

Поиск метрик, при которых ваша бизнес модель выходит на требуемое значение Contribution Margin.  
Описание терминологии — <https://khanin.info/blog/93>

Для чего:  
1. быстро получить понимание того, что происходит в вашей бизнес модели (разоряетесь, растете, как быстро).  
2. найти предельные значения метрик для достижения целевого значения Contribution Margin, что позволит прикинуть где в данный момент у вас узкое место, а также оценить влияние каждой метрики на достижение целевого значения Contribution Margin.

© Копирование и распространение строго запрещено. Все права на формулы и методику авторские. Автор исходной методики Илья Красинский, автор формул и подхода Даниил Ханин.

	ua (число потенциаль- ных клиентов)	c1 (конверси- я потенциал клиента в покупател- я)	buyers	avp (среднийчек )	cogs (себестоим- ость)	1scosg	арс (среднее число платежей, которое делает один клиент за все время жизни в продукте)	арс (средний доход на 1-го клиента)	агри (средний доход на 1-го пользо- вателя)	ас (общие затраты на привлечение)	сра (цена привлече- ния пользо- вателя)	cm(маржа)	goal cm
исходные данные	6 000	2,00%	120	p.75 000,00	p.45 000,00	0	1	p.30 000,00	p.600,00	p.1 000 000,00	p.166,67	p.2 600 000,00	p.2 000 000,00
ua	2 246	2,00%	45	p.75 000,00	p.45 000,00	p.0,00	1,00	p.30 000,00	p.600,00	p.374 296,34	p.166,67	p.973 170,48	Цель не достигнута
c1	6 000	13,81%	829	p.75 000,00	p.45 000,00	p.0,00	1,00	p.30 000,00	p.4 142,95	p.1 000 000,00	p.166,67	p.23 857 689,73	Цель не достигнута
avp	6 000	2,00%	120	p.1 343,08	p.45 000,00	p.0,00	1,00	-p.43 656,92	-p.873,14	p.1 000 000,00	p.166,67	-p.6 238 830,03	Цель не достигнута
cogs	6 000	2,00%	120	p.75 000,00	p.956,92	p.0,00	1,00	p.74 043,08	p.1 480,86	p.1 000 000,00	p.166,67	p.7 885 169,97	Цель не достигнута
1scogs	6 000	2,00%	120	p.75 000,00	p.45 000,00	p.454,32	1,00	p.29 545,68	p.590,91	p.1 000 000,00	p.166,67	p.2 545 481,35	Цель не достигнута
арс	6 000	2,00%	120	p.75 000,00	p.45 000,00	p.0,00	1,00	p.30 000,00	p.600,00	p.1 000 000,00	p.166,67	p.2 600 000,00	Цель не достигнута
сра	6 000	2,00%	120	p.75 000,00	p.45 000,00	p.0,00	1,00	p.30 000,00	p.600,00	p.485 215,95	p.80,87	p.3 114 784,05	Цель не достигнута

Как использовать данный инструмент.

1. заполните данные в первой строке, отмеченные оранжевым фоном и подчеркнутые зеленым.  
1.1. ua — число потенциальных клиентов, узнавших о вашем продукте, для интернет-проекта — число посетителей, для мобильных приложений число инсталов.

- 1.2.  $c_1$  — конверсия потенциального клиента в покупателя, определяется по первой покупке
  - 1.3.  $avp$  — средний чек, который тратит ваш клиент, покупая ваш товар или услугу
  - 1.4.  $cogs$  — затраты, которые вы несете, для того, чтобы совершить сделку, это те деньги, без которых сделка не состоится, затраты на эквайринг, на покупку товаров, выплата премий
  - 1.5.  $1scogs$  — дополнительные затраты, которые вы несете на самой первой покупке, например, затраты на интеграцию или выплата премии продавцу за привод клиента
  - 1.6.  $apc$  — среднее число платежей, которое делает один клиент за все время жизни в продукте
  - 1.7.  $ac$  — ваш маркетинговый бюджет на привлечение ваших потенциальных клиентов, либо затраты на менеджеров по продажам, которые обзванивают данное число клиентов
  - 1.8.  $goal\ cm$  — целевое значение Contribution Margin
2. после того, как вы внесете данные в ячейки внизу автоматически будут рассчитаны предельные значения метрик, получив которые вы достигнете (если это возможно) требуемого значения Contribution Margin.
3. желтые ячейки показывают, как надо изменить метрику относительно исходной, чтобы модель достигла целевого значения Contribution Margin
4. если редактируете одновременно — договаривайтесь об очередности.

© ueCalc.com, Даниил Ханин, 2016

Учебный проект  
Проект онлайн курса по изучению иностранного языка  
Проект представляет собой онлайн курс разделенный на модули, которые могут подбираться для студента в зависимости от его целей обучения. Подбор модулей может выполнять либо сам студент, либо куратор курсов. Модули можно выбирать либо из готовых, либо специалисты курсов разрабатывают индивидуальный.

Выводы:  
В моем случае, при сравнении агри к сра получаю соотношение 3:1, следовательно бизнес - модель работает продуктивно и можно расширяться.  
Рекламная компания является выгодной т.к с одного привлеченного пользователя идет доход в размере 600 рублей  
В части драйвера можно очень выгодно ли рекламные кампании онлайн-школы. CPA составляет 166 рублей, а ARPU 600 рублей. Каждый новый пользователь приносит компании 600 рублей прибыли, а стоит всего 166 рублей. Онлайн-школа может увеличить вложения в рекламу на тех же условиях, и это нужно сделать как можно скорее.