

Az ügyfélérték-növelés képlete



Long story short



Miről lesz ma szó? - Agenda

- Alapfogalmak
- Miért fontos a CLV érték?
- Hogyan tudom növelni az LTV értéket?
- Adatok, riportok



Alapfogalmak



LTV (CLV) érték

Az ügyfél élettartam-értéke (CLV) egy üzleti mérőszám, amely azt méri, hogy egy vállalkozás mennyi bevételt tud realizálni egy átlagos ügyféltől a vele való kapcsolat során. Ha ismerjük a CLV-t, megalapozott marketing- és értékesítési döntéseket hozhatunk.

Képlete

Átlagos ügyfélérték * Vásárlások átlagos száma



Egyéb mutatók, képletek

Átlagos vásárlási érték

$$\frac{\text{Teljes bevétel}}{\text{Vásárlások száma}}$$

Ügyfélérték

$$\frac{\text{Átlagos vásárlási érték}}{\text{Átlagos vásárlási gyakoriság}}$$

Átlagos vásárlási gyakoriság

$$\frac{\text{Vásárlások száma}}{\text{Vásárlók száma}}$$

Ügyfél átlagos élettartam

$$\frac{\text{Ügyfél élettartam összege}}{\text{Ügyfelek száma}}$$



Példa: Klikk Mária



Időtartam: 1 év



Vásárlások száma: 4



Átlag vásárlás értéke: 60.000 Ft

Példa: Klikk Mária



LTV érték: 240.000 Ft

Miért fontos a CLV érték?



Miért fontos ez?

Hirdetési költség



Budget tervezés: azok számára hirdessünk, akik több értéket teremtenek

Egyéb csatornák



PPC hirdetések, organikus forgalom, affiliate partnerek, email marketing, stb.

Akciós kampányok



Kiknek, meddig és mit hirdessünk egy ilyen kampányban?

Üzleti tervezés



Margin optimalizálás, beszerzés, termékkínálat tervezése



Hogyan tudom növelni az CLV értéket?



Hogyan tudom növelni a CLV értéket?

