



Финансовые показатели и финансовая модель



Шаг 1 - Гипотезы

- Знания о рынке и потребителях
- Стратегия развития компании
- Маркетинговые показатели
- Экономические показатели
- Любые прочие индикаторы, влияющие на финансовый результат

Шаг 1 - Гипотезы

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	R	S	T		
1	Assumptions																			
2																				
3																				
4	Parameters												Units		2015		2016		2017	
5																				
6	Маркетинговый бюджет																			
7	SEO												млн. руб.		1		6		6	
8	Performance												млн. руб.		3		22		23	
9	Media												млн. руб.		1		4		5	
10																				
11	Стоимость посетителя																			
12	SEO												руб.		4		4		4	
13	Performance												руб.		0,6		0,6		0,6	
14	Media												руб.		2		2		2	
15																				
16	Лояльность аудитории																			
17	Конверсия в активного пользователя												%		5%		5%		5%	
18	Отток активных пользователей												%		22%		19%		18%	
19	Частота посещений в месяц активным пользователем												раз		12		15		18	
20	Переходы с других порталов к общему трафику												%		31%		34%		37%	
21																				
22																				



Шаг 2 - Выручка

- Использовать только формулы
- Учитывать все косвенные расходы на продажи
- Учитывать маркетинговые показатели
- Разбивать по статьям доходов

Шаг 2 - Выручка

	N	O	R	S	T
Revenue					
Parameters	Units	2015	2016	2017	
Total revenue	руб.	10 357 231р.	45 215 714р.	85 367 960р.	
Посетители портала					
Новые посетители	чел./год	7 532 500	53 823 333	57 996 667	
Активные пользователи	чел./год	290 001	2 325 311	4 232 367	
Всего посещений	чел./год	11 012 515	88 702 998	134 179 271	
Количество просмотров страниц	просмотров/год	22 472 689	187 052 225	283 797 158	
Доходы от медийной рекламы					
Количество показов баннеров	шт./год	67 418 066	561 156 676	851 391 474	
Количество выкупленных показов баннеров	шт./год	13 483 613	140 289 169	246 903 527	
Стоимость проданной рекламы	руб.	1 348 361р.	14 028 917р.	24 690 353р.	
Комиссия sales house	руб.	337 090р.	3 507 229р.	6 172 588р.	
Доходы с учетом комиссии	руб.	1 011 271р.	10 521 688р.	18 517 765р.	
Доходы от специальных проектов					
Доходы от специальных проектов	руб.	2 000 000р.	2 800 000р.	3 200 000р.	



Шаг 3 - Затраты

- Использовать только формулы
- Отдельно считать капитальные (CapEx) и операционные (OpEx) затраты .
- Учитывать амортизацию с момента получения первой выручки
- Учитывать налоги

Шаг 3 - Затраты

Parameters	Units	2015	2016	2017	2018
TOTAL OpEx	руб	37 545 650p.	67 771 467p.	71 854 933p.	73 941
Затраты на маркетинг					
Маркетинг	руб	5 000 000p.	32 000 000p.	34 000 000p.	36
Зарплата					
Зарплата	руб	19 150 000p.	20 150 000p.	20 150 000p.	20 15
Налоги на зарплату	руб	5 745 000p.	6 045 000p.	6 045 000p.	6 04
Аренда					
Аренда	руб	4 500 000p.	4 500 000p.	4 500 000p.	4 50
Создание контента					
Video	руб.	1 000 000p.	1 000 000p.	3 000 000p.	3 00
Text	руб.	2 000 000p.	3 000 000p.	3 000 000p.	3 00
Техническое обеспечение					
Техническое обеспечение	руб	150 000p.	1 070 467p.	1 150 000p.	1 04



Шаг 4 - Финансовый результат

- Показывает и обосновывает истинный размер необходимых инвестиций и оценку компании
- EBITDA - Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization = Revenue – OpEx
- EBIT- Earnings before interest and taxes = EBITDA – CapEx

Шаг 4 - Финансовый результат

Parameters	Units	2015	2016	2017
REVENUE	млн.руб.	10,36	45,22	85,37
OpEx	млн.руб.	(37,5)	(67,8)	(71,9)
EBITDA	млн.руб.	(27,2)	(22,6)	13,5
CapEx	млн.руб.	(5,5)	(5,5)	(5,5)
EBIT	млн.руб.	(32,7)	(28,1)	8,0
TAXES	млн.руб.	0	(4)	1
PROFIT (LOSS)	млн.руб.	(32,7)	(24,4)	7,0
PROFIT (LOSS) COMMULATIVE	млн.руб.	(32,7)	(57,1)	(50,1)