گزارش بودجه مارکتینگ و پیش‌بینی مهر ۱۴۰۵

تفکیک لاین‌ها، تعهدات ثابت پارتنرشیپ/محتوا، سقف محافظتی گوگل ادز و برنامه تقویت ریتنشن

● کنترل دقیق سقف بودجه پاییزی

هزینه مارکتینگ مرداد (واقعی)

۳۰۳.۵ میلیون تومان

۴,۸۰۰ درهم ادز + ۵ م پیامک + سوشال

هزینه مارکتینگ شهریور (واقعی)

۳۶۶.۵ میلیون تومان

۵,۲۰۰ درهم ادز + پامپ + ۵ م پیامک

میانگین ۲ ماه گذشته

۳۳۵.۰ میلیون تومان

مبنای نرمال هزینه ماهانه

بودجه مصوب مهر (با تعهدات ثابت)

۳۴۲.۵ میلیون تومان

▼ کنترل سقف و توقف کامل هزینه‌های متفرقه

جدول جامع هزینه‌ها و تخصیص بودجه مهر به تفکیک دقیق لاین‌ها

لاین مارکتینگ	مرداد ۱۴۰۵	شهریور ۱۴۰۵	میانگین ۲ ماه	پیش‌بینی مهر (عادی)	بودج
گوگل ادز (Google Ads) شارژ درهمی اکانت‌های سرچ	۴,۸۰۰ درهم ۲۵۷,۲۳۱,۵۳۸ تومان	۵,۲۰۰ درهم ۳۱۵,۵۰۰,۰۰۰ تومان	۵,۰۰۰ درهم ۲۸۶,۳۶۵,۷۶۹ تومان	۵,۰۰۰ درهم ~۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان	۰۰۰ کاه
تبلیغات پارتنرشیپی و کو-مارکتینگ کمپین‌های پامپ و شیشلیگ	۰ تومان	۳۴,۴۰۲,۵۰۰ تومان	۱۷,۲۰۰,۰۰۰ تومان	۳۰,۰۰۰,۰۰۰ تومان	۰۰۰ تعر شی
سوشال و تولید محتوا (اینستاگرام آرت)	۳۶,۱۲۵,۰۰۰ تومان	۴,۵۷۱,۱۷۰ تومان	۲۰,۳۴۸,۰۸۵ تومان	۳۵,۰۰۰,۰۰۰ تومان	۰۰۰ سق

لاین مارکتینگ	مرداد ۱۴۰۵	شهریور ۱۴۰۵	میانگین ۲ ماه	پیش‌بینی مهر (عادی)	بودجه
پکیج برون‌سپاری ۲۰ ریلز (سهم مهر)					
پیامک مارکتینگی و ریتنشن سهم مارکتینگ از کاوه نگار و دوبارِه	۵,۰۰۰,۰۰۰ تومان	۵,۰۰۰,۰۰۰ تومان	۵,۰۰۰,۰۰۰ تومان	۵,۰۰۰,۰۰۰ تومان	۰۰۰ ٪+
تلگرام ادز (Telegram Ads) تبلیغات اسپانسری لاین آرت	۵,۲۰۰,۰۰۰ تومان	۷,۰۰۰,۰۰۰ تومان	۶,۱۰۰,۰۰۰ تومان	۶,۱۰۰,۰۰۰ تومان	۰۰۰ ٪۸
جمع کل بودجه مارکتینگ	**۳۰۳,۵۵۶,۵۳۸ تومان**	**۳۶۶,۴۷۳,۶۷۰ تومان**	**۳۳۵,۰۱۵,۱۰۴ تومان**	**۳۷۶,۱۰۰,۰۰۰ تومان**	**۰۰۰ نقدی**

منطق تخصیص، کنترل هزینه‌ها و راهکارهای اجرایی مهر ماه

۱. گوگل ادز: کاهش ۲۰٪ (از ۵,۰۰۰ به ۴,۰۰۰ درهم / ~۲۴۰ م تومان) - مرز قرمز سهم بازار

سقف صرفه‌جویی: ۱,۰۰۰ درهم (-۲۰٪)

- **منطق استراتژیک:** گوگل ادز اثر مستقیم روی فروش بسته‌های B2B مجموعه‌داران (تگ VIP و لندینگ‌های اختصاصی) و لید مستقیم اتاق فرارها دارد. کاهش بیش از ۲۰٪ مستقیماً به افت رزرو پکیج‌ها، نارضایتی مجموعه‌داران و از دست رفتن سهم بازار منجر می‌شود. بنابراین ۴,۰۰۰ درهم کفِ مجاز کاهش است.
- **راهکار اجرایی:** کنترل بید و مصرف روزانه روی میانگین **۱۳۰ درهم/روز** (به جای ۱۷۰ درهم تابستان)، توقف کلمات عمومی گران و هدایت ۱۰۰٪ اعتبار روی کمپین‌های برند (`ekeeepa_net`)، سینما ترس و مناطق پرفروش تهران.

