

Примеры расчетов на «калькуляторе прибыли»

Рассмотрим два разных бизнеса (реально работающих) с разной маржинальностью - бизнес по продаже наборов шаров на праздники и бизнес по изготовлению душевых перегородок из закаленного стекла.

Пример 1. Бизнес по продаже наборов шаров на праздники.

Исходные данные:

средний чек **2 500 р.**
маржинальность: **70%**

Постоянные затраты (упрощённо)

аренда офиса 30 000 р.
ФОТ 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.

Ситуация №1 начальная

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.

Таким образом количество людей, посетивших сайт за месяц, будет:	$100\,000 / 20 = 5\,000$ посетителей.
Коэффициент конверсии сайта – 5%, значит получим:	$5\,000 * 5\% = 250$ заявок.
Коэффициент конверсии заявок в продажи – 40%. Получаем:	$250 * 40\% = 100$ продаж.

За месяц заработок составит 175 000 р.

При этом людям не нравится их сервис, и больше они к ним не возвращаются. В формуле коэффициент повторных покупок равен 1. Получается в итоге за вычетом постоянных расходов и маркетингового бюджета:

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

То есть бизнес работает с убытком. Если смотреть за год, то убыток составит: $-135\,000 \text{ р.} * 12 \text{ мес} = -1\,620\,000$ р.

Ситуация №2 немного улучшим пару показателей

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

Посчитаем, как изменится ситуация:

Таким образом количество людей, посетивших сайт за месяц, будет:	$150\,000 / 20 = 7\,500$ посетителей.
Коэффициент конверсии сайта – 5%, значит получим:	$7\,500 * 5\% = 525$ заявок.
Коэффициент конверсии заявок в продажи – 40%. Получаем:	$525 * 40\% = 262$ продаж.

Таким образом прибыль с продаж за месяц составит $1\,750 * 262 = 458\,500$ р.

Так как повторно у нас покупает каждый третий, то в формулу вставляем коэффициент (количество продаж на одного человека) равный **1,33**.

Посчитаем итоги за год:

Таким образом количество людей, посетивших сайт за год, будет:	$1\,800\,000 / 20 = 90\,000$ посетителей.
Коэффициент конверсии сайта – 5%, значит получим:	$90\,000 * 5\% = 6\,300$ заявок.
Коэффициент конверсии заявок в продажи – 40% Количество продаж на одного человека – 1,33 Получаем:	$6\,300 * 40\% = 3\,150$ продаж. +1050 купят повторно Итого 4200 продаж за год

Маржинальная прибыль за год составит: $1\,750 * 4200 = 7\,350\,000$ рублей.

Затраты за год составят: $(150\,000 + 210\,000) * 12 = 4\,320\,000$ рублей.

Получаем среднюю прибыль в месяц: $(7\,350\,000 - 4\,320\,000) / 12 = 252\,500$ рублей.

То есть от ежемесячного убытка в 135 000 рублей мы пришли к прибыли в 252 500 рублей.

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

<p>Исходные данные:</p> <p>средний чек: 45 000 р. маржинальность: 30%.</p> <p>То есть с каждой продажи в 45 000 р. бизнес зарабатывает 13 500 р.</p>	<p>Постоянные затраты (упрощённо)</p> <ul style="list-style-type: none"> • аренда офиса 30 000 р.; • ФОТ 80 000 р.; • затраты на сайт 80 000 р. <p>Итого: 190 000 рублей.</p>
---	--

Ситуация №1 начальная

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.

Таким образом количество людей, посетивших сайт за месяц, будет:	$240\,000 / 30 = 8\,000$ посетителей.
Коэффициент конверсии сайта – 5%, значит получим:	$8\,000 * 4\% = 320$ заявок.
Коэффициент конверсии заявок в продажи – 40%. Получаем:	$320 * 15\% = 48$ продаж.

За месяц заработок составит 648 000 рублей.

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

Получается в месяц за вычетом постоянных расходов и маркетингового бюджета: **218 000 рублей**
Прибыль за год составит: $218\,000 \text{ рублей} * 12 \text{ месяцев} = \mathbf{2\,616\,000 \text{ рублей}}$

Ситуация №2 немного улучшим пару показателей

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

Посчитаем, как изменится ситуация:

Таким образом количество людей, посетивших сайт за месяц, будет:	$240\ 000/30 = 8\ 000$ посетителей.
Коэффициент конверсии сайта – 5%, значит получим:	$8\ 000 * 5\% = 400$ заявок.
Коэффициент конверсии заявок в продажи – 40%. Получаем:	$400 * 20\% = 80$ продаж.

Таким образом доход с продаж за месяц составит $13\ 500 * 80 = 1\ 080\ 000$ рублей.

Или в годовом выражении: $1\ 080\ 000 * 12 = 12\ 960\ 000$ рублей.

Расходы за год получаются следующие: $(240\ 000 + 190\ 000) * 12 = 5\ 160\ 000$ рублей.

Прибыль за год: $12\ 960\ 000 - 5\ 160\ 000 = 7\ 800\ 000$ рублей.

Или **в месяц:** $7\ 800\ 000 / 12 = 650\ 000$ рублей.

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