

Примеры расчетов по формуле прибыли

Рассмотрим два разных работающих бизнеса из нашей практики - продажа наборов шаров на праздники и изготовление на заказ душевых перегородок из закаленного стекла.

Пример 1. Бизнес по продаже наборов шаров.

Начальные условия.

Исходные данные:		Постоянные затраты (упрощенно)	
средний чек	2 500 р.	аренда офиса	30 000 р.
маржинальность:	70%	ФОТ (продавцы)	100 000 р.
		затраты на сайт	80 000 р.
То есть с каждой продажи в 2 500 рублей бизнес зарабатывает 1 750 рублей.		Итого: 210 000 рублей.	

Пример расчёта №1 в начале работ

Конверсия сайта (сколько процентов посетителей оставляют заявки)	5%
Конверсия в продажи (сколько процентов из оставивших заявку потом оплачивают покупку)	40%
Маркетинговый бюджет (сколько фирма тратит на привлечение новых клиентов)	100 000 р.
Стоимость привлечения посетителя сайта	20 р.

Посчитаем, что получается:

Людей, посетивших сайт за месяц	$100\,000 / 20 = 5\,000$ человек
Количество заявок при конверсии в заявки 5%	$5\,000 * 5\% = 250$ заявок
Количество продаж при конверсии заявок в продажи 40%	$250 * 40\% = 100$ продаж

За месяц заработок составит $100 \text{ продаж} * 1\,750 \text{ рублей} = 175\,000 \text{ рублей}$

При этом опрос показал, что клиентам не нравится сервис, и они не планируют обращаться повторно. Поэтому в формуле коэффициент повторных покупок равен 1. Получается в итоге за вычетом постоянных расходов и маркетингового бюджета:

$175\,000 \text{ р.} - 210\,000 \text{ р.} - 100\,000 \text{ р.} = -135\,000 \text{ р.}$

То есть бизнес работает с убытком. Если смотреть в масштабе года, то убыток составит:

$-135\,000 \text{ рублей} * 12 \text{ месяцев} = -1\,620\,000 \text{ рублей}$

Пример расчёта №2. Улучшили показатели за 3 месяца работ

Конверсия сайта (сколько процентов посетителей оставляют заявки)	7% (увеличили на 2%)
Конверсия в продажи (сколько процентов из оставивших заявку потом оплачивают покупку)	50% (увеличили на 10%)
Маркетинговый бюджет (сколько фирма тратит на привлечение новых клиентов)	150 000 р. (увеличили на 50 000р.)
Стоимость привлечения посетителя сайта	20 р.

Посчитаем, как изменилась ситуация:

Людей, посетивших сайт за месяц	$150\ 000 / 20 = 7\ 500$ человек
Количество заявок при конверсии в заявки 7%	$7\ 500 * 7\% = 525$ заявок
Количество продаж при конверсии заявок в продажи 50%	$525 * 50\% = 262$ продаж

Улучшение клиентского обслуживания и введение системы бонусов привело к тому, что повторно стал обращаться каждый третий сделавший покупку. Поэтому в формулу прибыли вставляем коэффициент (количество продаж на одного человека) равный **1,33**.

За месяц заработок составит $262 \text{ продажи} * 1\ 750 \text{ рублей} * 1,33 = \mathbf{609\ 805 \text{ рублей}}$.

Получается в итоге за вычетом постоянных расходов и маркетингового бюджета:

$609\ 805 \text{ р.} - 210\ 000 \text{ р.} - 150\ 000 \text{ р.} = \mathbf{249\ 805 \text{ р.}}$

То есть от ежемесячного убытка в 135 000 рублей мы пришли к прибыли в 249 805 рублей.

Если смотреть в масштабе года, то прибыль составит:

$249\ 805 \text{ рублей} * 12 \text{ месяцев} = \mathbf{2\ 997\ 660 \text{ рублей}}$

Мы не учли сезонность и многие другие факторы в нашем прогнозе, но в любом случае изменение прогноза в годовом масштабе от убытка в 1,5 млн.р. до прибыли в 3 млн.р. сильно меняет картину. И дальнейшее развитие интернет-магазина показало верность наших предположений, хотя прибыль за год в итоге была поменьше прогнозируемой.

