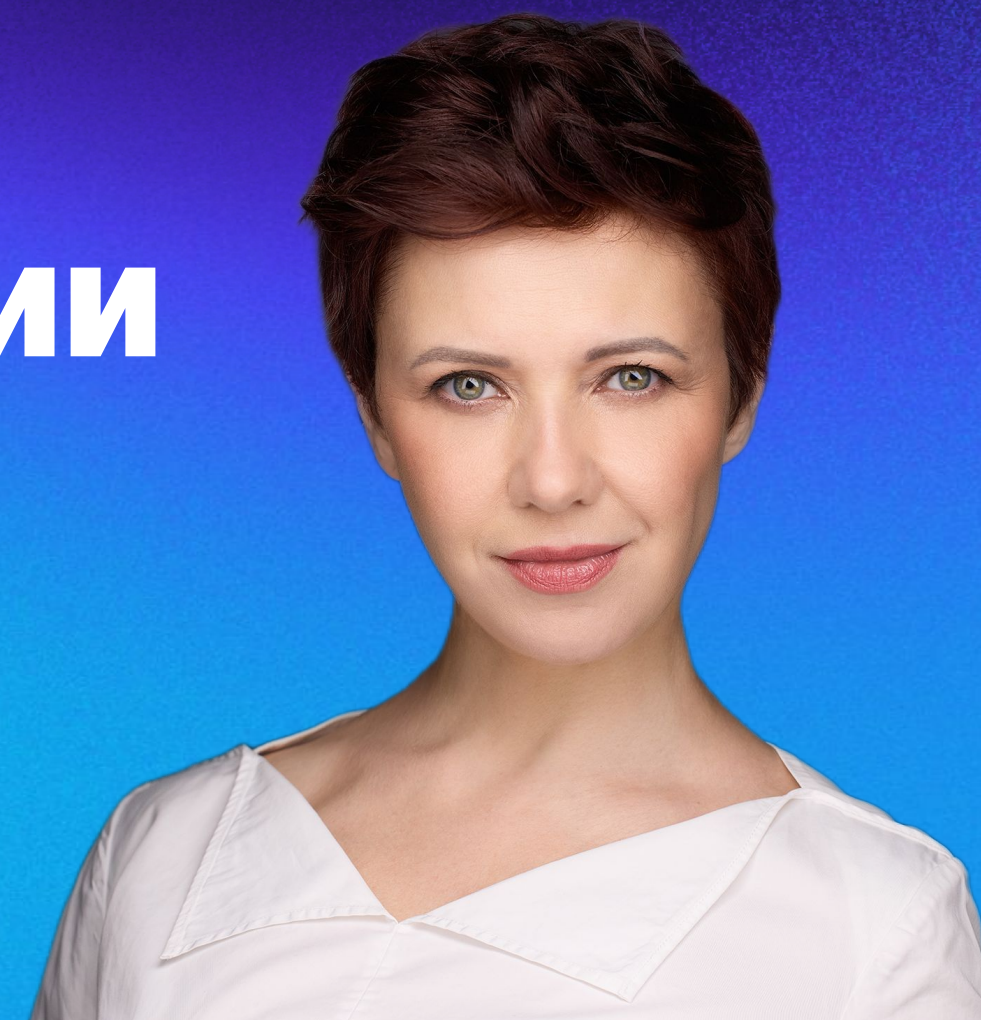


#EDTECH
CASES

Как Нетология побывала в Бразилии

Марианна Снигирева

CEO Нетологии



Q3'2022 Нетология решает попробовать межнар

Зачем?

- Новые источники дохода
- Диверсификация рисков российского рынка

Почему сейчас?

- Covid-19 создал условия для развития EdTech в разных странах
- Наличие рос кейсов успешных запусков за рубежом

Как выходим?

