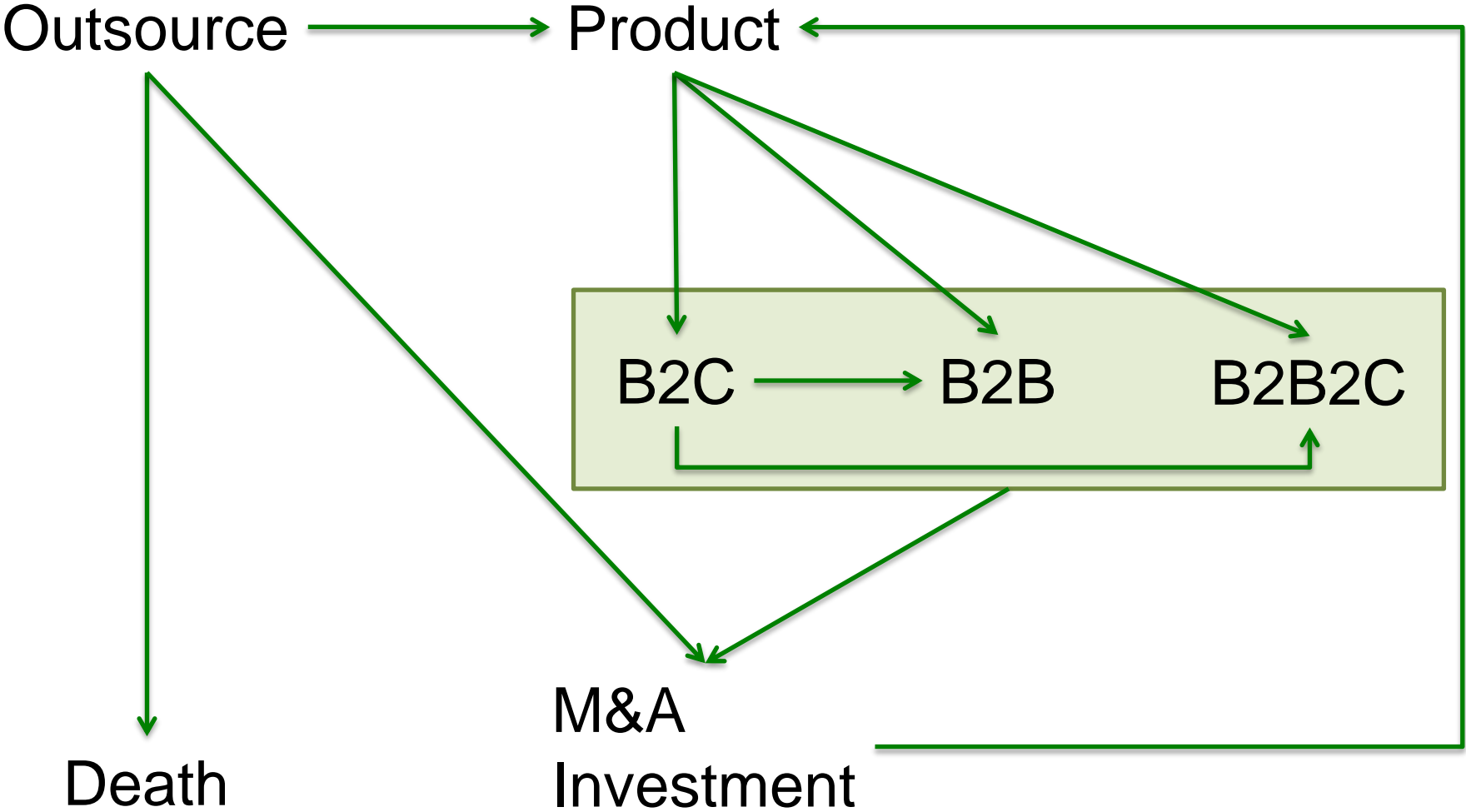
