Финансовые поступления с конца второго месяца с момента запуска проекта.

За первые 2 месяца заход в 20 заведений региона.

Самый распространенный формат заведений 70-150 человек.

Оборачиваемость стола в день 3-4 раза (особенно актуально при наличии бизнес-ланча).

По актуальной статистике посещаемость для данных заведений «ниже среднего» составляет 250 клиентов в день.

7500 посетителей в месяц

20х7500= 150000 человек в месяц на 20 заведений.

В первый месяц коммерческой эксплуатации для достижения 400 000 руб. валового дохода заводим по одному рекламодателю из следующих групп:

1. Ювелирные изделия
2. Недвижимость
3. Алкоголь
4. Автодилеры
5. Концертные агентства
6. Авиабилеты, турагентства
7. Фармацевтика
8. Эвент мероприятия, выставки
9. Одежда, обувь: Luxury, Premium, Upper middle
10. Социальная реклама
11. Парфюмерия, галантерея
12. Спортивный инвентарь
13. Страховые компании
14. Банки
15. Бытовая техника, связь

Итого 15 рекламодателей (50% от объема рекламного времени)

Стоимость размещения на первом этапе для клиента во всех 20-ти заведениях 30 000 руб.

СРТ (стоимость тысячи контактов) 30 000/150 000х1000 = 200 руб, что существенно ниже стоимости СРТ на ТВ и интернете.

Второй месяц коммерческой эксплуатации – охват 40 заведений, аудитория 300 000 контактов, плановый доход 800 000 руб.

Увеличение рекламного объема за счет новых клиентов.

Снижение стоимости контактов за счет расширения аудитории.

СРТ = 30000/300000х1000 = 100 р. Крайне низкое значение.

Третий месяц: эфир в 80 заведениях.

Охват 600 000, плановый доход 1 600 000 руб.

Рекламный бюджет увеличивается, как за счет привлечения новых клиентов (территориальное размещение), так и за счет увеличения прайсовой цены при сохранении СРТ = 100 руб.

Привлечение, как рекламодателей, крупных алкогольных дистрибьютеров.

Четвертый месяц: эфир в 120 заведениях,

Аудитория 900 000, плановый доход 2 400 000

При сохранении СРТ на уровне 100 руб., стоимость размещения составляет 90000 руб. по всей сети.

Рост рекламного бюджета за счет расширения территориального размещения и появления крупных федеральных рекламодателей.

Пятый месяц: в сети 200 заведений, аудитория 1 500 000 человек.

Сеть становится крупным игроков, интересным для федеральных клиентов.

Плановый доход 4 000 000 руб.

Рост рекламного бюджета за счет увеличения среднего счета для федеральных клиентов и расширения территориального размещения.

Шестой месяц: эфир в 300 заведениях, аудитория 2 250 000 человек.

Плановый доход: 6 000 000 руб.

Выход на проектную мощность.

Дальнейшее увеличение доходов проекта происходит за счет более точного сегментирования аудитории заведений и повышения среднего счета.