

Словарик маркетинга

Экономика, воронка и стоимость привлечения

CAC	Customer Acquisition Cost Стоимость привлечения одного нового клиента.
Формула	(Расходы на маркетинг + продажи) / Новые клиенты
CR	Conversion Rate Конверсия между этапами воронки. Считается отдельно на каждом этапе.
Формула	Перешедшие на следующий этап / Все на текущем этапе × 100%
CPL	Cost per Lead Стоимость одного полученного лида.
Формула	Расходы на привлечение / Количество лидов
CPO	Cost per Order Стоимость одной сделки или заказа.
Формула	Расходы на привлечение / Количество сделок
CPA	Cost per Action Стоимость пользователя, совершившего целевое действие.
Формула	Расходы на рекламу / Количество целевых действий
AOV	Average Order Value Средний чек — сколько в среднем компания получает с одной продажи.
Формула	Выручка / Количество заказов
LTV	Lifetime Value Прибыль, которую клиент приносит за всё время взаимодействия с компанией.
Формула	AOV × Среднее число покупок × Маржинальность

Словарик маркетинга

Реклама, окупаемость и вовлечённость

CTR	Click-Through Rate Коэффициент кликабельности объявления.
Формула	Клики / Показы × 100%
CPC	Cost per Click Средняя стоимость одного клика по рекламе.
Формула	Расходы на рекламу / Количество кликов
CPM	Cost per Mille Стоимость 1 000 показов рекламного объявления.
Формула	Расходы на рекламу / Показы × 1 000
ROMI	Return on Marketing Investment Окупаемость затрат на маркетинг. Показывает, сколько прибыли вернули маркетинговые вложения.
Формула	(Валовая прибыль от маркетинга - Расходы на маркетинг) / Расходы × 100%
ДРР	Доля рекламных расходов Доля рекламных затрат в выручке, полученной от рекламы.
Формула	Расходы на рекламу / Выручка от рекламы × 100%
ER	Engagement Rate Коэффициент вовлечённости — активность аудитории в социальных сетях.
Формула	Взаимодействия / Охват × 100%