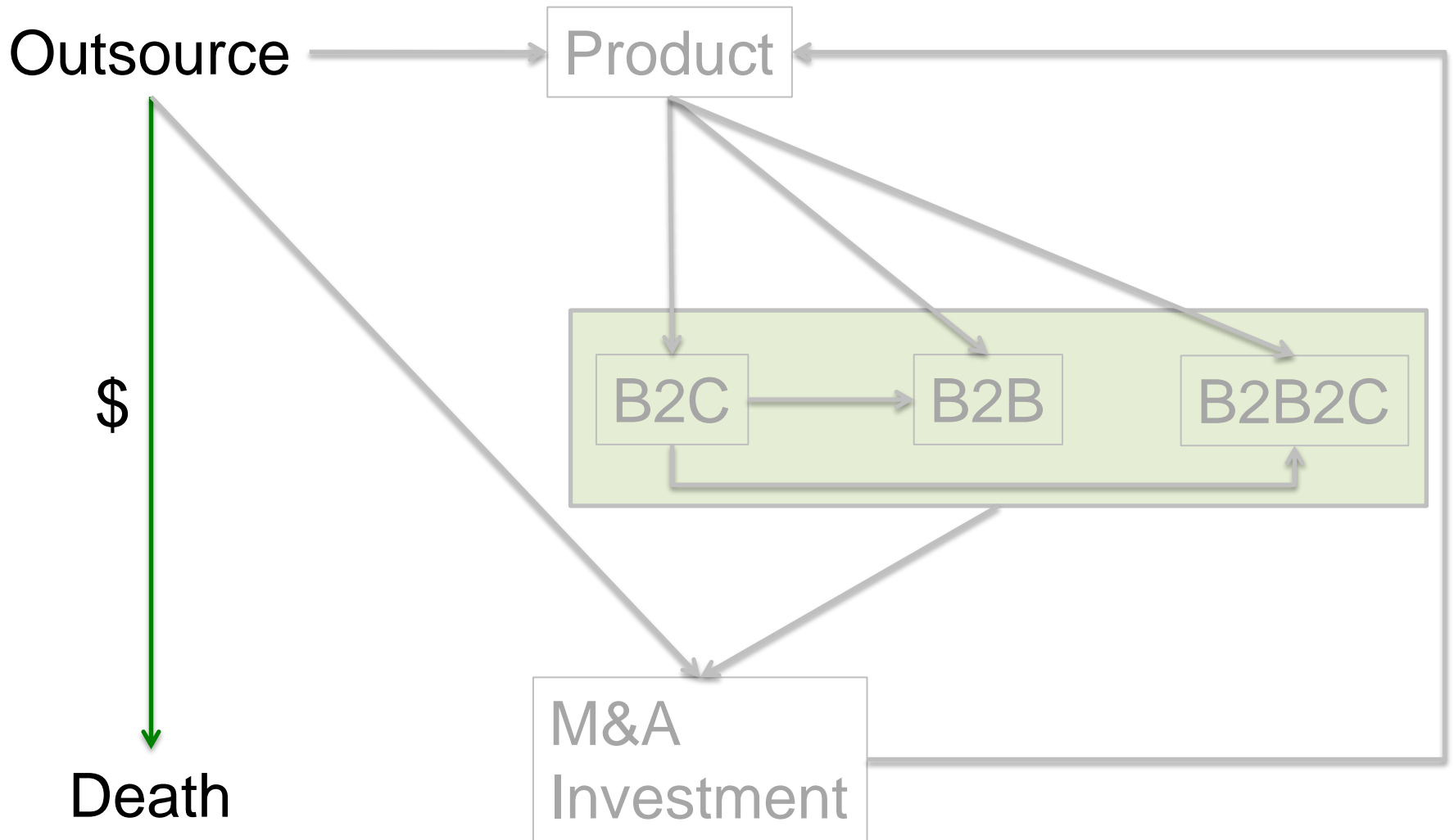


