



Marketing Unit Ekonomika

Unit Ekonomika bilan ishlash:



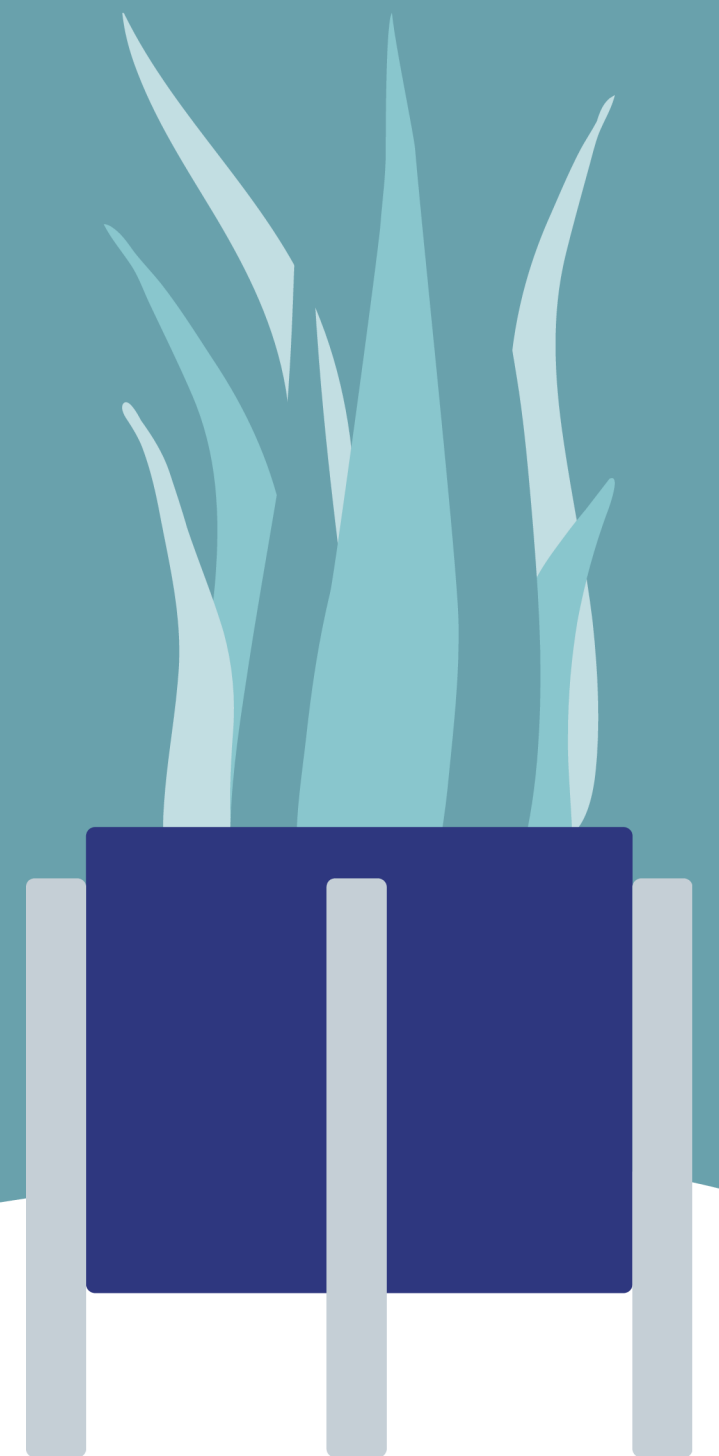
- **Unit Ekonomika biznes modelning asosi sifatida**
- **Asosiy biznes metrikalar**
- **Hisoblash**
- **Healthy va unhealthy unit ekonomika**
- **Real Keys**

Unit Ekonomika biznes modelning asosi sifatida



Biznes model nima?

Biznes model – bu qanday qilib biznes pul ishlashini ko'rsatadigan tizim.





Misol: Roma Pizza

Aytaylik sizda pizza restorani bor. Uning biznes modeli:

Kimga? – Ishda band odamlarga, talabalar, oilalarga

Nimani? – Tez tayyorlanadigan, mazali, yetkazib beriladigan pizza

Qanday qilib? – Har bir buyurtmadan daromad (AOV \$7), yetkazib berish xizmati orqali ko'proq buyurtma, aksiyalar orqali sodiqlikni oshirish



Misol: Roma Pizza

Biznes turi	Biznes modeli misoli
E-commerce	Mahsulot sotish + yetkazib berish
SaaS (software)	Oylik obuna asosida daromad
Freemium ilovalar	Bepul xizmat + pulli xususiyatlar
Konsalting firmasi	Soatlik haq yoki loyiha asosida to'lov
Marketpleys (Ozon)	Har bir sotuvdan komissiya

Bitta mijozning narxi - biznes modelning asosi



CAC - Customer Acquisition Cost

**CAC'dan kelib chiqqan holda, biznes model tuziladi. Ya'ni,
CAC qanaqa bo'lsa, shunga qarab pul sarfi, investitsiyasi
miqdori va qoldigan foyda hisoblab chiqiladi**

Asosiy tushunchalar:

CAC – CUSTOMER ACQUISITION COST

AOV – AVERAGE ORDER VALUE

GPM – GROSS PROFIT MARGIN

CLTV – CUSTOMER LIFETIME VALUE

PAYBACK PERIOD – QOPLASH MUDDATI

Asosiy tushunchalar:

