

1. Динамика роста пользователей

Исходные данные:

- Начальный объем клиентов: 10 клиентов.
- Прирост клиентов
:
 - Год 1: Начальный объем – 10 клиентов.
 - Год 2: Прирост – 20% (12 клиентов).
 - Год 3: Прирост – 15% (14 клиентов).
 - Год 4: Прирост – 10% (15 клиентов).
 - Год 5: Прирост – 5% (16 клиентов).

Таблица динамики роста пользователей:

Год	Прирост клиентов (%)	Общее количество клиентов
1	-	10
2	20	12
3	15	14
4	10	15
5	5	16

2. Каналы привлечения пользователей и их стоимость (CAC)

Бюджет на маркетинг:

- **Общий маркетинговый бюджет:** 1,000 USD в год.
- **Предположим,** что в первый год привлекается 10 клиентов.

Стоимость привлечения одного клиента (CAC):

$CAC = 1,000 \text{ USD} / 10 \text{ клиентов} = 100 \text{ USD}$ на клиента

3. Вовлеченность пользователей

Данные по вовлеченности:

- **Частота покупок:** Каждый клиент покупает целлюлозу **раз в месяц**.
- **Средний объем покупки:** 1,000 тонн целлюлозы на покупку.
- **Цена продажи целлюлозы:** 600 USD за тонну.

Средний доход от одного клиента в год:

$1,000 \text{ тонн} \times 600 \text{ USD за тонну} = 600,000 \text{ USD}$ в месяц

Таким образом, для одного клиента:

$600,000 \text{ USD} \times 12 \text{ месяцев} = 7,200,000 \text{ USD}$ в год

4. LTV (Lifetime Value) / CAC и срок окупаемости

LTV (пожизненная ценность клиента):

Предположим, что клиент остается с проектом в среднем 5 лет.

$LTV = 7,200,000 \text{ USD в год} \times 5 \text{ лет} = 36,000,000 \text{ USD за клиента}$

LTV / CAC:

$LTV/CAC = 36,000,000 \text{ USD} / 100 \text{ USD} = 360,000$

Это означает, что каждый клиент приносит в 360,000 раз больше прибыли, чем стоит его привлечение.

Срок окупаемости:

$\text{Срок окупаемости} = CAC / \text{Ежегодная прибыль от клиента} = 100 \text{ USD} / 7,200,000 \text{ USD} = 0.000014 \text{ года} \approx 0.5 \text{ минуты}$

Итоги:

1. Динамика роста пользователей: Прирост клиентов составляет 20% в первый год, затем темпы замедляются до 5% в пятый год.
2. Каналы привлечения пользователей и их стоимость (CAC)

:

- CAC — 100 USD на клиента.
- Бюджет на маркетинг — 1,000 USD в год.

3. **Вовлеченность пользователей:** Средний клиент покупает 1,000 тонн целлюлозы в месяц, что дает годовой доход в 7,200,000 USD.

4. **LTV/CAC и срок окупаемости**

:

- LTV/CAC = 360,000, что означает, что каждый клиент приносит 360,000 раз больше прибыли, чем стоит его привлечение.
- **Срок окупаемости:** 0.5 минуты — это крайне высокая окупаемость с таким уровнем прибыли.

Такой расчет демонстрирует невероятно высокую рентабельность привлечения клиентов при предложенных параметрах.