Olga Steidl, SPB Software

Mobile Development Strategies 101

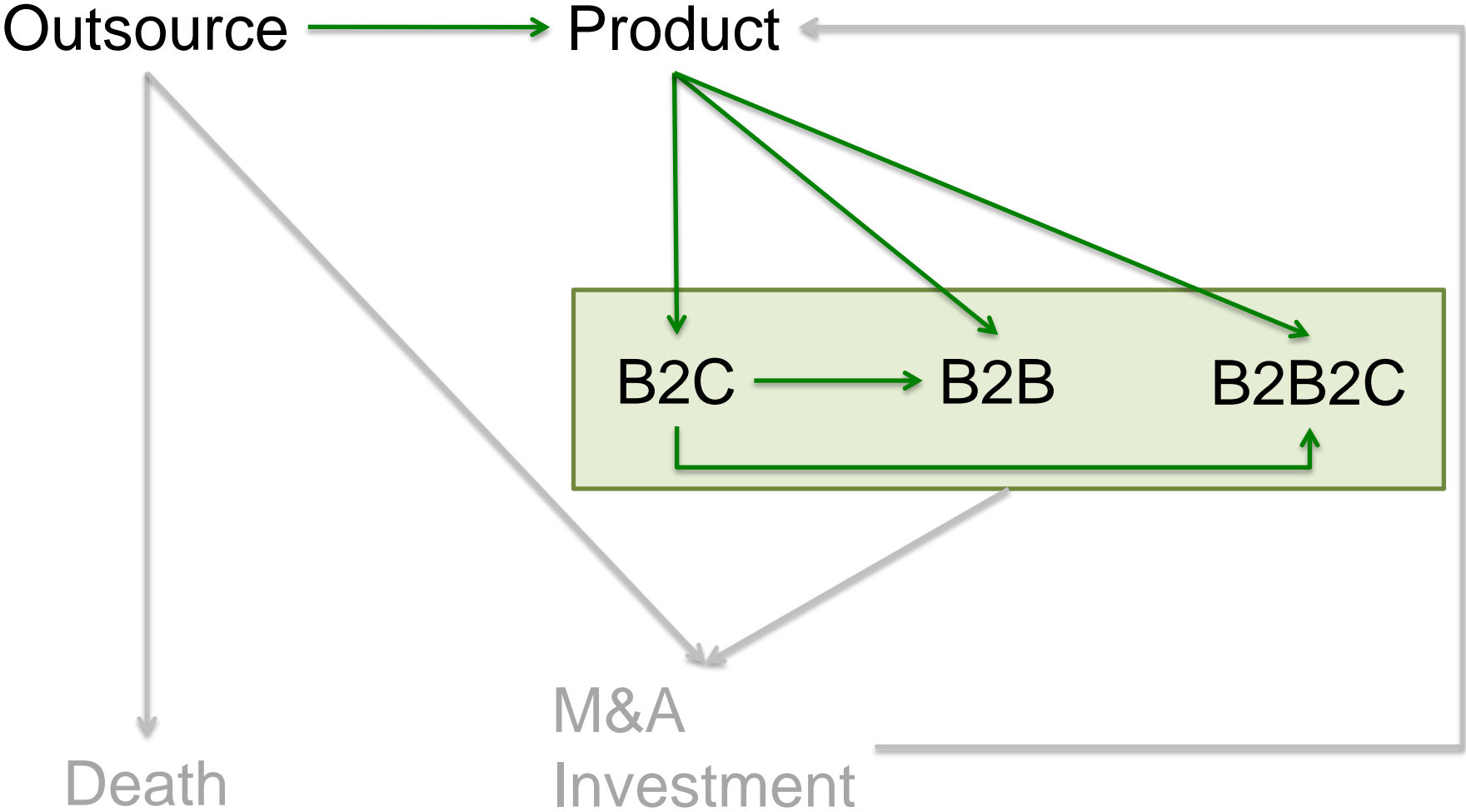






(Доход – стоимость прод. товаров) / Доход

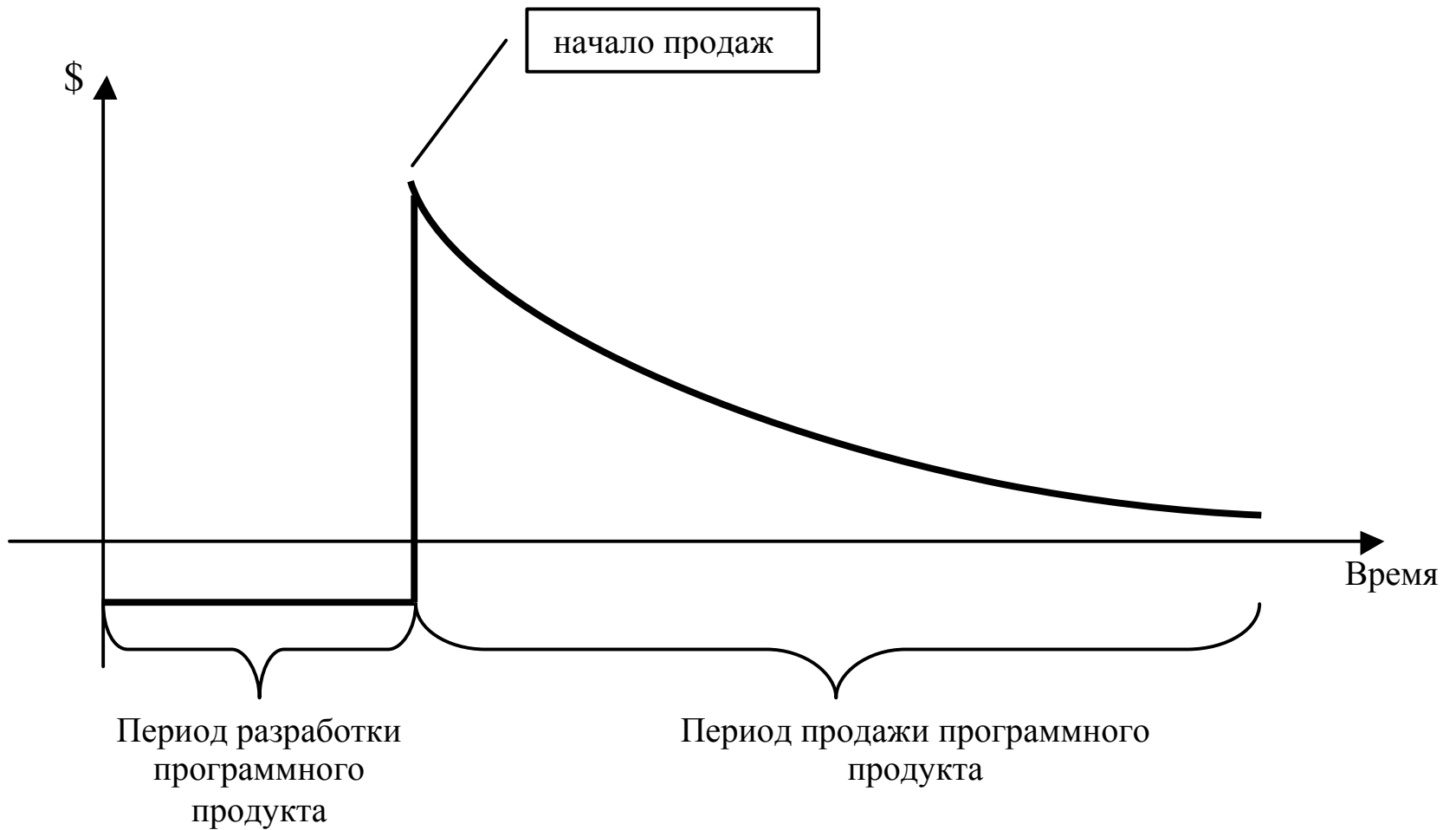
$$(20\ 000 - 15\ 000) / 20\ 000 = 25\% \uparrow$$



- Сколько продуктов держать в разработке и продаже?
- На какие нужды направлять средства компании: на потребление акционеров компании или на развитие бизнеса?
- Какова должна быть продолжительность поддержки и рекламной кампании?
- Когда выпускать программный продукт, чтобы окупился старый и были накоплены необходимые средства для создания нового?

