

# 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:

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