

Как открывать направление Telegram в агентстве



Наталья Заичкина

SA Media Group

Чтобы любой бизнес процветал, нужна крутая команда. Команда, которой вы не будете мешать работать. (с)

 +7 (965) 409-88-70

 n.zaichkina@sa.media

 @smartpepsi

Адженда

ppc.world



elama

- Целеполагание. Зачем нужен отдел Telegram Ads в агентстве?
- Какие виды затрат есть и что важно учесть в бюджетировании?
 - Внешние контрагенты
 - Команда
 - Непредвиденные расходы
- Как собрать команду под разные стратегии отдела?

Целеполагание

Зачем нужен отдел

Telegram Ads в агентстве?

Определение стратегической задачи

Прямая маржа

Получение максимального
заработка с источника

Определение стратегической задачи

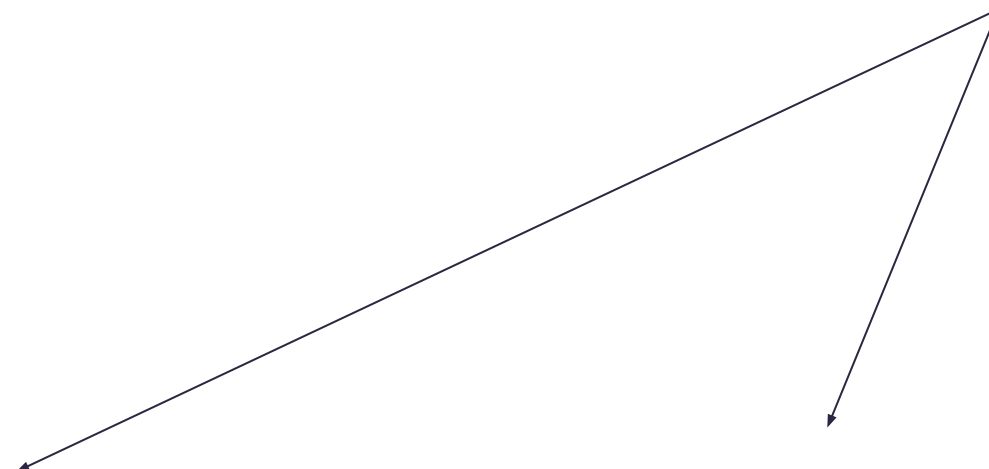
Прямая маржа

Получение максимального заработка с источника

..продуктового..

Поддержание и укрепление имиджа агентства

Расширение ... портфеля



..клиентского..

Новые деньги и последующий upsale других медиа

Формулировка кому и что продаем

ppc.world



elama

Прямая маржа

Получение максимального
заработка с источника

Кому?

Основная часть -
самостоятельные клиенты (SS)

Что?

Выгодные баинговые условия
и крутой продукт-автоматизация

Формулировка кому и что продаем

ppc.world



elama

Продуктовый портфель

Поддержание и укрепление
имиджа агентства

Кому?

Текущие клиенты агентства
на ведение под ключ (FS)

Что?

Команда опытных специалистов
и быстрая поддержка

Формулировка кому и что продаем

ppc.world



elama

Клиентский портфель

Новые деньги и последующий
upsale других медиа

Кому?

Всем, кому это может быть
интересно - и FS, и SS

Что?

Выгодные условия, крутой
продукт и команда
с поддержкой 24/7

**Какие виды затрат есть
и что важно учесть
в бюджетировании?**

Внешние контрагенты

Себестоимость инвентаря

- Рекламный бюджет = баланс кабинета
- Конвертация = реалистичный курс EUR
- Услуги подрядчика = АК за реселлинг
- Маркировка = тарификация ОРД
- НДС

Пример расчета

$$(1\,500\text{ EUR} * 100\text{ RUB}) * 20\% * 20\% = 216\,000\text{ RUB}$$



баланс



ЦБ + x%



АК



НДС



Стоимость пополнения кабинета

Маркировка от 0 RUB*

*зависит от ОРД

Себестоимость продукта

ppc·world



elama

- TG stat —→ 200 000 RUB - тариф “Корпоративный”

Чтобы анализировать каналы и формировать эффективные подборки

- Сайт/бот —→ от 300 000 RUB

Чтобы собирать новые лиды и расширять клиентский портфель

- Дашборд —→ от 500 000 RUB

Чтобы получать статистику в нужных агрегациях и оптимизироваться

Себестоимость продвижения

ppc.world



- Реклама —→ от 150 000р. в месяц

Telegram Ads, посевы, другие источники, чтобы привлекать лиды

- Конференции —→ от 20 000р. за билет

Чтобы присутствовать в гуще событий и знакомиться с decision maker

- Другое —→ N/A

Визитки для отдела продаж, мерчи, собственные мероприятия, чтобы быть “на слуху”

