

Spinnin' Records

Business Case Summary

7th of July 2017

door

Pim van Berkel / Denis Doeland

- ▶ **Rendement**
- ▶ **Retentie**
- ▶ **Bedrijfswaarde**



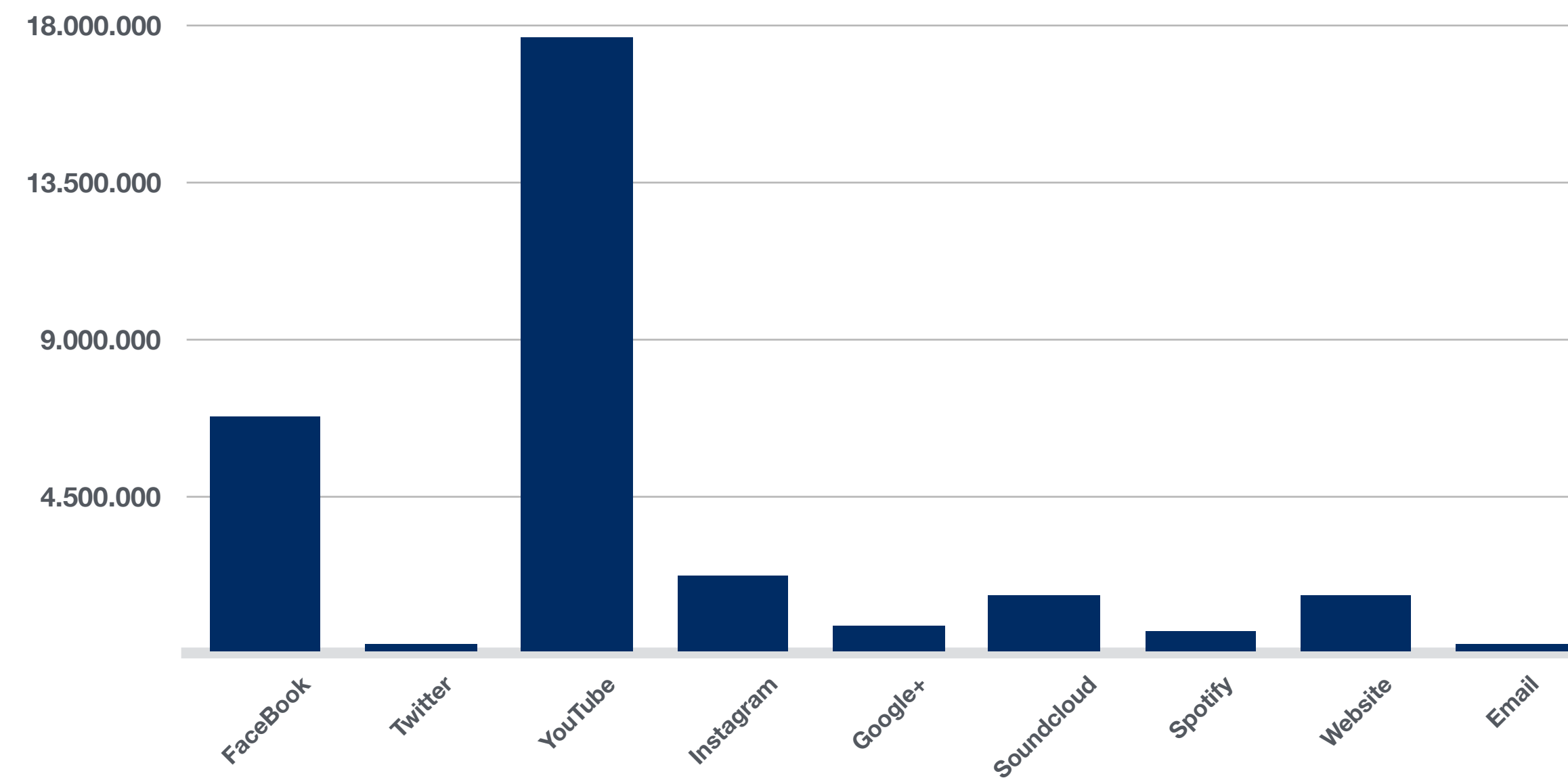
- ▶ **ARPU**
- ▶ **Efficiency**
- ▶ **Equity**

