

## Ráfordítás - hozam, egyszerűsített számítási modell egy folyóirat előfizetést toborzó levélreklám kampányra

Az alábbi sémában bemutatjuk a levélreklám hatékonyságát egy folyóirat előfizetőinek toborzásában, a ráfordítások és a hozamok összevetésével..

A kék háttérű mezők változtathatóak optimalizáláshoz

### 1. A ráfordítások és változók meghatározása

Ráfordítások		Változók, a tervezéshez megválaszthatók		
<b>Egységárak</b>		<b>TÉTELÁRAK</b>	<b>Címek száma</b>	<b>5 000</b>
címkeár Ft/db	30,00 Ft	150 000 Ft	Éves előfizetési díj	17 000 Ft
boríték Ft/db	7,00 Ft	35 000 Ft	Előfizető lemorzsolódás/év	35,00%
szórólap Ft/db	5,00 Ft	25 000 Ft	Éves kamatláb	9,00%
borítékolás Ft/db	9,00 Ft	45 000 Ft		
minta példány önk.	0,00 Ft	0 Ft		
postadíj Ft/db	33,00 Ft	165 000 Ft		
Összesen		<b>420 000 Ft</b>		

A ráfordításokat a hazai piacon szokványos árakon, a kampány címeinek számával számoltuk .

### 2.Hozamok meghatározása

A hozamszámításnál a CÉG-INFO tapasztalati hozamértékeiből indulunk ki.

Az előfizetési hozamok 1-10%-ig terjednek, és a legáltalánosabb érték az 1-2%.

A felső határt ismert és befutott folyóiratok esetében értük el ,míg az alsó

határt az induló, ismeretlen folyóiratok esetében hozta a levélkampány.

A továbbiakban ezen várható értékek körüli hozamhoz közeleső értékekkel számolunk.

Ha a hozam	A toborzott előfizetők száma	Előfizetési bevétel az első évben
0,50%	25	425 000 Ft
<b>1%</b>	<b>50</b>	<b>850 000 Ft</b>
<b>2%</b>	<b>100</b>	<b>1 700 000 Ft</b>
3%	150	2 550 000 Ft
4%	200	3 400 000 Ft

### 3. Az élettartam hozam

Az előfizetők általában nem csak egy évig fizetnek elő, hanem amennyiben

a lap ízlésüknek megfelel, a lap megtartja az előfizetőit. Így a toborzás és

természetesen annak hozama több évre szól. Számításainkban három év hozamát

vesszük figyelembe , természetesen évente egy meghatározott lemorzsolódással.

Az éves lemorzsolódás tapasztalati értékét a változóknál vesszük figyelembe.

Tehát a hozamokat a következő évekre is figyelembe vesszük a lemorzsolódással

Ha a hozam	Előfizetés a 2. évben	Előfizetés a 3. évben
0,50%	276 250 Ft	179 563 Ft
1%	552 500 Ft	359 125 Ft
2%	1 105 000 Ft	718 250 Ft
<b>3%</b>	<b>1 657 500 Ft</b>	<b>1 077 375 Ft</b>
4%	2 210 000 Ft	1 436 500 Ft

#### 4. Az élettartam hozam jelenértéke és a kampány megtérülése

A hozamok jövőbeni értékét természetesen csökkentett reálértéken, azaz diszkontált, értéken célszerű figyelembe venni. A jövőbeni hozamok "elértéktelenedését" a változók között szerepeltetett kamatlábbal számoljuk. A befektetés, esetünkben a levélreklám költségével szembe állítjuk az éves lemorzsolódással és az inflációval csökkentett három éves bevételt

##### A befektetés diszkontált hozama előfizetésből

Ha a hozam	költség	megtérülés	nyereség
0,50%		761 078 Ft	341 078 Ft
<b>1%</b>		<b>1 522 155 Ft</b>	<b>1 102 155 Ft</b>
<b>2%</b>	<b>420 000 Ft</b>	<b>3 044 310 Ft</b>	<b>2 624 310 Ft</b>
3%		4 566 465 Ft	4 146 465 Ft
4%		6 088 620 Ft	5 668 620 Ft