

La formula per calcolare il Lifetime Value o «valore vita» del tuo cliente

Sintesi operativa episodio #015

Il **Lifetime Value** (o «valore vita») del cliente indica esattamente quanto spende un cliente durante tutto il suo rapporto con te.

Ad esempio, un cliente potrebbe spendere da te 1000€ la prima volta, ma se rimane con te per cinque anni facendo anche altri acquisti, potrebbe spendere complessivamente anche 10.000€.

Prima di calcolare il Lifetime Value devi innanzitutto calcolare il costo di acquisizione di un cliente.

Il calcolo, te lo riassumo, è:

Costo (acquisizione clienti)

=

Costi (marketing, personale, ricerca e sviluppo) / n° clienti acquisiti

Alla fine, il numero che salta fuori ti dirà quanto è costato far entrare nella tua azienda ogni nuovo cliente.

Da qui puoi conoscere il Lifetime Value del tuo cliente.

La formula per calcolare questo valore è semplicissima:

$$\begin{aligned} & \text{[Lifetime Value]} \\ & = \\ & \text{[Spesa media del cliente] - [Costi acquisizione clienti]} \end{aligned}$$

Per aumentare il Lifetime Value puoi fare la prima vendita anche con un ricarico inferiore, perché l'importante è iniziare un rapporto con il nuovo cliente che potrebbe durare anche diversi anni.

[Segui questo link](#) e scopri le risorse gratuite che mi hanno permesso di aiutare 300 aziende in più di 60 settori diversi!