

Юнит-экономика: современное финансовое моделирование и расчет прибыли

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 3 дня

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 13.07.2026

Место проведения: Ленинский проспект, д. 38А, город Москва

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Введение в Unit-экономику: определение и основные понятия

- Определение юнит-экономики: что это такое и зачем она нужна
- Основные понятия и метрики юнит-экономики
- Методы расчёта юнит-экономики: продуктовый и клиентский подходы
- Источники данных для расчёта: прогнозные и исторические данные
- Преимущества использования юнит-экономики в бизнесе: прогнозирование продаж, оценка рентабельности и оптимизация маркетинговых стратегий
- Недостатки: возможные ошибки при расчёте и ограничения в применении
- Роль юнит-экономики в оценке перспективности новых проектов и продуктов

Расчёт LTV (Lifetime Value) и CAC (Customer Acquisition Cost)

- Введение в расчёт LTV и CAC
- Методы расчёта LTV и CAC

- Влияние LTV и САС на прибыль компании
- Бенчмарки соотношения LTV и САС для разных отраслей
- Использование LTV и САС для принятия стратегических решений

Анализ точек безубыточности и определение оптимального объёма продаж

- Введение в анализ точек безубыточности и определение оптимального объёма продаж
- Факторы, влияющие на точку безубыточности
- Методы расчёта точки безубыточности
- Анализ чувствительности к изменениям ключевых параметров
- Определение оптимального объёма продаж
- Использование анализа точек безубыточности в управлении бизнесом

Практикум «Кейс по расчету основных метрик Unit экономики на примере любой компании присутствующих на курсе»

День 2

Сходимость Unit-экономики. Оценка возможностей масштабирования бизнеса

- Анализ результатов расчётов: сравнение САС и LTV
- Оптимизация соотношения LTV и САС
- Оценка возможностей масштабирования бизнеса на основе Unit-экономики

Retention и Churn rate

- Отток клиентов (Churn Rate): количество клиентов, отказавшихся от услуг или продукта за определённый период
- Показатель оттока дохода (Revenue Churn): отношение потерянного дохода к общему доходу за период
- Показатель удержания клиентов (Retention Rate): процент клиентов, оставшихся с компанией за определённый период
- Время между покупками (Time Between Purchases): среднее время между двумя покупками одного клиента

- Индекс потребительской лояльности (Net Promoter Score, NPS): показатель готовности клиентов рекомендовать компанию друзьям и знакомым

Корректировка рекламной кампании на основе Unit-экономики

- Корректировка рекламной кампании на основе юнит-экономики: оценка эффективности каналов лидогенерации и продаж
- Определение минимального количества юнитов для выхода на прибыль
- Влияние маркетинговых стратегий на юнит-экономику: оптимизация рекламных бюджетов

Практикум «Оптимизация параметров Unit-экономики на примере любой компании участников»

День 3

Расчёт юнит-экономики для разных типов бизнеса (услуги, товары, подписки)

- Выбор юнита: определение единицы расчёта для услуг, товаров и подписок
- Расчёт юнит-экономики для услуг: анализ доходов и расходов
- Расчёт юнит-экономики для товаров: учёт себестоимости и маржинальной прибыли
- Расчёт юнит-экономики для подписок: оценка стоимости привлечения подписчика и его ценности

Использование юнит-экономики для долгосрочного планирования и прогнозирования

- Оценка прибыльности и анализ затрат
- Пересмотр ценовой политики и стратегии роста
- Планирование и прогнозирование финансовых показателей
- Оптимизация затрат и повышение эффективности операций
- Использование юнит-экономики для привлечения инвестиций и сотрудничества с партнёрами



ТОП 10-ошибок внедрения Unit-экономики

Практикум «Планирование на основе показателей Unit-экономики»