

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

- 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

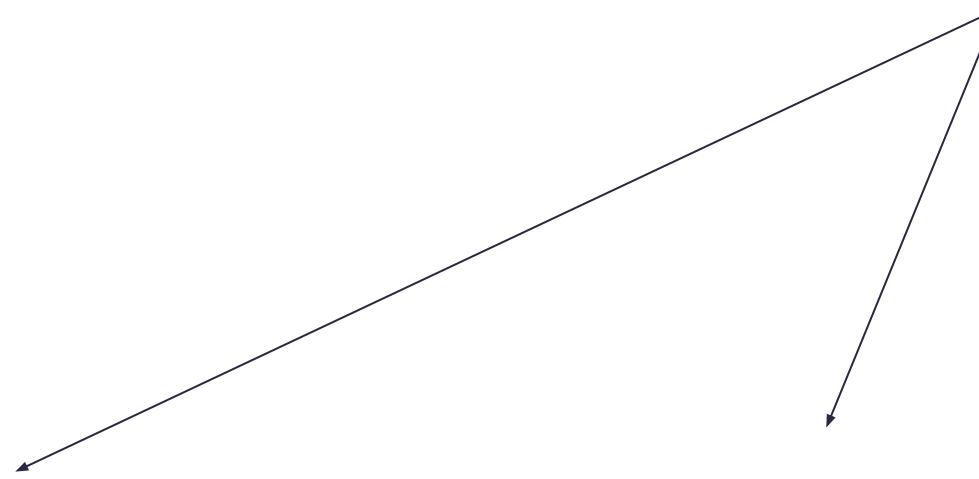
..продуктового..

Поддержание и укрепление
имиджа агентства

Расширение ... портфеля

..клиентского..

Новые деньги и последующий
upsale других медиа



Формулировка кому и что продаем

Прямая маржа

Получение максимального
заработка с источника

Кому?

Основная часть -
самостоятельные клиенты (SS)

Что?

Выгодные байнговые условия
и крутой продукт-автоматизация

Формулировка кому и что продаем

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

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

- 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

- 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 Ньюton, ученый

Компетенции команды мечты

Бухгалтерия

Бухгалтерский учет, счета,
налоги

Документооборот

Заключение договоров,
проверка контрагентов

Юристы

Формирование документов,
проверка по букве закона

PR

Продвижение собственного
бренда

Компетенции команды мечты



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?

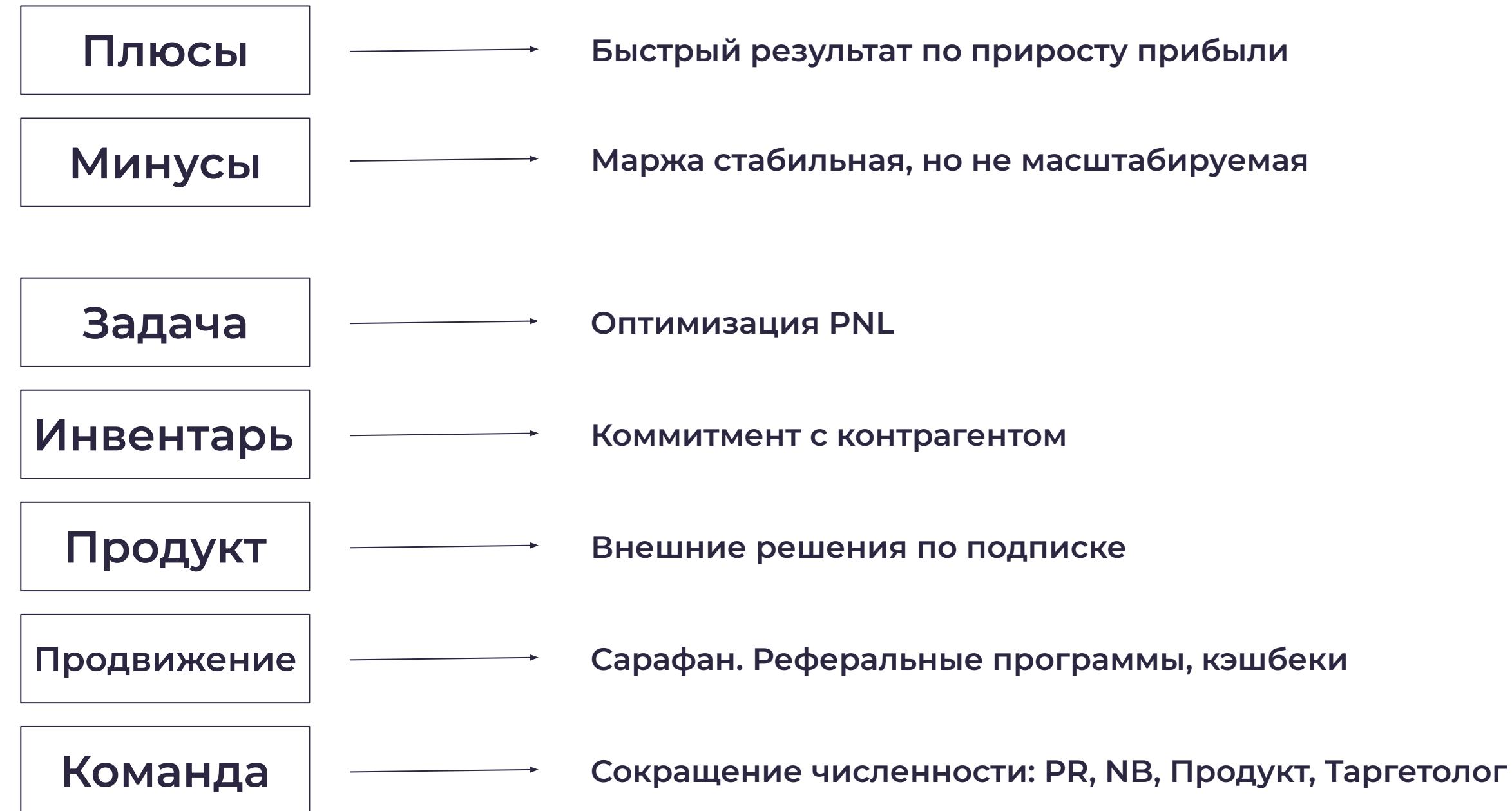
Непредвиденные расходы

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”



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

Горацкий

Спасибо
за внимание!