Business Acceleration Framework I 2

#	Goal	Purpose	Main KPI - primarily Measured by	Sub KPI's - supporting Measured by			
1	Brand Equity	Chart potential Business Value of Fan Base	<i>Fan profiles + Term of completeness</i>	1a #Profiles / connections			
			<i>Business Value - allocated</i>	1b #Characteristics			
			<i>Business Value - non-allocated</i>	1c #Customer Income options (now only ticketing)			
			<i>Reach (wideness and depth)</i>	2a Reach - acquisition			
				2b Reach - activation			
				2c Reach - retention			
2	Brand Reputation	Connect with and reach to (target) audience		2d Reach - revenue			
				2e Reach - referral			
			<i>Quality of Reach</i>	2f Engagement (IPM)			
			<i>Benchmarking</i>	2g Ranking / Benchmarking			
			3	Marketing Efficiency	Return On (Marketing) Investment / Engagement	<i>Cost of Sales and ROI on AARRR</i>	3a #A, A, R, R, R / Cost
						<i>Total Revenue (per revenue stream)</i>	4a ARPU
4	Business Acceleration	Increase revenue from existing business models				<i>ARPU (Average Revenue Per User)</i>	4b #Customers
				4c #Retention			
				4d Customer Lifetime Value			
5	Business Activation	Increase revenue from additional business models	<i>Total Revenue (per revenue stream)</i>	5a ARPU			
			<i>ARPU (Average Revenue Per User)</i>	5b #Customers			
				5c #Retention			
				5d Customer Lifetime Value			

Schatting waarde I 3

	Total	Overlap	Spinnin Rec.	Spinnin Sessions	Spinnin Cop. Free	Spinnin Deep
FaceBook	6.766.367	90,00%	6.676.495	455.865	2.366	440.489
Twitter	263.890	90,00%	77.822	240.657	261	154.247
YouTube	17.665.746	90,00%	17.661.749	0	39.717	250
Instagram	2.202.416	90,00%	2.131.787	149.708	0	556.582
Google+	767.432	90,00%	767.431	9	0	0
Soundcloud	1.639.489	90,00%	1.573.084	206.026	1.493	456.530
Spotify	619.620	90,00%	615.845	771	5	36.971



"As is"	Number of years		
Required rate of return	5	10	15
25%	€ 7.447.165	€ 10.744.103	€ 11.445.810
15%	€ 14.382.864	€ 15.659.047	€ 17.594.815
10%	€ 10.727.643	€ 19.553.115	€ 22.892.159

"Target"	Number of years		
Required rate of return	5	10	15
25%	€ 53.430.414	€ 77.084.627	€ 82.119.094
15%	€ 103.191.275	€ 112.347.374	€ 126.235.734
10%	€ 76.966.532	€ 140.285.750	€ 164.242.054

"Potential"	Number of years		
Required rate of return	5	10	15
25%	€ 148.943.283	€ 214.882.059	€ 228.916.200
15%	€ 287.657.274	€ 313.180.928	€ 351.896.291
10%	€ 214.552.857	€ 391.062.291	€ 457.843.179

Inleiding

Inventaris, hardware, voorraad, en debiteuren. Ze krijgen steeds minder waarde bij de waardering van een bedrijf. De houding en het gedrag van banken, waarderingexperts en investeerders onderschrijven dit. Maar wat doet de waarde van een bedrijf dan wel toenemen?

Hoewel historische waarde nog altijd een rol zal blijven spelen in waardebepaling, gaat het voornamelijk om de toekomstige kasstromen. Door geavanceerd en zorgvuldig gebruik te maken van haar digitale netwerken, waarbij nieuwe en digitale marketingprofielen uit data worden gecreëerd worden.

Definitie

“Waardecreatie door digitale kanalen betreft het in de basis kunnen aanleggen, verspreiden, onderhouden en optimaliseren van bestaande en nieuwe digitale relaties op diverse internet platforms waar direct en op aantoonbare wijze additionele en toekomstige netto kasstromen gegenereerd worden.”

De woorden “aanleggen, verspreiden, onderhouden en optimaliseren” refereren naar de kosten van arbeid en middelen. Daarnaast gaat het om “digitale relaties” op meerdere “platforms”. Digitaal is hierin het sleutelement, aangezien dit duidelijk maakt dat het niet gaat om een adressenbestand of andere traditionele marketingactiviteiten. Uiteraard blijft er wel sprake van een stuk overloop tussen de digitale platforms en uitval (zogenaamde “churn rates”), net als bij off-line marketing. Twitteraars kunnen dezelfde zijn als de Facebook-fan en vice versa.