- Выбираем страну первого выхода
- Проводим кабинетное исследование
- Считаем фин модель
- Делаем тест реальных продаж, проверяем фин модель
- По итогам теста принимаем решение о запуске
- Не используем акционерное финансирование

Выбор страны первого выхода

Использовали скоринговую модель по более чем 100 параметрам

	1	2	3	4	5
Шаг	Определяем, есть ли база для развития продукта	Отсекаем страны, где не готовы вести бизнес	Проверяем, есть ли спрос	Фокус-лист	Страна первого выхода
Ключевые критерии	- Население страны (размер, концентрация, доход) - Покрытие интернетом	- Наличие в списке недружественных стран - Индекс свободы экономики	- Спрос на обучение digital-профессиям - Зарплатный гар между IT и non-IT	ВВП на душу населения	- Подходящая стадия развития рынка - Рынок и менталитет больше похожи на российский - понятнее рынок - Уже есть игроки из России
Прошли фильтр	56 стран: - Латам: Мексика, Колумбия, Чили, Перу, Аргентина - ЮВ Азия: Индонезия, Малайзия, Вьетнам, Таиланд, Филиппины - Турция, - ОАЭ, Марокко - Израиль - ЮАР	18 стран: - Латам: Мексика, Колумбия, Чили, Перу, Аргентина, Бразилия - ЮВ Азия: Индонезия, Малайзия, Вьетнам, Таиланд, Филиппины - Турция, - ОАЭ, Марокко - Израиль - ЮАР	5 стран: - Бразилия 212 млн. чел - Мексика 96 млн. чел - Индонезия 100 млн чел - Филиппины 101 млн чел - Вьетнам 81 млн. чел	2 страны: - Бразилия (14 тыс. \$) - Мексика (18 тыс \$)	
Не прошли фильтр	Кения, Гондурас, Пакистан, тд.	США, Европа и тд	Турция, Малайзия, Колумбия, Чили, Аргентина, Перу и тд	Вьетнам (10 тыс \$), Филиппины (8 тыс \$), Индонезия (11 тыс \$)	

Страна первого выхода

Успешные кейсы

Больше всего бенчмарков
и экспертизы по выходу из России

Окно возможностей

Подогретый,
но не перегретый рынок



Бразилия

Бразилия в цифрах



- ⚡ **400 чел** на место — конкурс при поступлении в ВУЗ
- ⚡ **500 тыс** — нехватка программистов до 2025 года
- ⚡ **Низкий уровень** базового образования

Оценка рынка онлайн ДПО

100%

\$ 8
млрд

Весь рынок ДПО
по оценке ассоциации
дистанционного
образования Бразилии
(ABED)

2021 год

7%

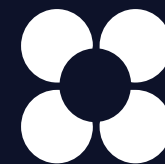
\$ 0,5
млрд

Объём ДПО Бразилии
в онлайн (по данным
VK Group)

10%

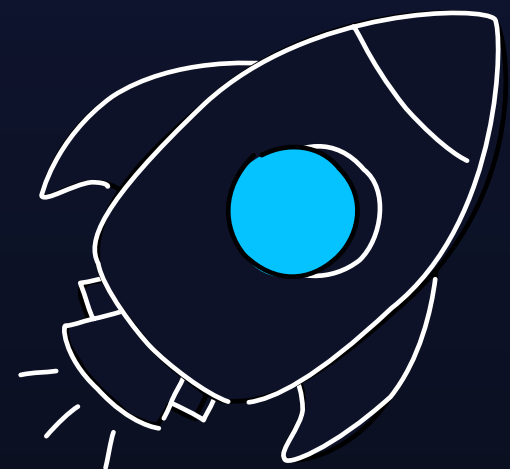
Рост объёма
к 2027 году

4%



Доля рынка Нетологии
в 2027 году 4%, исходя
из текущей финансовой
модели

Что показала фин модель



2023 год

Запуск продаж

2026 год

\$ 23 млн

Net sales

23%

Рентабельность

\$ 2,3 млн

Финансирование
(2022-2024)

\$ 4,7 млн

EBITDA

67%

IRR Y4 (2026)

