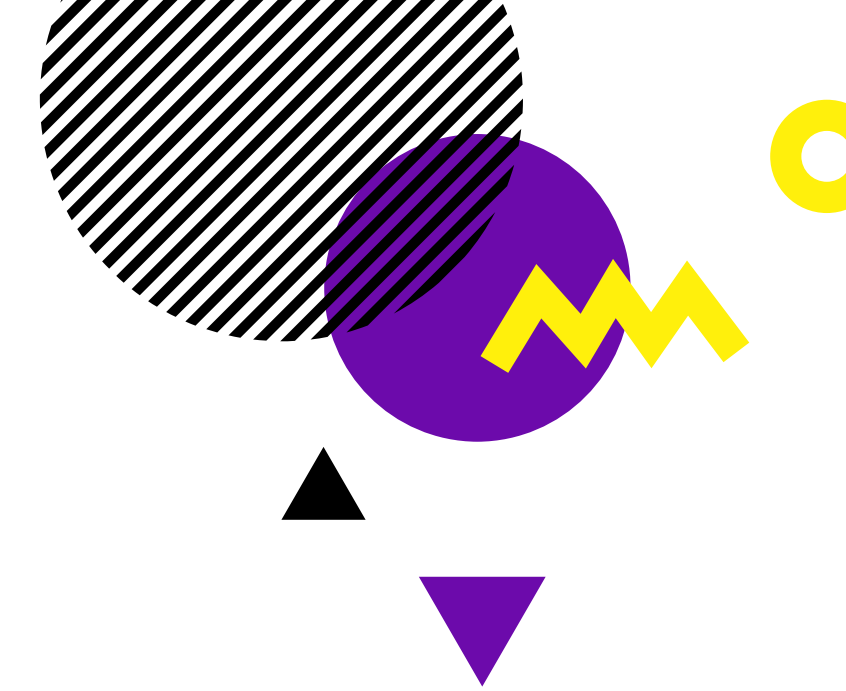
А как считается ARPU?



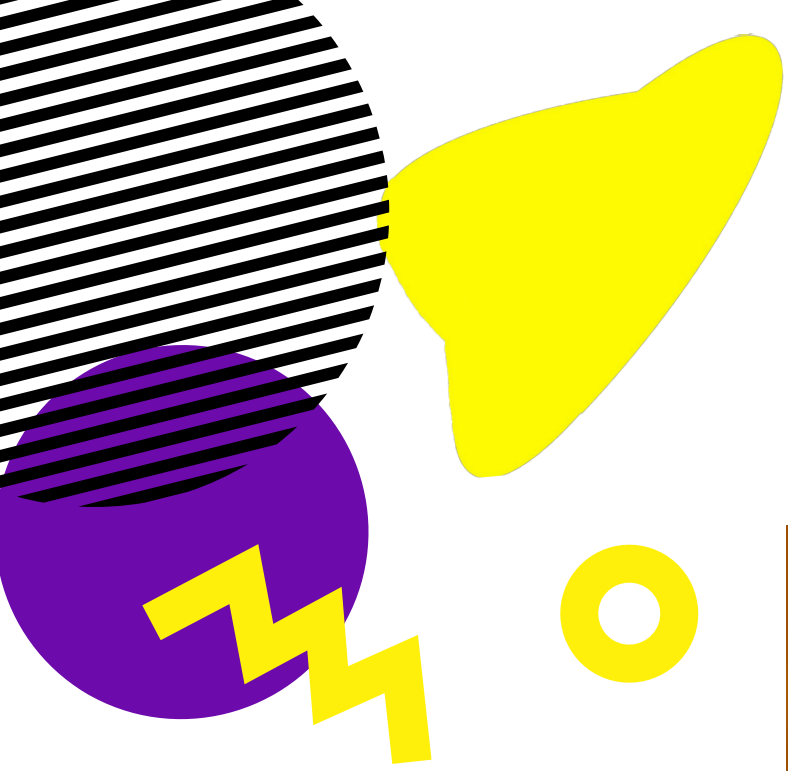
$$\text{ARPU} = \frac{\text{Общий доход за период}}{\text{Количество покупателей за период}}$$

MRR (Monthly Recurring Revenue)?

MRR = ARPU × количество клиентов за период

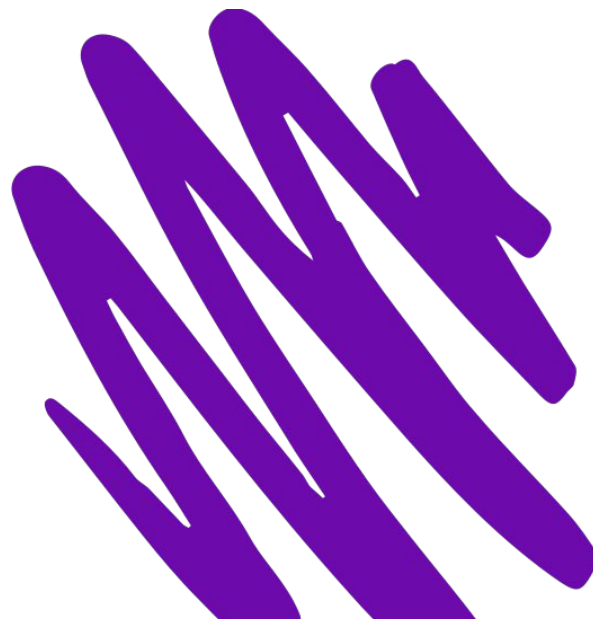


Кофе брейк!



