

Разбор "связывания" метрик продукта в единую юнит- экономику

Курс "Юнит-экономика"





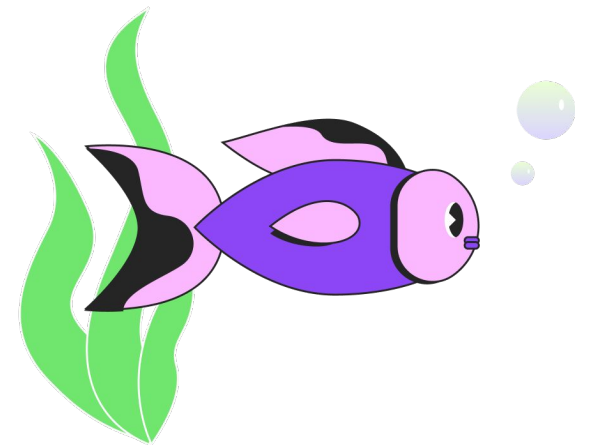
План курса “Юнит-экономика”

- 1 Юнит-экономика проекта - введение понятий
- 2 Расчет unit-экономики для проекта
- 3 Плечи метрик и когортный анализ
- 4 Практическое применение Юнит-экономики в стартапе:
Расчет рынка снизу и обоснование инвестиций из unit-экономики



Цель занятия

- узнать, как связать метрики и юнит-экономику
- понять, как посчитать юнит-экономику в продукте





Клининговая фирма Кейс #1

Ищем новые точки роста бизнеса, пробуем новые гипотезы

Текущая ситуация	<u>CPA</u>	<u>C1</u>	<u>CAC</u>	<u>LTV¹</u>	<u>Прибыль</u>
	40	2%	2700	4000	1300

Стандартный тариф на клининг в нашей компании показывает следующие метрики продукта. Одна уборка стоит 2000 руб. В среднем клиент за жизнь заказывает 2 уборки.



Клининговая фирма Кейс #1

Ищем новые точки роста бизнеса, пробуем новые гипотезы

	<u>CPA</u>	<u>C1</u>	<u>CAC</u>	<u>LTV¹</u>	<u>Прибыль</u>
Текущая ситуация	40	2%	2700	4000	1300
Вводим новый тариф с подпиской на 5 уборок с предоплатой					
Новый продукт	40	0,75%	5300	10000	?

Какая прибыль будет у нового продукта с учетом что тариф приобретают единожды?



Клининговая фирма Кейс #1

Ищем новые точки роста бизнеса, пробуем новые гипотезы

Текущая
ситуация

CPA

40

C1

2%

CAC

2700

LTV¹

4000

Прибыль

1300

Вводим новый тариф "Подписка" с подпиской на 5 уборок с
предоплатой

Новый
продукт

40

0,75%

5300

10000

4700

Предоплата сильно понизила конверсию т.к. является барьером для
входа, но сразу окупает привлечение клиента



Клининговая фирма Кейс #1

Ищем новые точки роста бизнеса, пробуем новые гипотезы

Текущая ситуация	<u>CPA</u>	<u>C1</u>	<u>CAC</u>	<u>LTV¹</u>	<u>Прибыль</u>
	40	2%	2700	4000	1300
Вводим новый тариф "Лайт" с урезанным набором услуг и уборкой за 990 ₽					
Новый продукт	40	2,5%	1600	?	?

Какой LTV нового тарифа, если в среднем за жизнь количество заказов равно 1,5.
Какая прибыль будет у данного нового продукта?



Клининговая фирма Кейс #1

Ищем новые точки роста бизнеса, пробуем новые гипотезы

Текущая
ситуация

CPA

40

C1

2%

CAC

2700

LTV¹

4000

Прибыль

1300

Вводим новый тариф "Лайт" с урезанным набором услуг и уборкой за 990
₽

Новый
продукт

40

2,5%

1600

1485

-115

Конверсия выросла немного, но LTV пользователя сильно меньше



Клининговая фирма Кейс #1

Ищем новые точки роста бизнеса, пробуем новые гипотезы

	<u>CPA</u>	<u>C1</u>	<u>CAC</u>	<u>LTV¹</u>	<u>Прибыль</u>
Текущая ситуация	40	2%	2000	4000	2000
	Вводим тариф "Окна" за 1500. Моем только окна. Хотим "пробраться" в дом к клиенту, чтобы он начал доверять нам большие уборки.				
Новый продукт	50	2,5%	2000	?	?

В результате клиент заказывает уборку по тарифу "Окна" после которого переходит на тариф "Подписка". Какой LTV нового комбинированного продукта.. Какая прибыль будет у данного нового продукта?



Клининговая фирма Кейс #1

Ищем новые точки роста бизнеса, пробуем новые гипотезы

Текущая
ситуация

CPA

40

C1

2%

CAC

2000

LTV¹

4000

Прибыль

2000

Вводим тариф "Окна" за 1500. Моем только окна. Хотим "пробраться" в дом к клиенту, чтобы он начал доверять нам большие уборки.

Новый
продукт

50

2,5%

2000

11500

9500

Конверсия больше, так как услуга дешевле. Люди пробуют новый продукт и покупают уже другие продукты компании



Сервис доставки еды Кейс #2

Связываем метрики и создаем калькулятор юнит-экономики

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1PCthi-AG8avcA4-_rl3mWrDXota61y-kLu8ibYlC-9Y/edit?usp=sharing

Переходим в файл кейса:

В файле находится “заготовка” полноценной юнит-экономики сервиса доставки еды из ресторанов.

- 1) Есть 5 категорий метрик: “Метрики маркетинга”, “Метрики оборота”, “Операционные издержки”, “Прибыль до маркетинга”, “Прибыль после маркетинга”
- 2) Есть 21 различная метрика, которые мы получаем или считаем в нашем продукте.

Необходимо расставить все метрики по своим категориям и соблюсти порядок их расчета начиная с получаемых метрик и заканчивая расчетными.



Сервис доставки еды Кейс #3

Связываем метрики и создаем калькулятор юнит-экономики

По нашему запросу коллега из отдела Аналитики собрал и предоставил нам отчет по данным работы нашего продукта в регионе Москва. Из-за длительной прокрастинации и просмотра разборов финального эпизода сериала "очень странные дела" мы не успели подготовить свой отчет по валовой прибыли на совещании для руководства которое будет через час. При этом аналитик уже ушел в отпуск, а мы не можем найти нужный отчет в табличном формате, у нас на руках только пояснительная записка к нему. Вот что она из себя представляет:

"Всего за прошедший месяц в регионе "Москва" было потрачено 60 млн. рублей бюджета на маркетинг. Средняя стоимость потенциального покупателя составила 60 рублей, с последующей конверсией в покупателей равной 20%. По последним данным нашей аналитической системы, ожидаемое среднее количество заказов у клиентов равно 12 с затратами на реактивацию в 10 рублей на клиента, а средний чек на уровне 750 рублей. При этом стоимость доставки оплачиваемая клиентом составляет 99 рублей на заказ."

Также нам известно, что сервис платит комиссию ресторанам равную 70%, и банку за платежи в размере 1,5%. А позвонив руководству отдела доставки мы узнали, что нам она обходится в 275 рублей и 10 рублей тратятся на упаковку заказа.

Нам необходимо заполнить отчетную таблицу для совещания и предоставить расчетные данные по валовой прибыли по региону Москва после маркетинга за отчетный период.

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1BAFFTdPTmtT16G_I2hrRKsifHqfCNFKA4B0VswqT2vU/edit?usp=sharing