4 года

окупаемость
(DPP)

\$ 6,3 млн

Cumulative CF
2022-2026 (выход
в cash-positive
в 2025 году)

Как планировали стартовать

2022 год

Тесты продаж с MVP продукта

Цели тестов:

- Уточнить маркетинговые параметры модели
- Проверить Market Fit рос продукта для Бразилии

08.22-12.22 ► 01.23

Период MVP

Анализ результатов

Тест без юрлица

Бразильское юрлицо понадобится на этапе масштабирования



Критерии успешности теста

Достижение расчетных показателей

Маркетинг: САС, сквозная конверсия, влияние на метрики, эластичность цены

Продукт: возвраты, сбор ОС по продукту, формирование гипотез



1 этап

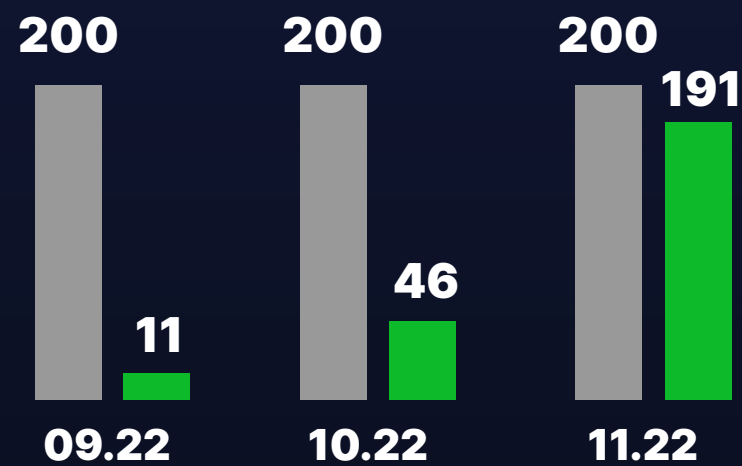
Тестирование воронок

**Планировали 1 тест по факту
провели 2**

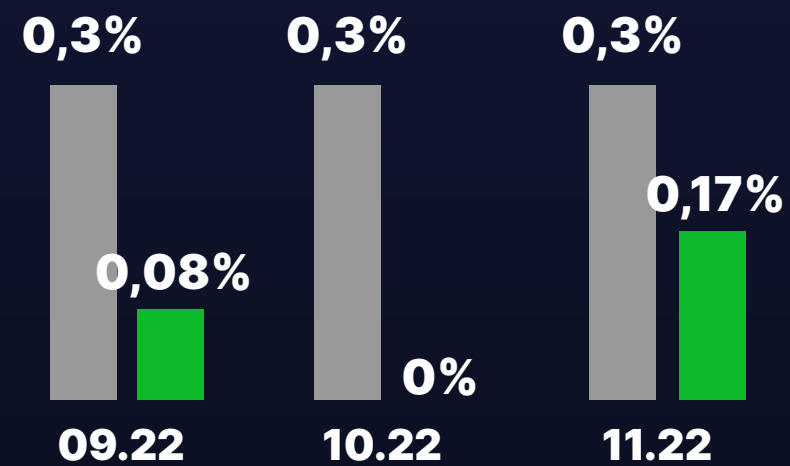
Тест 1.1: Performance воронка

Ключевые метрики

Лиды



Сквозная конверсия



CAC



Результаты

- Механики РФ не подошли: закупка трафика, отдел продаж, конвертация в оплаты
- Таргет сквозной конверсии в 17% недостижим на горизонте 3-5 месяцев



