

3 SCÉNARIOS DE “CAC PAYBACK”

LA METRIC #1 À SUIVRE ET OPTIMISER EN SAAS

Divisez le total des dépenses Sales & Marketing (coût d'acquisition des clients, ou CAC) par la valeur annuelle moyenne des contrats (ACV). Vous obtiendrez un "CAC Payback" en années.

Si vous récupérez rapidement vos coûts d'acquisition (scénario #1 sur l'image) votre business model est sain donc continuez d'investir !
Sinon, vous êtes juste en train de vous endetter en espérant un retour sur investissement long terme (scénario #3 sur l'image) 🤔

Côté benchmark, un bon CAC payback est :

- 3 mois en B2C
- 8 mois pour du B2B self-serve
- 18 mois pour du B2B Enterprise (scénario #2 sur l'image)

Et n'oubliez pas de faire l'exercice pour chaque motion GTM !

Si vous avez plusieurs segments, zones géographiques ou lignes de produits avec un payback supérieur à un an, consolidez-les, voire supprimez-les. Repliez ces bases de clients dans d'autres segments et rationalisez vos ressources.

Rappel : c'est de votre survie dont on parle.



Jordan Chenevier-Truchet

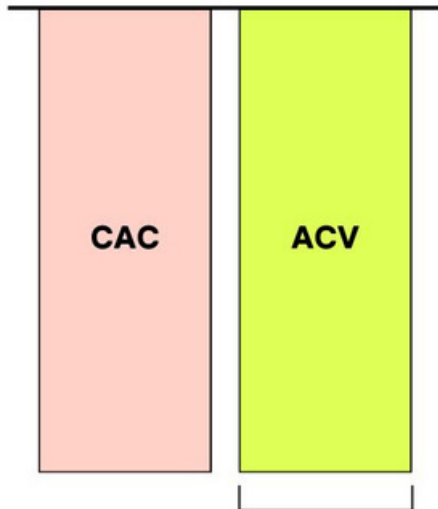
@jordanchenevier

3 SCÉNARIOS DE “CAC PAYBACK”

LA METRIC #1 À SUIVRE ET OPTIMISER EN SAAS.

SCÉNARIO 1

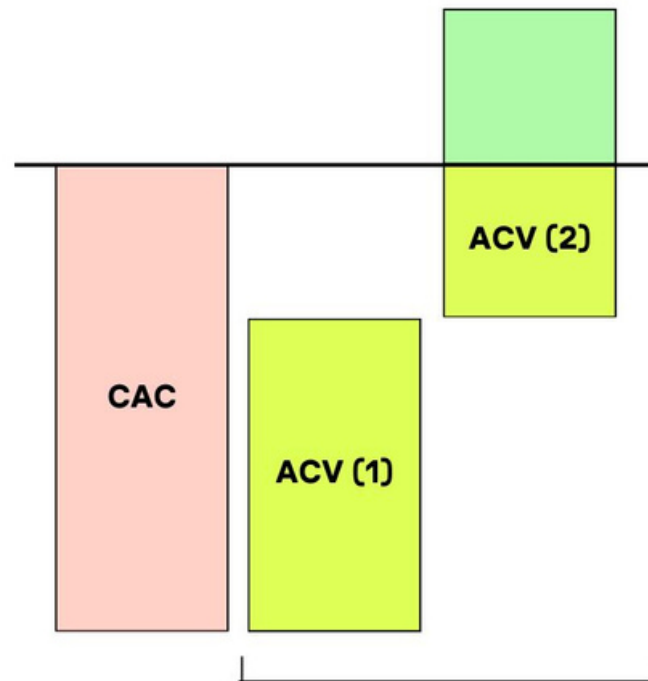
ANNÉE 1



Remboursement en 1 an

SCÉNARIO 2

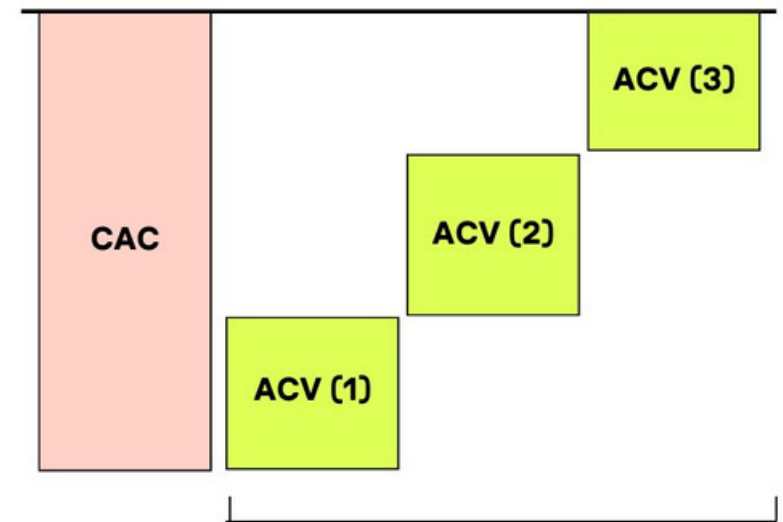
ANNÉE 1 ANNÉE 2



Remboursement en 1½ an

SCÉNARIO 3

ANNÉE 1 ANNÉE 2 ANNÉE 3



Remboursement en 3 ans

