Кейс Unit экономика

Спикер

Алексей
Добрусин





Алексей Добрусин

Сертифицированный трекер ФРИИ

Трекер корпорации Контур

Супервизор наставников Сколково

Стратегический маркетолог с опытом 12+ в международных компаниях

CEO traveltech-компании Druffletech

Unit экономика

Unit экономика - это подход к оценке прибыльности и эффективности бизнеса, который сосредотачивается на изучении прибыльности отдельных продуктов, услуг или отделений компании.



Unit экономика

Вместо того, чтобы рассматривать всю компанию в целом, unit экономика анализирует прибыльность каждого отдельного "юнита" (например, продукта, услуги, маркетинговой кампании, отделения) в пределах компании.



Unit экономика

Этот подход позволяет компаниям понять, какие продукты или услуги приносят наибольшую прибыль, а какие могут быть менее эффективными, а также определить, на какие аспекты бизнеса следует сосредоточиться для оптимизации финансовых результатов.



Unit экономика

Unit экономика также помогает в выявлении затрат, связанных с производством или предоставлением каждого продукта или услуги, что помогает принимать более обоснованные решения о ценообразовании, маркетинге, распределении ресурсов и других важных аспектах деятельности компании.



Алгоритм расчета unit экономики

Определение "юнитов":

- Идентификация продуктов, услуг или отделений компании, которые будут рассматриваться как отдельные "юниты" для анализа.



Алгоритм расчета unit экономики

Сбор данных:

- Собрать информацию о доходах и затратах для каждого "юнита". Включить данные о выручке, переменных и постоянных затратах, объеме продаж, производственных издержках и других финансовых показателях.



Алгоритм расчета unit экономики

Расчет показателей "юнита":

- Вычислить показатели прибыли для каждого "юнита", такие как выручка, переменная прибыль, валовая прибыль, валовая маржа, чистая прибыль и другие показатели, связанные с финансовой результативностью "юнита".



Алгоритм расчета unit экономики

Сравнение и анализ:

- Сопоставить показатели "юнитов" между собой, чтобы выявить наиболее прибыльные или эффективные "юниты".



Алгоритм расчета unit экономики

Принятие решений:

- На основании анализа данных о "юнитах" принимать управленческие решения, связанные с ценообразованием, ассортиментом продукции, маркетинговыми стратегиями и аллокацией ресурсов.



Рассмотрим на примере IT стартапа

IT стартап

Вводные данные:

- направление стартапа: TravelTech
- модель монетизации: продажа лицензии для доступа к приложению
- стадия проекта: PreSeed

CAC

Категория	Блок	Тип расхода	Бюджет на год	
Верх и середина воронки	ЗП	Маркетолог	2 117 647	
	PR	Удельный вес в мероприятиях	1 856 330	
		Удельный вес в SMM, SEO, SERM, PK	2 760 000	
Низ воронки	ОП	Зарплата ледорубов и клоузеров	1 380 000	
		ЗП Артем	2 400 000	
		Бонусы ледорубов и клоузеров	1 462 800	
		Бонусы парнеров	270 000	
		Бонусы представителей	318 000	
		Рассылка материалов	540 000	
		Подарки и кофе	187 000	
	Продукт	Встреча-брифинг перед подписанием	994 681	**2 часа работы СТО**
		Обучение	300 000	**2 часа работы СРО**
		Разработка материалов для отеля	112 200	
		Подключение и настройка	994 681	**2 часа работы СТО**
		Итого за год за все запуски	**15 693 339**	

Квал. лидов всего	830
Запусков всего	187
CPL квал.	16 014
CPO	76 398
CAC	83 922

Ежемесячное сопровождение для первых 20 клиентов

Категория	Блок	Тип расхода	Порядок расчёта	Бюджет на год	Стоимость на 1 клиента в мес.
Аккаунтинг	BD	Аккаунт-менеджер	Стоимость часа аккаунта * 3ч в месяц	1 021 277	19 149
	Продукт	Саппорт, в том числе технический	Стоимость часа продукта * 1ч в месяц	447 606	2 798
	Юристы	Закрывающие документы и счета	Стоимость часа юриста * 1ч в месяц	1 800 000	852
				3 268 883	**22 799**

LTV = LT × AOV × RPR × AGM

буду пользоваться этой >>> *LTV = AOV / Churn Rate*

LTV

Метрика	Значение	Как считаем	Пояснение к метрике
LT		Факта сейчас нет, я бы считала по формуле справа + смотрела детали в матрице ROMI	LT (Lifetime) — средний срок сотрудничества, начиная от момента первой покупки и заканчивая последней
RPR	1		RPR (Repeat Purchase Rates) — среднее количество покупок в месяц
AOV monthly	р.35 000,00	Факта нет, пока просто приравниваю к TR	AOV (Average Order Value) — сумма среднего чека
AGM	100%	(TR – CS)/TR Использую на вкладке с матрицей	AGM (Average Gross Margin) — средний коэффициент прибыльности, то есть та часть дохода, которая является чистой прибылью
МЕСЯЧНЫЕ ПОДПИСКИ / RHC		100%	**тут можно покрутить**
MTR	р.35 000,00	Тут просто беру сумму, которую нам в среднем будут платить отели. Тут пока что не делю на модель с абонентской либо revenue cost share	MTR (Monthly Total Revenue) — суммарный доход
MCS		Тут берем косты на общее сопровождение	MCS (Monthly Customer Service) — затраты на обслуживание
MCR	14%	Пока что тоже допущение, точно не знаем	MCR (Monthly Churn Rate) — ежемесячный отток клиентов
		LTV при помесячной оплате пока не отвалится	**250 000**
		Итого LTV	**250 000**

LTV / CAC	**3,0**

Unit экономика

Unit экономика является важным инструментом анализа бизнеса, который позволяет компаниям принимать стратегические решения на основе данных о прибыльности отдельных продуктов, услуг или отделений.



Спикер

Алексей Добрусин

https://t.me/Alexeydobrusin

https://m.vk.com/dobrusinalexey