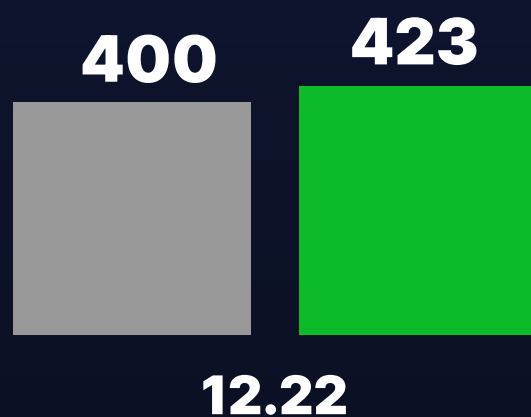
Выводы

Воронка на данном этапе неэффективна, отключаем

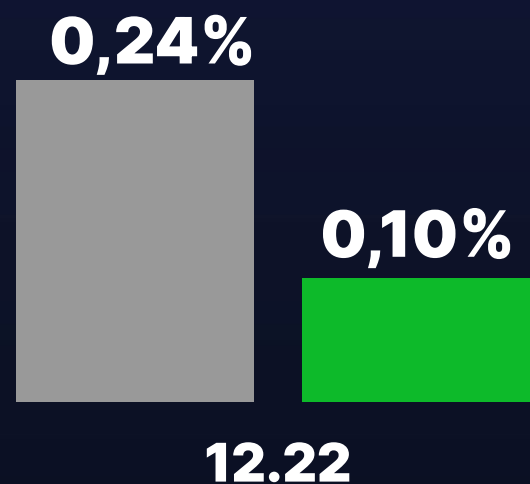
Тест 1.2: Вебинарная воронка

Ключевые метрики

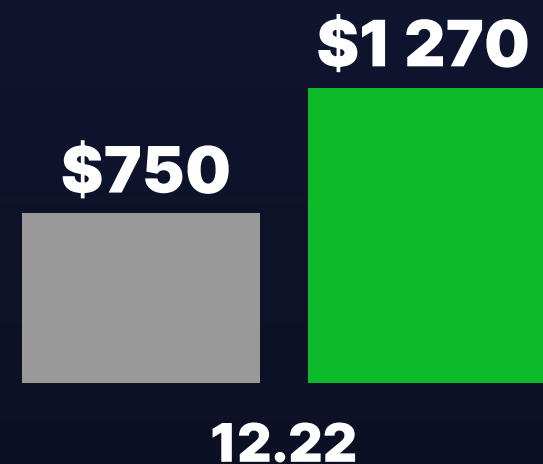
Лиды



Сквозная конверсия



САС



Результаты

- Сквозная конверсия не дотянула до целевых показателей за счет низкой доходимости до вебинара (гипотеза - из-за технических причин)
- Остальные метрики близки к рыночным бенчмаркам, и мы понимаем как их можно оптимизировать



Выводы

Предварительно воронка эффективна, в течении 3 месяцев можно достичь таргета сквозной конверсии в **0,42%**, но нужны дополнительные тесты

Тест 2.1: Вебинарная воронка

Провести 3 «продающих» вебинара



Провели 2 вебинара из 3-х (досрочно остановили тест)

Выйти на показатели:

\$ 340

САС

\$ 37,2 тыс.

Продажи

0,42%

Сквозная конверсия

\$ 677

Средний чек



Показатели достигнуты не в полном объеме, но есть позитивная динамика



Вебинарная воронка более эффективна, но её настройка требует длительного времени и дополнительных инвестиций



Основной стоппер – САС
ДРР на старте с таким САС 70%

Почему решили закрыть тест и уйти

1 Окупаемость больше таргета

Вторая волна теста ухудшила показатели финансовой модели

Фин модель	Было	Стало
Кэш позитив	3 года	5 лет
Окупаемость	4 лет	8 лет
Инвестиции	2,3 млн \$	5,2 млн \$

2 Зависимость от кредитов

- Высокая закредитованность населения
- Кредиты нужно подключать сразу
- Высокая зависимость от компаний, выдающих кредиты

3 Специфика менталитета

- Необходимы местные сотрудники
- «Человеческий фактор» местных сотрудников и экспертов
- Поведение аудитории значительно отличается от России

ED CRUNCH
15-16 ноября
2023

Пробуйте через тест
Не бойтесь вовремя уйти