Stappen

Welke stappen Spinnin' Records moet zetten voor deze nieuwe manier van financiële waardecreatie door haar data uit de digitale kanalen?

- Verzamelen van alle digitale data van Spinnin' Records
- Koppelen van de databronnen van Spinnin' Records
- Screenen van data van Facebook, Twitter, Instagram, e.d.
- Combinaties maken met (bestaande) datasets uit ticketing en andere bronnen
- Analyseren van co-creators & merken uit de diverse datastromen
- Overeenkomsten en compliance aanpassen, aangaan en relaties uitbreiden

Door toepassing van de traceerbaarheid ligt veel meer waarde opgesloten dan Spinnin' Records voorheen realiseerde en transformeerde naar een directe kasstroom. Vandaar dat in de definitie de woorden “aantoonbare wijze” en “direct genereren van additionele kasstromen” zijn opgenomen.

Standaardwaarde

Bij de eerste stap in het verzamelen van data werd gekeken naar de basisinformatie die aanwezig is. Naam, adres, woonplaats, telefoonnummer en email adres. Zijn mensen te bereiken en staan ze dit ook toe via sociale media? Indien een volledige profiel aanwezig is, zal dit een standaardwaarde opleveren.

Deze standaardwaarde is een gemiddelde van wat de markt ervoor over heeft om die data aan te schaffen c.q. te verzamelen of te gebruiken bij inzet van acties. Bij deze standaardprofielen worden overlappen tussen de verschillende media kanalen geëlimineerd en wordt tevens rekening gehouden met het feit dat mensen stoppen met het volgen van Spinnin' Records. De zogenaamde “churn rate” of ook wel “afhakkers”.

Contante waarde

Daarnaast is binnen het model een inschatting gemaakt of een branche een laag, gemiddeld of hoog marketingbudget heeft. Verzekeraars, banken en mobiele aanbieders kennen hoge marketingbudgetten. Net als recruiters zoals Monsterboard. Andere diensten en producten, zoals ondergoed of sokken, zullen lagere marketingbudgetten hebben dan andere diensten. De contante waarde van de potentiële inkomsten wordt bepaald aan de hand van deze branche specifieke marketing budgetten.

Vervolgens wordt een waarde meegegeven (ratio) van de branche aan de potentiële relatie met Spinnin' Records. Een product of dienst is laag, gemiddeld of hoog toepasbaar bij Spinnin' Records, afhankelijk van de interesse.

Bijvoorbeeld; Spinnin' Records zal minder snel luiers of andere baby producten kunnen promoten aan haar publiek dan bijvoorbeeld audio apparatuur of een bepaald kleding merk. Audio producten hebben dan een hoge toepasbaarheid, luiers een lagere toepasbaarheid. Met al deze specifieke gegevens wordt een totaal som worden gemaakt per categorie, bovenop de vaste waarde van de standaard data van de profielen.

Disclaimer | Copyright

Alle auteursrechten ten aanzien van dit document zijn uitdrukkelijk voorbehouden. Niets uit dit document mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook zonder de voorafgaande schriftelijke toestemming, tenzij voor niet-commerciële doeleinden.

Dit document is met de grootst mogelijke zorgvuldigheid samengesteld. De in dit document gepresenteerde gegevens en illustraties zijn gebaseerd op de meest actuele informatie op het moment van publicatie. Desondanks kan de verstrekte informatie onjuistheden bevatten.

De auteurs zijn niet aansprakelijk voor enige schade, die direct of indirect ontstaat als gevolg van dit document of van het afgaan op onjuiste informatie uit dit document, tenzij rechtens zou worden vastgesteld dat er sprake is van opzet en/of grove nalatigheid kan worden verweten.

De auteurs behouden zich te allen tijde het recht voor zonder aankondiging wijzigingen aan te brengen.

Contact

DDMCA / P.I.M
Att. Denis Doeland
Keizersgracht 330-b
1016 EZ Amsterdam

Mobiel: +31 6 13520250
E-mail: denis@ddmca.com
Web: ddmca.com

Initiatief uitgave



Deze uitgave wordt ook ondersteund door

DDMCA
MANAGEMENT / CONSULTANCY / ADVICE

FANALISTS
UNLOCK THE VALUE OF DATA

Jibe

NXTLI
NEXT · LEVEL · IMPACT