۲. تبلیغات پارتنرشیپی و کو-مارکتینگ: ۶۰ میلیون تومان (پامپ + شیشلیگ)

تعهد ثابت: ۳۰ م پامپ + ۳۰ م شیشلیگ

- **ماهیت و تفکیک:** این سرفصل مستقل از سوشال مدیا بوده و شامل کمپین‌های اشتراکی، پارتنرشیپی و لیدجنریشن شبکه‌ای است (۳۰ میلیون پامپ + ۳۰ میلیون شیشلیگ).
- **راهکار اجرایی:** رصد دقیق نرخ تبدیل ورودی‌های هر دو پارتنر و اتصال ترافیک جذب‌شده به لندینگ‌های تخفیف‌دار و دایرکت اتومیشن جهت حداکثرسازی بازگشت سرمایه.

۳. سوشال و تولید محتوا: ۲۲.۵ میلیون تومان (سهم مهر) - قفل کامل بودجه مازاد

پکیج ۲ ماهه: ۴۵ م تومان (سهم مهر: ۲۲.۵ م)

- **منطق قفل بودجه:** با توجه به اینکه درآمد مهر ماه به دلیل شروع فصل مدارس/دانشگاه‌ها کمتر از تابستان است، **هیچ بودجه مازاد، پروموشن یا هزینه اینفلوئنسری جدیدی نباید به سوشال اختصاص یابد.**
- **تخصیص مالی:** قرارداد برون‌سپاری تولید محتوای ریلز پیج آرت به مبلغ ۴۵ میلیون تومان (تولید ۲۰ ویدئوی باکیفیت)، نیاز محتوایی ۲ ماه (مهر و آبان) را به طور کامل پوشش می‌دهد (سهم تعهدی هر ماه: ۲۲.۵ میلیون تومان). تمامی انتشارات در مهر ماه بر همین ۲۰ ویدئو و تعاملات ارگانیک متمرکز خواهد بود.

⚠ **نکته حسابداری جریان وجوه:** در صورت پرداخت یکجای فاکتور ۴۵ میلیونی در مهر ماه، جریان نقدی خروجی مهر ۳۶۵ میلیون تومان خواهد بود اما هزینه شناسایی‌شده دفتری مهر ۲۲.۵ میلیون تومان لحاظ می‌شود.

۴. پیامک مارکتینگی و ریتنشن: افزایش به ۱۰ میلیون تومان (سرمایه‌گذاری روی بازگشت مشتری)

افزایش سرمایه‌گذاری: +۵ م تومان (موتور ریتنشن)

- **منطق سرمایه‌گذاری:** با توجه به افت فصلی ترافیک جدید در مهر، ارزان‌ترین و سودآورترین کانال درآمدی، فعال‌سازی مجدد کاربران قبلی است. تخصیص ۱۰ میلیون تومان سهم پیامک مارکتینگی برای راه‌اندازی و تقویت سیستم ریتنشن کاملاً توجیه‌پذیر است.
- **راهکار اجرایی:** اتصال سناریوهای بازگشتی RFM در پلتفرم دوبارِه، ارسال کدهای تخفیف بازگشت به پلیرهایی با عدم فعالیت بیش از ۴۵ روز و ارسال کمپین‌های هدفمند برای آخر هفته‌ها.

۵. تلگرام ادز: سقف ۵ میلیون تومان

صرفه‌جویی: ۱.۱ م تومان (-۱۸٪)

- **راهکار:** مدیریت بهینه و محدود به کانال‌های دانشجویی و پرمخاطب سرگرمی در تهران و کرج برای پر کردن ایونت‌های آرت.

جمع‌بندی استراتژیک بودجه مهر:

با توجه به تعهدات پارتنرشیپ (۶۰ م پامپ و شیشلیگ) و تولید ویدئو (۴۵ م پکیج دوماهه) که اخیراً اضافه شده‌اند، **نمی‌توانیم هزینه کلی مارکتینگ را بیشتر از این (مثلاً ۳۰ درصد) کاهش دهیم؛ مگر اینکه بخش‌های غیرواجب مثل همین کمپین پامپ و شیشلیگ متوقف (Pause) شوند.**