Upsell

Automatizálás

Visszaküldés

Cross-sell

**Adat alapú
tervezés**

Hűségprogram

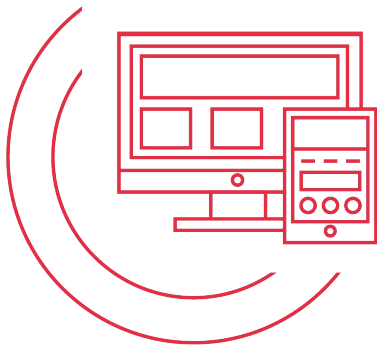
**Profi
ügyfélszolgálat**

**Konverzió
optimalizálás**

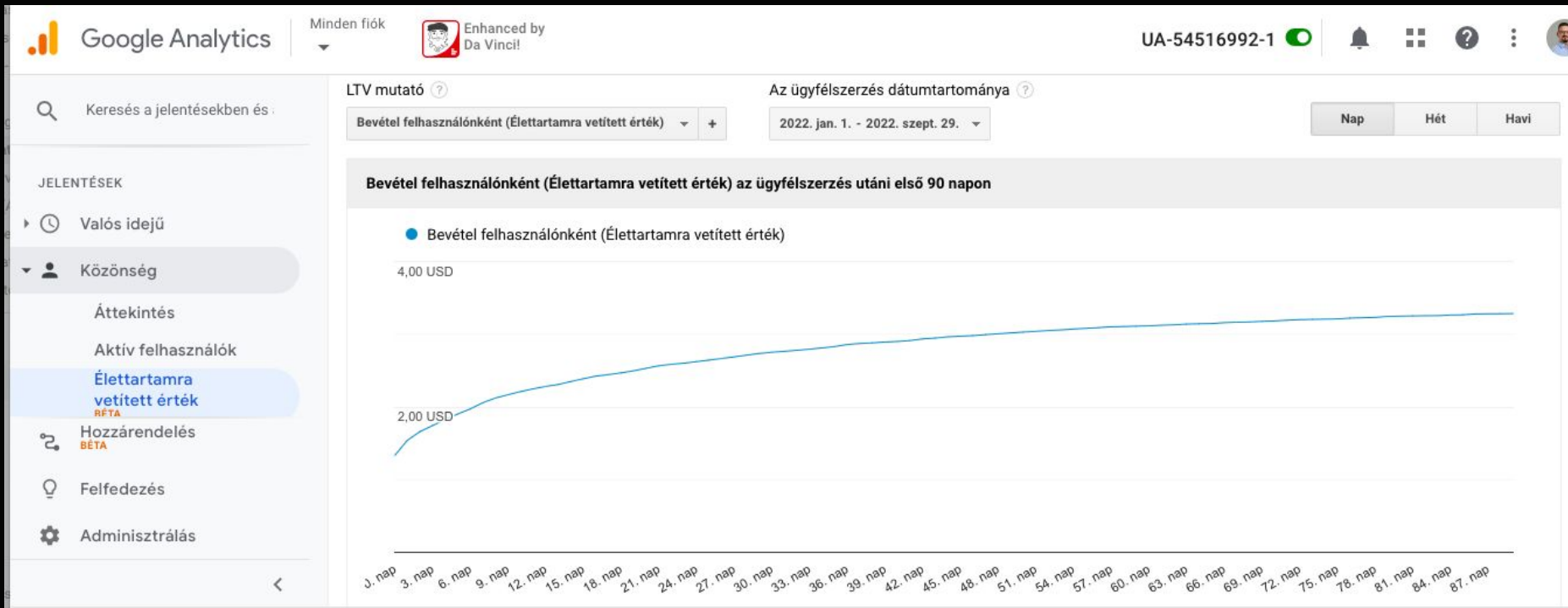
**Aktív közösségi
média jelenlét**



Adatok, riportok



Google Analytics UA



Google Analytics UA

AK

os idejű

Önség

tekintés

ktív felhasználók

ettartamra
vetített érték

zárendelés

edezés

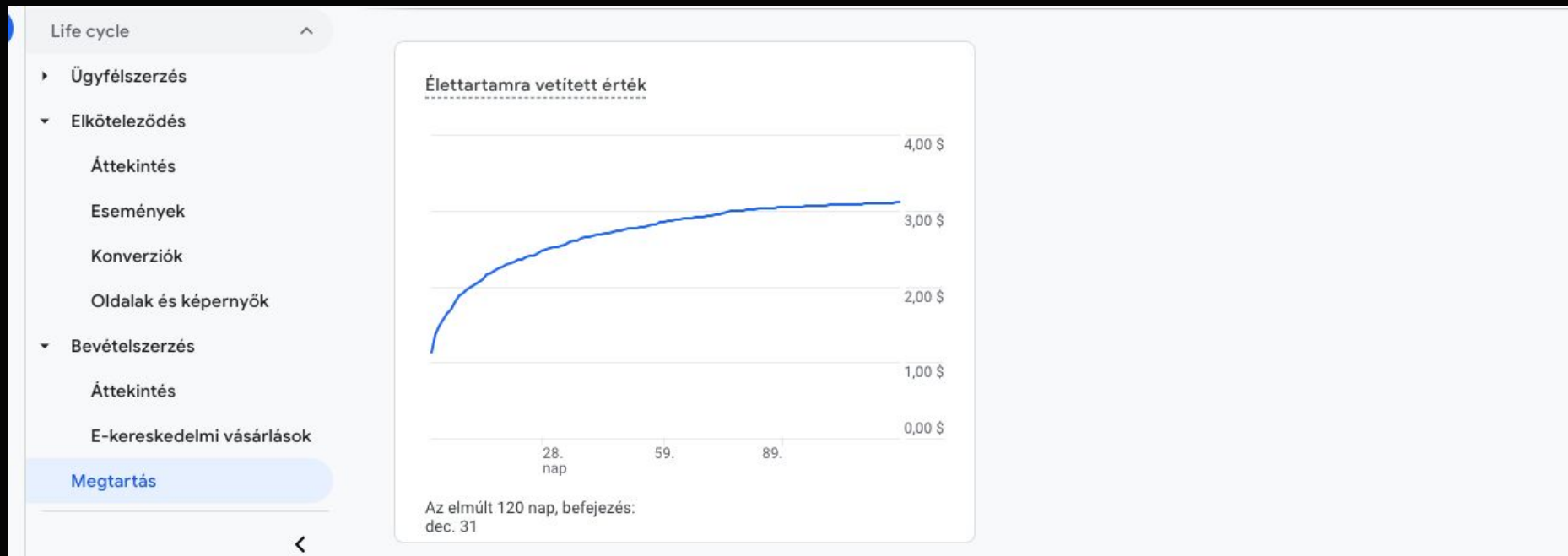
minisztrálás

Sorok ábrázolása

haladó

☐	Akvíziós csatorna	Felhasználók ? ⓘ ↓	Bevétel felhasználónként (Élettartamra vetített érték) ? ⓘ	Bevétel (Élettartamra vetített érték) ? ⓘ
		499 312 % a teljesből: 100,00% (499 312)	3,28 USD % a teljesből: 100,00% (3,28 USD)	1 639 616,17 USD % a teljesből: 100,00% (1 639 616,17 USD)
☐	1. Direct	421 358 (84,15%)	3,71 USD (113,18%)	1 561 683,53 USD (95,25%)
☐	2. Paid Search	54 796 (10,94%)	1,32 USD (40,32%)	72 342,04 USD (4,41%)
☐	3. Display	23 072 (4,61%)	<0,01 USD (0,21%)	161,00 USD (0,01%)
☐	4. Affiliates	1 426 (0,28%)	3,81 USD (116,27%)	5 429,60 USD (0,33%)
☐	5. (Other)	38 (0,01%)	0,00 USD (0,00%)	0,00 USD (0,00%)
☐	6. Organic Search	3 (0,00%)	0,00 USD (0,00%)	0,00 USD (0,00%)

Google Analytics 4





Köszönöm a figyelmet!

www.klikkmania.hu



Tóth Viktor, PPC Team Lead
viktor.toth@klikkmania.hu