Пример 2. Бизнес по изготовлению душевых перегородок из закаленного стекла.

Начальные условия.

Исходные данные:		Постоянные затраты (упрощённо)	
средний чек:	45 000 р.	аренда офиса	30 000 р.;
маржинальность:	30%.	ФОТ (менеджер)	80 000 р.;
		затраты на сайт	80 000 р.
То есть с каждой продажи в 45 000 р. бизнес зарабатывает 13 500 р.		Итого: 190 000 рублей.	

Пример расчёта №1 в начале работ

Конверсия сайта (сколько процентов посетителей оставляют заявки)	4%
Конверсия в продажи (сколько процентов из оставивших заявку потом оплачивают покупку)	15%
Маркетинговый бюджет (сколько фирма тратит на привлечение новых клиентов)	240 000 р.
Стоимость привлечения посетителя сайта	30 р.

Посчитаем, что получается:

Людей, посетивших сайт за месяц	$240\,000 / 30 = 8\,000$ человек
Количество заявок при конверсии в заявки 5%	$8000 * 4\% = 320$ заявок
Количество продаж при конверсии заявок в продажи 40%	$320 * 15\% = 48$ продаж

За месяц заработок составит $48 \text{ продаж} * 13\,500 \text{ рублей} = 648\,000 \text{ р.}$

Люди редко покупают несколько душевых перегородок сразу или даже с периодичностью год-два. Поэтому количество продаж одному человеку ставим **1**.

Получается в итоге за вычетом постоянных расходов и маркетингового бюджета:

$648\,000 \text{ р.} - 190\,000 \text{ р.} - 240\,000 \text{ р.} = \mathbf{218\,000 \text{ р.}}$

Если смотреть в масштабе года, то прибыль составит:

$218\,000 \text{ рублей} * 12 \text{ месяцев} = \mathbf{2\,616\,000 \text{ рублей}}$

Неплохой результат по цифрам. Но заказчик собирался открывать новое направление и хотел, чтобы инвестиции в это направление были получены тут. Мы провели анализ конкурентной среды и предложили список работ для реализации. Результаты в следующем примере.

Пример расчёта №2. Настроили процесс продаж в CRM и запустили контекстную рекламу. Поработали 2 месяца.

Конверсия сайта (сколько процентов посетителей оставляют заявки)	5% (увеличили на 1%)
Конверсия в продажи (сколько процентов из оставивших заявку потом оплачивают покупку)	20% (увеличили на 5%)
Маркетинговый бюджет (сколько фирма тратит на привлечение новых клиентов)	240 000 р.
Стоимость привлечения посетителя сайта	30 р.

Посчитаем, как изменилась ситуация:

Людей, посетивших сайт за месяц	$240\ 000 / 30 = 8\ 000$ человек
Количество заявок при конверсии в заявки 5%	$8\ 000 * 5\% = 400$ заявок
Количество продаж при конверсии заявок в продажи 20%	$400 * 20\% = 80$ продаж

За месяц заработок составит $80 \text{ продаж} * 13\ 500 \text{ рублей} = \mathbf{1\ 080\ 000 \text{ рублей}}$

Получается в итоге за вычетом постоянных расходов и маркетингового бюджета:

$1\ 080\ 000 \text{ р.} - 190\ 000 \text{ р.} - 240\ 000 \text{ р.} = \mathbf{650\ 000 \text{ р.}}$

Если смотреть в масштабе года, то прибыль составит:

$650\ 000 \text{ рублей} * 12 \text{ месяцев} = \mathbf{7\ 800\ 000 \text{ рублей}}$

В итоге заказчик смог инвестировать в новое направление и дополнительно заказал у нас маркетинговую стратегию.

А если еще поработать над сервисом и сделать так, чтобы заказчики рекомендовали фирму своим знакомым, то можно добиться увеличения коэффициента повторных покупок больше единицы...