

Метрики и воронки

Словарь

Оборот, или выручка

это сумма денег, которые клиенты заплатили компании

Себестоимость

это деньги, которые компания заплатила за приобретение товара или услуги

Валовая прибыль

разность между оборотом и себестоимостью

Валовая маржинальность (валовая рентабельность)

отношение валовой прибыли к выручке

Операционные расходы

это все затраты, связанные с основной деятельностью компании

Операционная прибыль

валовая прибыль за вычетом операционных расходов

ROI (возврат на инвестиции)

метрика качества инвестиций, рассчитываемая по формуле:

$$ROI = \frac{\text{итоговая прибыль} - \text{инвестиции}}{\text{инвестиции}}$$

ROMI (возврат на маркетинговые инвестиции)

метрика качества вложений в маркетинговые кампании, рассчитываемая по формуле:

$$ROMI_{\text{рекламной кампании}} = \frac{\text{валовая маржа из этой кампании}}{\text{затраты}}$$

Операционная маржинальность

отношение операционной прибыли к выручке

Чистая прибыль

операционная прибыль за вычетом налогов и кредитов

Конверсия

это доля людей, перешедших из одного состояния бизнес-процесса в другое

Воронка

способ отобразить: путь, который проходит пользователь, чтобы купить товар; долю людей, которые переходят на следующий этап

CTR (показатель кликабельности)

конверсия из показов баннера в клики, вычисляемая по формуле:

$$CTR = \frac{\text{клики}}{\text{показы} * 100\%}$$

CR (показатель конверсии)

конверсия из переходов в регистрации, вычисляемая по формуле:

$$CR = \frac{\text{регистрации}}{\text{клики} * 100\%}$$