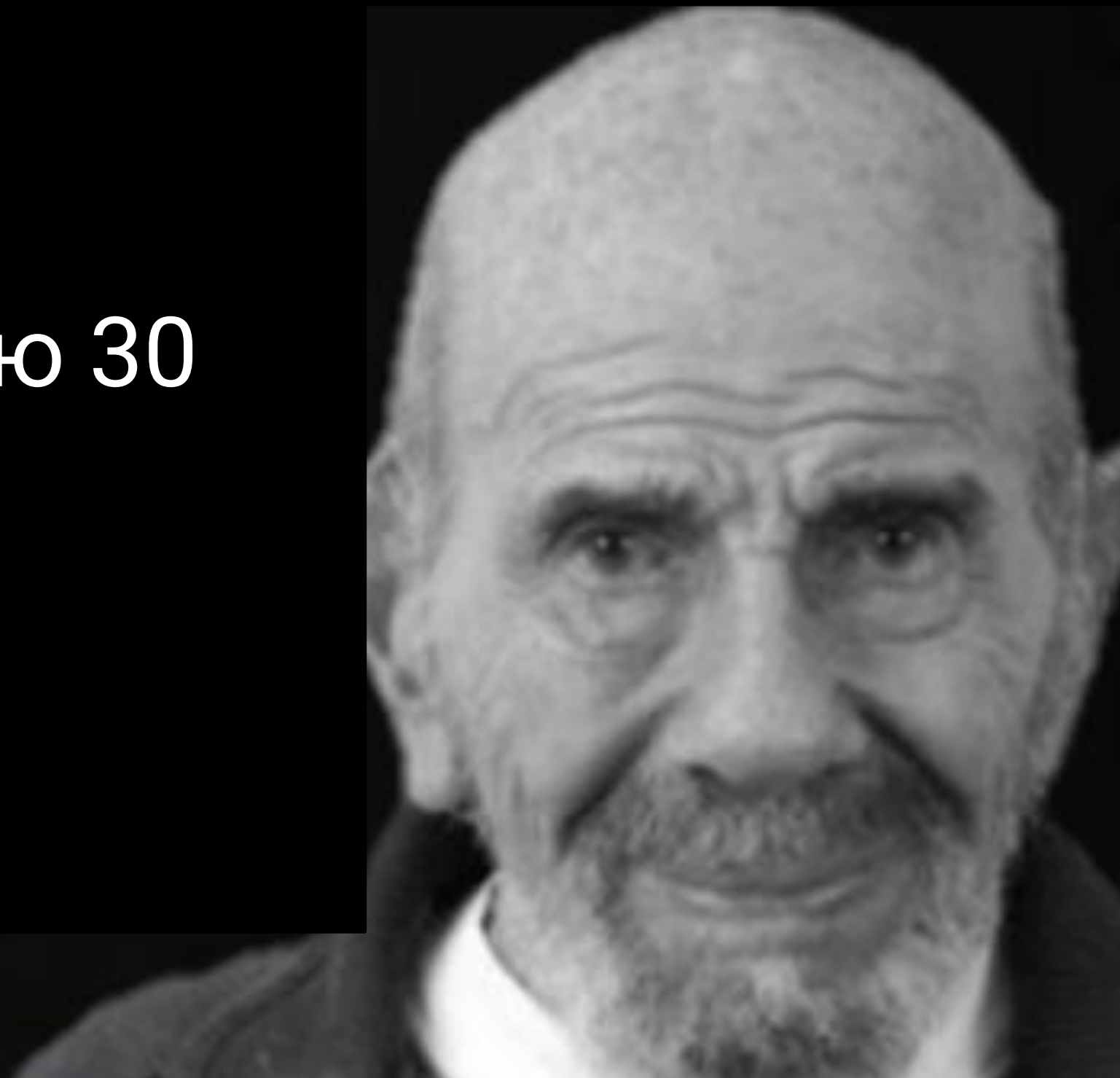
Что дальше?

- ★ Собираемся в команды по 3 – 4 человека
- ★ Придумываем и озвучиваем название
- ★ Получаем кейс и решаем его



Кейс от Жака Фреско

На решение даю 30
минут.
(Время пошло)



Где нас можно найти



Важная инфа!

**В ночь с 29.10 на 30.10 в коворкинге на
Кронверкском у нас празднование
Halloween!**



Спасибо за внимание!

