

# Cum sa stabilesti bugetul optim?

20.04.2010, Lumea SEO PPC

# Cat poti castiga de la fiecare client?

## *Exemplu*

1. Produsul sau serviciu are un pret de **100 UM** la vanzare
2. Costul de productie il constituie **-60 UM**
3. Castigul din vanzarea acestui produs este de **40 UM**
4. Taxe si alte cheltuieli sunt **-10 UM**

Daca profitul net de pe acest produs este **30 UM** cat esti dispus sa cheltui ca sa castigi aceasta valoare?

De cate ori intr-un an clientul tau poate cumpara de la tine?

10 ori / an / client / 30 UM = intr-un an valoare unui client este de **300 UM**

# Cat costa un client?

*Costul unui client poate reprezinta cel putin valoarea castigului net / un an (daca perioada de retentie a clientul este de 1 an) in urma acelui client.*

*Daca adaugam faptul ca unui client i se pot vinde produse aditionale in perioada in care se afla in portofoliu si faptul ca un client spune la mai multi despre serviciile tale, valoarea lui creste.*

*Astfel valoare bugetului pentru 1 client / an este de 300 UM, daca media de vanzari / client / an este de 10 si daca valoarea medie a achizitiei este de 100 UM.*

# Cat de putin trebuie sa cheltui ca sa generezi cel mai mare profit?

*Daca putem genera 300 UM, adica 1 client si cheltuim pentru un client 1 UM atunci aceasta este bugetul cu cea mai mare profitabilitate.*

*Astfel armele de marketing care ne permit o segmentare pana la 10% din valoarea de vanzare a unui produs sau serviciu sunt cele prin intermediul carora putem evalua cel mai bine bugetul cel mai profitabil.*

*Ex. In cazul achizitia de media pe TV bugetul minim este de ordinul a 100 de ori valoare medie a unui produs. Riscul este mult mai mare.*

*OBS. In PPC MARKETING poti adauga sau deduce pana la 1/100 din valoarea unui produs, astfel ne putem apropia de valoarea cu cea mai mare rentabilitate cu mare precizie*

# Planificari de buget

1. in baza 0
2. in baza bugetului anterior

# De ce imi place PPC? (cateva motive)

Pentru ca te invata care este bugetul maxim pe care trebuie sa il consumi ca sa generezi o vanzare

Pentru ca te ajuta sa planifici bugetul pe termen scurt, mediu si lung.

Pentru ca te ajuta sa compari anumite perioade in care ai avut un anumit buget si un volum de clienti generati cu alte perioade

Pentru ca te ajuta sa intelegi daca afacerea ta este sau nu profitabila in orice moment

# Cum planifici bugetul pentru SEO?

Estimeaza daca traficul pe care il vor aduce rezultatele organice va genera pe o perioada de timp vanzarile dorite

Nu toate cuvintele cheie care aduc trafic genereaza vanzari si nu toate cuvintele care genereaza vanzari aduc trafic.

Optimizarea pentru toate cuvintele cheie din vocabular nu este rentabila si costurile de constructie a continutului si link building sunt prea mari

SEM inseamna PPC si SEO si exista un motiv foarte clar de ce cele doua fac parte din aceeasi arma de marketing online

**multumesc**

(cauta "imunteanu" sau "ionut munteanu" pe Google)