

КОНВЕРСИЯ ПРОДАЖ, ТЕМП
РОСТА РЫНКА, ЕМКОСТЬ
РЫНКА

КАК СЧИТАТЬ КОНВЕРСИЮ?

Конверсия для любой организации рассчитывается по следующей формуле:

$$K = N / N_0 * 100\%,$$

где

K – показатель конверсии;

N – количество реальных покупателей (клиентов, купивших товар или воспользовавшихся услугой);

N₀ – количество посетителей магазина или сайта.

ТЕМП РОСТА РЫНКА

Темп роста рынка = Общий объем продаж на рынке в текущем году / Общий объем продаж на рынке за предыдущий год.

- где объем продаж может быть выражен как в денежных единицах, так и в количестве проданных единиц товара.

- Так как показатели темпа роста рынка весьма значительно варьируются, установление целевого значения не представляется возможным.
- Объективно говоря, быстрорастущий рынок лучше, чем сокращающийся.

ПРИМЕР 1

- Объем рынка X в 2016 г. был равен 500 млн долл., а в 2017 г. 750 млн долл.
- Рынок X вырос на 250 млн долл. (750 — 500).
- Темп роста рынка X составит:
- $(750 / 500) = 1,5\%$ (или +50%).

ПРИМЕР 2

- Объем рынка Y в 2016 г. был равен 500 млн долл., а в 2017 г. — 400 млн долл.
- Рынок Y сократился на 100 млн долл. (400 — 500).
- Темп роста рынка Y составит:
- $(400 / 500) = 0,8$ (или-20%).

- Многие компании также пытаются спрогнозировать темп роста рынка на будущий год (или годы) на основе данных по трендам и маркетинговых прогнозов.

- Для компаний также может быть полезна информация о среднем размере потребительской корзины (т. е. сколько покупает или потребляет отдельный человек на данном рынке).
- Этот показатель можно вычислить, разделив общий объем рынка на количество потребителей

ЕМКОСТЬ РЫНКА

- $E = N \times Q \times P$
- N – число покупателей данного вида продукции на конкретном рынке;
- Q – число покупок за исследуемый период времени;
- P – средняя цена ед.продукции

Виды емкости рынка

Потенциальная

- Вероятная емкость рынка – характеризует долю в общей системе реализации, которую организация может занять при самой высокой степени усилий относительно продвижения продукта и высокой потребности клиентов в данном товаре или услуге. Под понятием потенциальной емкости рынка имеется в виду максимальная величина, которой реально достичь, используя все доступные ресурсы организации.

Фактическая

- Существующая емкость рынка – величина, характеризующаяся объемом реального спроса на товар или услугу, а также покупательской способностью целевой аудитории данного продукта. Определение этого показателя основывается на уже имеющихся сведениях.

Доступная

- Расчет емкости рынка данного вида представляет собой сужение числа потенциальных покупателей до тех, которых бы удовлетворили условия сделки с нашей компанией и по-настоящему заинтересовало наше уникальное торговое предложение. При определении этого показателя немаловажным фактором является наличие ресурсов и оборотного капитала в организации для покрытия спроса на данный товар или услугу.
- При таком расчете емкости рынка фирма ограничивает свои объемы продаж величиной ЦА, при этом отсекая покупателей, не подходящих по определенным критериям.