# Отчет за 2022 год

### 1. Финансовые показатели

| Показатель | Целевое значение | Фактическое значение | Отклонение |
| --- | --- | --- | --- |
| Рост выручки (%) | 28% | 30% | +2% |
| Средний доход на одного клиента (ARPC) | 550 руб. | 530 руб. | -20 руб. |
| Стоимость привлечения клиента (CAC) | 95 руб. | 90 руб. | -5 руб. |

### 2. Показатели взаимодействия с клиентами

| Показатель | Целевое значение | Фактическое значение | Отклонение |
| --- | --- | --- | --- |
| Количество новых клиентов | 220 | 210 | -10 |
| Коэффициент удержания клиентов (%) | 84% | 82% | -2% |
| Уровень удовлетворенности клиентов (CSAT) | 4.4/5 | 4.3/5 | -0.1 |
| Net Promoter Score (NPS) | 72 | 70 | -2 |

### 3. Операционные показатели

| Показатель | Целевое значение | Фактическое значение | Отклонение |
| --- | --- | --- | --- |
| Скорость обработки заказов (дни) | 2 | 2.2 | +0.2 |
| Процент выполнения SLA (%) | 96% | 94% | -2% |
| Количество обращений в поддержку | 55 | 60 | +5 |

### 4. Показатели маркетинговой активности

| Показатель | Целевое значение | Фактическое значение | Отклонение |
| --- | --- | --- | --- |
| ROI маркетинговых кампаний (%) | 310% | 305% | -5% |
| Вовлеченность в социальных сетях (взаимодействия) | 9500 | 9200 | -300 |

### 5. Показатели развития бизнеса

| Показатель | Целевое значение | Фактическое значение | Отклонение |
| --- | --- | --- | --- |
| Темпы роста числа партнеров | 12 новых партнеров | 11 | -1 |
| Инновационность (количество новых услуг) | 4 | 3 | -1 |
| Среднее время вывода нового продукта на рынок (месяцев) | 6 | 5.5 | -0.5 |

### 6. Показатели рекурсивной бизнес-модели

| Показатель | Целевое значение | Фактическое значение | Отклонение |
| --- | --- | --- | --- |
| Коэффициент рекурсии (%) | 22% | 21% | -1% |
| Скорость роста рекурсии (%) | 11% | 10% | -1% |

## Выводы и рекомендации

### Финансовые показатели:

* **Рост выручки**: Фактический рост выручки составил 30%, что на 2% выше целевого значения. Хороший результат, продолжайте текущую стратегию.
* **Средний доход на одного клиента (ARPC)**: ARPC составил 530 руб., что на 20 руб. меньше целевого значения. Необходимо рассмотреть возможность увеличения цен или предоставления дополнительных услуг.
* **Стоимость привлечения клиента (CAC)**: Фактическое значение составило 90 руб., что на 5 руб. ниже целевого. Хороший результат, продолжайте оптимизацию маркетинговых расходов.

### Взаимодействие с клиентами:

* **Количество новых клиентов**: Привлечено 210 новых клиентов, что на 10 меньше целевого значения. Усильте привлечение клиентов через новые маркетинговые каналы.
* **Коэффициент удержания клиентов**: Составил 82%, что на 2% ниже целевого. Улучшите клиентский сервис и программы лояльности.
* **Уровень удовлетворенности клиентов (CSAT)**: Достиг 4.3/5, что на 0.1 ниже целевого значения. Требуется поддерживать и улучшать качество обслуживания.
* **Net Promoter Score (NPS)**: Составил 70, что на 2 ниже целевого. Работайте над улучшением клиентского опыта и удовлетворенности.

### Операционные показатели:

* **Скорость обработки заказов**: Увеличилась до 2.2 дней, что на 0.2 дня больше целевого значения. Оптимизируйте процессы для ускорения обработки заказов.
* **Процент выполнения SLA**: Составил 94%, что на 2% ниже целевого значения. Улучшите выполнение соглашений об уровне обслуживания.
* **Количество обращений в поддержку**: Составило 60, что на 5 больше целевого. Улучшите качество услуг, чтобы снизить количество обращений.

### Маркетинговая активность:

* **ROI маркетинговых кампаний**: Составил 305%, что на 5% ниже целевого. Продолжайте оптимизацию маркетинговых стратегий.
* **Вовлеченность в социальных сетях**: Составила 9200 взаимодействий, что на 300 ниже целевого значения. Усильте социальные медиа кампании для повышения вовлеченности.

### Развитие бизнеса:

* **Темпы роста числа партнеров**: Привлечено 11 новых партнеров, что на 1 меньше целевого значения. Усильте партнерские программы.
* **Инновационность**: Разработано 3 новых услуги, что на 1 меньше целевого значения. Увеличьте инвестиции в исследования и разработки.
* **Среднее время вывода нового продукта на рынок**: Составило 5.5 месяцев, что на 0.5 месяца меньше целевого значения. Отличный результат, продолжайте ускорение процессов разработки и вывода на рынок.

### Рекурсивная бизнес-модель:

* **Коэффициент рекурсии**: Составил 21%, что на 1% ниже целевого значения. Мотивируйте клиентов активнее привлекать новых клиентов.
* **Скорость роста рекурсии**: Составила 10%, что на 1% ниже целевого значения. Улучшите программы поощрения клиентов за привлечение новых клиентов.