Как разрабатываем?





1. Сумма затрачиваемых средств на разработку

- Количество продуктов в разработке
- Количество продуктов в продаже

2. Средний период разработки мобильного приложения в вашей компании

3. Затраты на продажу продукта

Показатель	Значение
Время затрачиваемое на поддержку	(% от рабочего времени разработчика в квартал)
Время затрачиваемое на дополнительный дизайн	(% от рабочего времени дизайнера в квартал)
Время затрачиваемое на дополнительное тестирование	(% от рабочего времени тестера в квартал)
Затухание продаж	(% уменьшения объема продаж в квартал)
Влияние рекламы на количество продаж в квартал	(% от объема продаж в квартал)
Коэффициент рекламных вложений	(Безразмерная величина)
Отдача с единицы кода	(долларов в квартал)
Количество строк в день	(строки в день)
Стоимость поддержки	(дней на 1000 строк в квартал)
Стоимость дополнительного дизайна	(дней на 1000 строк в квартал)
Стоимость дополнительного тестирования	(дней на 1000 строк в квартал)

Показатель	Значение
Время затрачиваемое на поддержку	(% от рабочего времени разработчика в квартал)
Время затрачиваемое на дополнительный дизайн	(% от рабочего времени дизайнера в квартал)
Время затрачиваемое на дополнительное тестирование	(% от рабочего времени тестера в квартал)
Затухание продаж	(% уменьшения объема продаж в квартал)
Влияние рекламы на количество продаж в квартал	(% от объема продаж в квартал)
Коэффициент рекламных вложений	(Безразмерная величина)
Отдача с единицы кода	(долларов в квартал)
Количество строк в день	(строки в день)
Стоимость поддержки	(дней на 1000 строк в квартал)
Стоимость дополнительного дизайна	(дней на 1000 строк в квартал)
Стоимость дополнительного тестирования	(дней на 1000 строк в квартал)

Показатель	Значение
Время затрачиваемое на поддержку	(% от рабочего времени разработчика в квартал)
Время затрачиваемое на дополнительный дизайн	(% от рабочего времени дизайнера в квартал)
Время затрачиваемое на дополнительное тестирование	(% от рабочего времени тестера в квартал)
Затухание продаж	(% уменьшения объема продаж в квартал)
Влияние рекламы на количество продаж в квартал	(% от объема продаж в квартал)
Коэффициент рекламных вложений	(Безразмерная величина)
Отдача с единицы кода	(долларов в квартал)
Количество строк в день	(строки в день)
Стоимость поддержки	(дней на 1000 строк в квартал)
Стоимость дополнительного дизайна	(дней на 1000 строк в квартал)
Стоимость дополнительного тестирования	(дней на 1000 строк в квартал)

Отдача от программного кода * (1+влияние рекламы на количество продаж)

$$\text{Чистая прибыль} = \frac{\text{Отдача от программного кода} * (1 + \text{влияние рекламы на количество продаж})}{1 + (\text{ежеквартальное затухание продаж})^k} \quad (2)$$

где K- количество периодов, прошедших с начала продаж.

Использование модели:

1. Какой из параметров вычисляем?
2. Классификация затрат и доходов
3. Анализ статистических данных компании

Пример результата:


Поддержка продукта - 5 кварталов,

Рекламная кампания - 16 кварталов


Ежемесячная сумма рекламных затрат \$3000/продукт

Что разрабатываем?