**Какие виды затрат есть
и что важно учесть
в бюджетировании?**

Команда



**“Если я и видел дальше,
то только стоя на плечах
гигантов”**

Исаак Ньютон, ученый

Компетенции команды мечты

ppc·world



elama

Бухгалтерия

Бухгалтерский учет, счета,
налоги

Документооборот

Заключение договоров,
проверка контрагентов

Юристы

Формирование документов,
проверка по букве закона

PR

Продвижение собственного
бренда

Компетенции команды мечты

ppc·world



elama

NewBiz

Рекрутмент новых контрагентов
в сделки

Продукт

Разработка всех
технологических решений

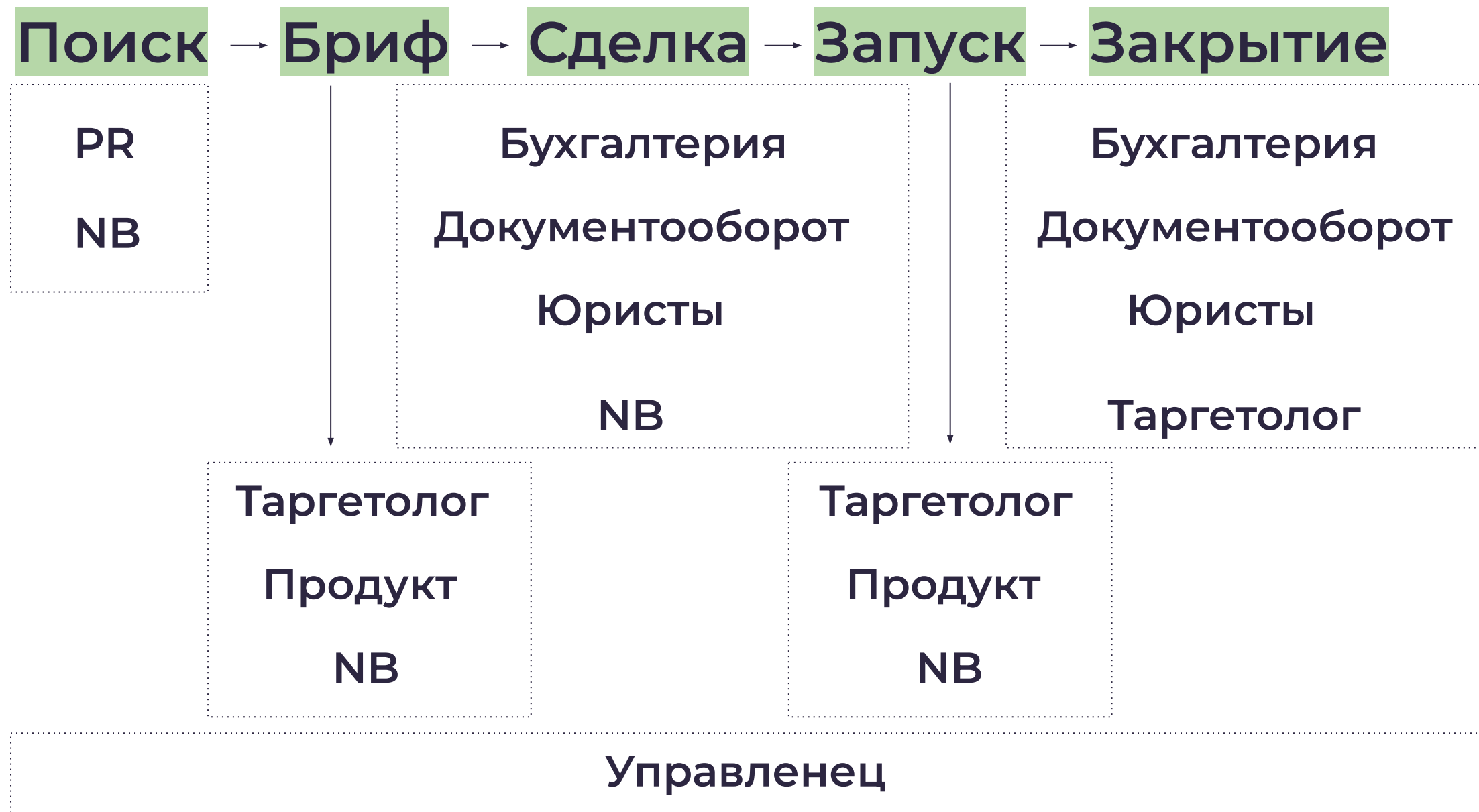
Таргетолог

Ведение кампаний,
коммуникация с клиентом

Управленец

Кто-то, кто замыкает
всю операционку

На каком этапе КТО подключается



**Какие виды затрат есть
и что важно учесть
в бюджетировании?**
Непредвиденные расходы

Непредвиденные расходы

- Волатильность курса валюты
- Стоимость услуг ОРД
- Переработки команды по выходным
- Апдейт кабинета и обновление продукта
- Объем пост-оплаты и кредитования клиентов
- Текучка в команде
- Повышение тарифов у внешних контрагентов
- Другое



Формула успеха или как эффективно следовать выбранной стратегии

Стратегия “Прямая маржа”

ppc.world



Плюсы

Быстрый результат по приросту прибыли

Минусы

Маржа стабильная, но не масштабируемая

Задача

Оптимизация PNL

Инвентарь

Коммитмент с контрагентом

Продукт

Внешние решения по подписке

Продвижение

Сарафан. Реферальные программы, кэшбеки

Команда

Сокращение численности: PR, NB, Продукт, Таргетолог

Расширение продуктового портфеля

Плюсы	→	Дополнительные бюджеты
Минусы	→	Низкая маржинальность, малый оборот
Задача	→	Закрыть потребности клиентов с помощью in-house
Инвентарь	→	Плавающие СК от биллинга
Продукт	→	Базовые решения для оптимизации текучки
Продвижение	→	Отсутствует
Команда	→	Только таргетологи

Расширение клиентского портфеля

Плюсы	→	Большая перспективность и масштабируемость
Минусы	→	Выход на окупаемость через 6-10 месяцев
Задача	→	Максимизация экспертизы для масс-рекрутмента
Инвентарь	→	Коммитмент с контрагентом + СК на перевыполнение
Продукт	→	Максимальный пак
Продвижение	→	Максимальный пак
Команда	→	Максимальный пак



Тот уже полдела сделал,
кто начал

Гораций

**Спасибо
за внимание!**