CAC – CUSTOMER ACQUISITION COST

CAC = MARKETING VA SAVDO XARAJATLARI / JALB QILINGAN MIJOZLAR SONI

CAC = \$3500 + \$1500 / 100 = \$50

AOV – AVERAGE ORDER VALUE (СРЕДНЫЙ ЧЕК)

AOV = UMUMIY SAVDO / BUYURTMALAR SONI

AOV = \$10,000 / 250 = \$40

GPM – GROSS PROFIT MARGIN

GPM (%) = [(SAVDO AYLANMASI – TO'G'RIDAN-TO'G'RI XARAJATLAR) / SAVDO AYLANMASI] × 100

GPM = [(\$100 – \$60) / \$100] × 100 = 40%

CLTV – CUSTOMER LIFETIME VALUE

CLTV = (AOV × XARIDLAR SONI × GPM)

CLTV = \$50 × 12 × 0.4 = \$240

PAYBACK PERIOD – QOPLASH MUDDATI

PAYBACK PERIOD (OYLARDA) = CAC / (OYLIK CLTV)

PAYBACK PERIOD = \$60 / \$20 = 3 OY

ROAS – RETURN ON AD SPEND

REKLAMAGA SARFLANGAN HAR 1 SO'MGA QANCHA DAROMAD KELGANINI KO'RSATADI.

FORMULA:

ROAS = REKLAMA ORQALI TUSHGAN DAROMAD / REKLAMA XARAJATLARI

ROAS = \$2000 / \$500 = 4 \$1 REKLAMA = \$4 DAROMAD

BOUNCE RATE

VEBSAYTINGIZGA KIRIB, HECH NARSA QILMASDAN CHIQIB KETGANLAR ULUSHI.

FORMULA:

BOUNCE RATE (%) = (1 SAHIFADAN ORTIQ YURMAGAN TASHRIFLAR / JAMI TASHRIFLAR) × 100

BOUNCE RATE = (300 / 1000) × 100 = 30%

CHURN RATE (MIJOZ YO'QOTISH DARAJASI)

OBUNA ASOSIDAGI BIZNESLAR UCHUN: QANCHA MIJOZ KETMOQDA?

FORMULA:

CHURN RATE (%) = (YO'QOTILGAN MIJOZLAR SONI / BOSHLANG'ICH MIJOZLAR SONI) × 100

CHURN RATE = (10 / 100) × 100 = 10%

CPM – COST PER MILLE (1000 TA KO'RISH NARXI)

REKLAMANGIZNING 1000 TA KO'RISH QIYMATI.

FORMULA:

CPM = (REKLAMA XARAJATLARI / KO'RISHLAR SONI) × 1000

CPM = (\$300 / 50,000) × 1000 = \$6

“Healthy” va “Unhealthy” Unit Ekonomika

Healthy (sogʻlom) Unit Ekonomika nima?

**CLTV > CAC (mijoz hayoti davomida keltirgan foyda uni
jalb qilish xarajatidan katta)**

GPM > 40% (sof foyda yetarli)

Mijozlar koʻp marta qaytib keladi

Reklama daromadni oʻsishiga olib keladi

1-misol: Healthy

CAC = \$25

AOV = \$50

GPM = 50%

Buyurtmalar = 3 ta (yiliga)

CLTV = $\$50 \times 3 \times 50\% = \75

Natija: Har bir mijozdan \$50 sof foyda.

Zudlik bilan qoplanadi. Foydali.



“Healthy” va “Unhealthy” Unit Ekonomika

Unhealthy (sog'lom bo'lmagan) Unit Ekonomika nima?

- **CAC > CLTV (1 ta mijozni olish uchun ko'p pul ketadi)**
- **Past marja (xarajatlar baland)**
- **Bir martalik sotuvlar – mijoz qaytib kelmaydi**
- **Marketing faqat “trafik” olib keladi, real daromad emas**

2-misol: Unhealthy

CAC = \$60

AOV = \$30

GPM = 30%

Buyurtmalar = 1 ta

CLTV = $\$30 \times 1 \times 30\% = \9

Natija: Har bir mijozdan \$51 zarar. Kampaniya zararli, uni to'xtatish kerak.



Keys

CAC ni kamaytirish strategiyasi

Budget	Reach	CTR (2%)	Clicks	Landing Page Conv. (10%)	Visitors	Lead Conv. (20%)	Leads	Visit Conv. (50%)	Traffic (Offline Visits)	Sales Conv. (25%)	Sales	CPA
\$25 000,00	4 000 000,00	2%	80000	10%	8000	20%	1600	50%	800	25%	200	\$125

CAC = (33000+25000+10000)/200
CAC=340\$

CAC ni kamaytirish strategiyasi

- **tahlil tizimini optimallashtirish**
 - **sotuv voronka tizimini optimallashtirish**
 - **offerlarni qayta ishlash**
 - **maqsadni aniqlab olish (ya'ni qanaqa mijoz (lid) kerakligini)**
- 



Natijali Marketing mini kurs

6 ta dars

format: online

Programma:

1-DARS: Marketing natijasi – sotuvdan boshlanadi

2-DARS: Har kunlik kompaniya tahlili

3-DARS: Asosiy unit iqtisod – oddiy qilib

4-DARS: Raqamlardan qanday xulosa chiqariladi

5-DARS: 30 daqiqada yangi strategiya tuzish

6-DARS (BONUS): haftalik hisobotlashtirish



Savollar ?