Развитие отрасли




Конкурентное
преимущество




Решение

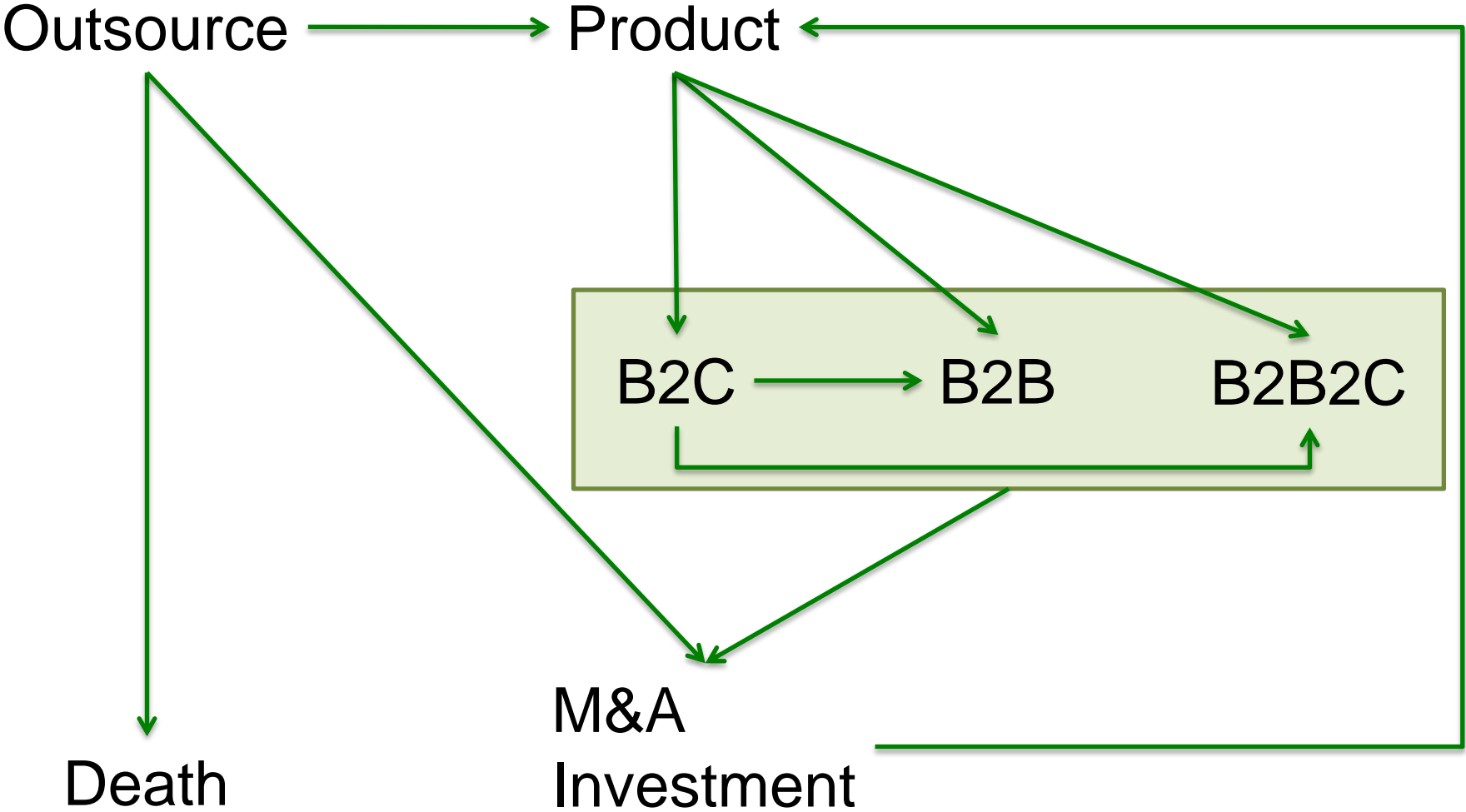
Альтернативные
стратегии
развития

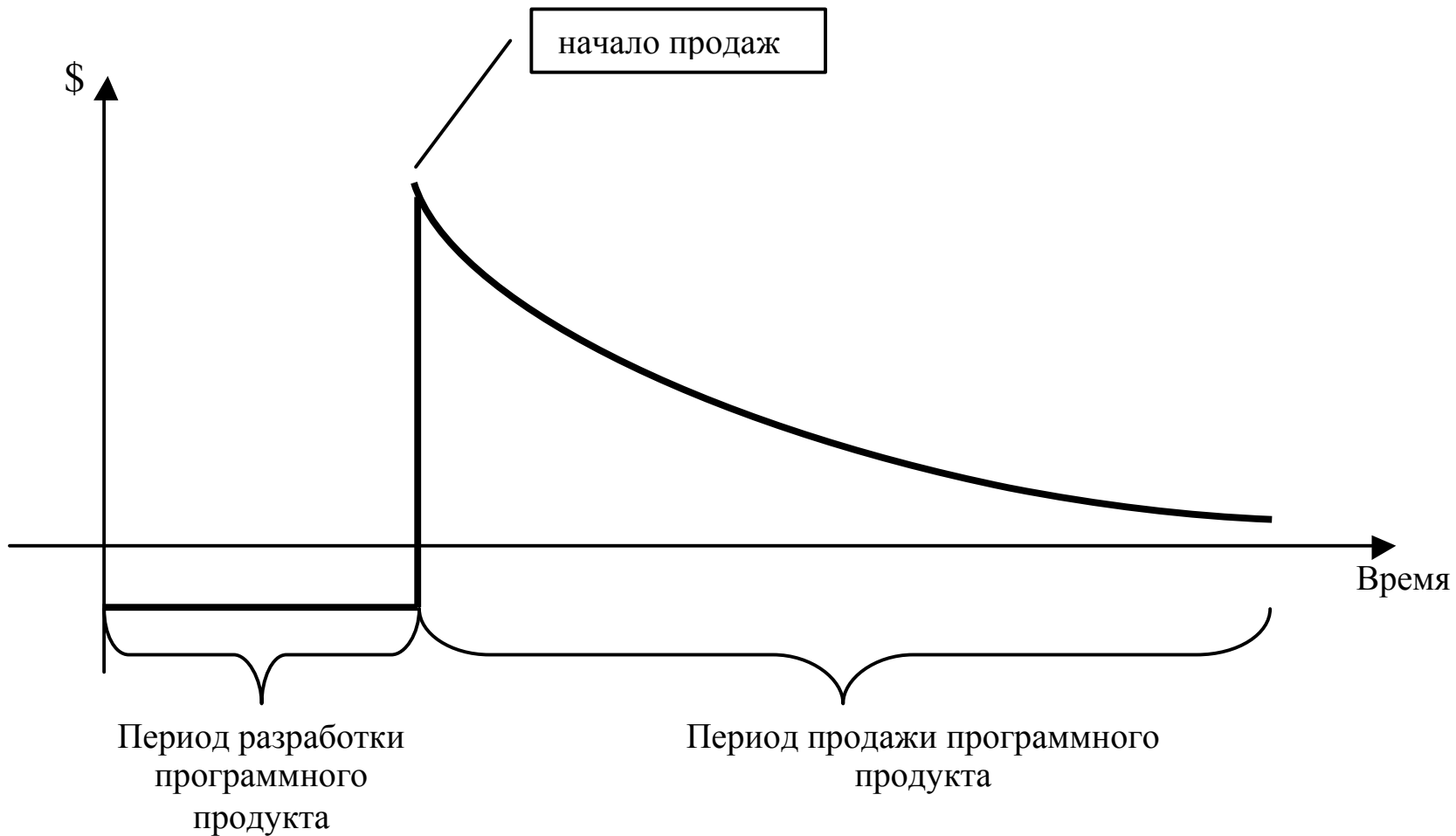


Рыночная конъюнктура




Выводы






Развитие отрасли




Конкурентное
преимущество




Решение

Альтернативные
стратегии
развития



Рыночная конъюнктура



Спасибо за внимание!

Ask: olga@spb.com

