

Проект представляет собой мобильное приложение для управления днями рождения, подбора подарков и хранения предпочтений пользователей. Основные источники дохода — платные подписки (71%), реклама (9%), партнёрские программы (13%) и продажа цифрового контента (7%). Финансовая модель построена на трёх сценариях: консервативном, стандартном и позитивном, отличающихся темпами роста аудитории (5%, 10%, 15% в месяц) и долей платных пользователей (3%, 5%, 7%).

## 2. Ключевые метрики монетизации

ARPU рассчитывается как совокупный доход от всех источников, делённый на общее число пользователей. В консервативном сценарии ежемесячный ARPU составляет 102.53 рубля, из которых 87.98 рубля генерируют платные подписки (30% месячных и 70% годовых), а 14.55 рубля — реклама и партнёрки. В стандартном и позитивном сценариях ARPU возрастает до 108.91 и 115.88 рубля соответственно за счёт увеличения доли платных пользователей и роста доходов с бесплатной аудиторией.

LTV отражает общий доход, который приносит пользователь за весь период взаимодействия с приложением. Для расчёта использованы средние сроки жизни:

- **Платные пользователи:** 12 месяцев (на основе данных о годовых подписках).
- **Бесплатные пользователи:** 6 месяцев (предположение о постепенном оттоке).

В консервативном сценарии LTV платного пользователя достигает 1055.76 рубля, а бесплатного — 87.3 рубля. С учётом доли платных (3%) средневзвешенный LTV составляет 113.42 рубля. В стандартном и позитивном сценариях LTV увеличивается до 171.45 и 229.33 рубля за счёт роста доли платной аудитории до 5% и 7%.

CAC вычисляется как отношение маркетинговых расходов к количеству привлечённых пользователей. При бюджете в 120'000 рублей на 6 месяцев и ожидаемом приросте аудитории:

- **Консервативный сценарий:** 17'000 новых пользователей → CAC = 7.06 рубля.
- **Стандартный сценарий:** 38'500 новых пользователей → CAC = 3.12 рубля.
- **Позитивный сценарий:** 67'000 новых пользователей → CAC = 1.79 рубля.

CAC значительно ниже LTV во всех сценариях, что подтверждает эффективность маркетинговой стратегии.

Для выхода на безубыточность проект должен генерировать **190000 рублей ежемесячного дохода** (расходы: 1'140'000 рублей за 6 месяцев, включая зарплаты, серверы и маркетинг). Для этого требуется:

- **Консервативный сценарий:** 1'853 активных пользователя (ARPU = 102.53 рубля).
- **Стандартный сценарий:** 1'745 пользователей (ARPU = 108.91 рубля).
- **Позитивный сценарий:** 1'640 пользователей (ARPU = 115.88 рубля).

Учитывая начальную аудиторию в 50'000 пользователей, проект достигает безубыточности уже на старте.

## 3. Рыночный потенциал

### 3.1. TAM (Общий адресуемый рынок)

Рынок пользователей, заинтересованных в сервисах для управления праздниками, оценивается в **30 млн человек** (население РФ). При средних тратах в 1 000 рублей в год (данные презентации) TAM составляет **30 млрд рублей** ежегодно.

### 3.2. SAM (Доступный рынок)

SAM сужен до аудитории крупных городов (15 млн человек), где выше проникновение смартфонов и платежеспособность. Годовой потенциал — **15 млрд рублей**.

### 3.3. SOM (Достижимый рынок)

Проект планирует привлечь 500 000 пользователей за 3 года, что соответствует годовому доходу в 500 млн рублей ( $500'000 \times 1'000$  руб.). Это 3.3% от SAM и 1.6% от TAM, что указывает на значительный потенциал масштабирования.

## 4. Анализ рисков и рекомендации

Риски	Рекомендации
<p><b>Высокий отток пользователей (Churn Rate):</b> Даже при низком CAC, сохранение аудитории критично. Если ежемесячный отток превысит 10%, LTV снизится на 20–30%.</p> <p><b>Конкуренция:</b> На рынке присутствуют аналоги (BirthdaysPro, Remindy), но BirthSync выделяется функционалом анкет и интеграцией с магазинами.</p> <p><b>Зависимость от подписок:</b> 71% дохода формируется подписками. Снижение их популярности (например, из-за роста цен) ударит по финансовой устойчивости.</p>	<p><b>Оптимизация Retention Rate:</b> Внедрение геймификации (баллы за активность), персональных рекомендаций подарков, push-напоминаний.</p> <p><b>Диверсификация доходов:</b> Расширение партнёрских программ с онлайн-ритейлерами (например, доля с продаж через реферальные ссылки).</p> <p><b>A/B-тестирование монетизации:</b> Эксперименты с тарифами (например, семейная подписка) и рекламными форматами (нативная реклама).</p>

## 5. Прогноз доходов и расходов

- **Консервативный сценарий:** Годовой доход — 6.15 млн рублей (50000 пользователей  $\times$  102.53 рубля  $\times$  12 месяцев).
- **Стандартный сценарий:** Годовой доход — 13.07 млн рублей.
- **Позитивный сценарий:** Годовой доход — 27.81 млн рублей.

Расход	Сумма	Пояснение
Зарплаты	160000 руб./мес.	по 40000 на каждого участника команды (всего 4 работника при ежемесячной заработной плате);
Маркетинг	20000 руб./мес.	данные на основе рекламного сервиса для Telegram и его планов;
Серверы и прочее ТО	10000 руб./мес.	мы не учитываем кластеры и контейнеризацию, т.к. они не входят в функциональный минимум проекта;
Подписка ИИ движка Gigachat	Это переменный расход; но в среднем ожидается по 370500 руб./год	если поделить, то получается по 30875 руб./мес., но это самый дорогой план из возможных; подписка по затратам ("плата как есть") не раскрывается на сайте и требует договора.

Средний месячный расход:

- $160000 + 20000 + 10000 + 30875 = 220875$  руб./мес; в то время как годовой расход составляет:

$$160000 \times 12 + 20000 \times 12 + 10000 \times 12 + 370500 = 2650500 \text{ руб./год.}$$

Эта сумма не отличается от нормализации среднего месячного расхода:

$$220875 \times 12 = 2650500$$

Чистая прибыль составляет в зависимости от сценария:

- **Консервативный сценарий:**  $6150000 - 2650500 = 3499500$  (прибыль в год);
- **Стандартный сценарий:**  $13070000 - 2650500 = 10419500$  (прибыль в год);
- **Позитивный сценарий:**  $27810000 - 2650500 = 25159500$  (прибыль в год);

Чистая прибыль в позитивном сценарии за год:

$$27.81 \text{ млн.} - (1140000 \times 2) = 25.53 \text{ млн рублей.}$$

## 6. Заключение

Проект демонстрирует высокую рентабельность даже в консервативном сценарии. Ключевые преимущества — низкий САС, диверсифицированная монетизация и значительный рыночный потенциал. Для минимизации рисков рекомендуется фокус на удержании аудитории и тестировании новых форматов монетизации. Достижение плановых показателей (500 000 пользователей за 3 года) позволит занять 3.3% SAM и выйти на устойчивую прибыль.

### Приложения:

1. Детализация расчётов ARPU/LTV.
2. Графики роста аудитории по сценариям.
3. Сравнение с конкурентами.