

Сколько вы можете платить за заявку, чтобы не работать в минус

Заполните правую колонку своими цифрами и пройдите по формуле. Полчаса работы, и вопрос «дорого или нормально» перестанет быть вопросом вкуса.

Пять цифр, которые нужно собрать

1. Средний чек сделки за последние 6 месяцев (медиана)
2. Маржинальность сделки, % после себестоимости и исполнения
3. Конверсия заявки в оплату по CRM, %
4. Сделок с одним клиентом за год (нет повторов — единица)
5. Все расходы на привлечение за месяц, вместе с зарплатами

Формула

предельная цена заявки = маржа со сделки × число покупок за горизонт × доля маржи на привлечение × конверсия заявки в клиента

Три сценария для сверки

Сценарий	Маржа за горизонт	Предельный САС	Цена заявки
Интернет-магазин	2 430 Р	850 Р	510 Р
Услуги для людей	15 925 Р	5 574 Р	1 393 Р
B2B, цикл полгода	288 000 Р	100 800 Р	8 064 Р

Доля маржи на привлечение везде 35%, и она же задаёт отдачу: ROMI 186%. Поправка на цикл считается по ключевой ставке 14%.

Что делает отдел продаж

Конверсия заявки в договор	Предельная цена заявки
15%	836 Р
20%	1 115 Р
25%	1 393 Р
30%	1 672 Р
44%	2 452 Р

Четыре правила, чтобы расчёт не сошёл

1. Делите расходы на клиентов, а не на заявки. Между ними стоит отдел продаж, и разница у большинства двукратная.
2. Берите маржу, а не выручку. Расчёт от выручки даёт красивую цифру, из которой нельзя сделать ни одного вывода.
3. Считайте горизонт, за который отвечаете: год для магазина и услуг, два-три года для B2B. Бесконечный LTV при ставке 14% не значит ничего.
4. Первые два-три месяца кампании цена заявки будет выше потолка. Это плата за данные, сравнивать имеет смысл с четвёртого месяца.