

OPENVIEW

2022 年 SAAS 基准报告



柯特镇
增长高级总监



凯尔·波亚尔
运营伙伴

由...赞助

Chargebee

目录

介绍	3
参与者概述	5
执行摘要:原始数据	8
切割烧伤不崩溃和燃烧	17
高效地进入市场	24
PLG:不仅仅是产品	32
人:你最好但最昂贵的资产	40
其他资源	51

简介:接下来会发生什么?

我们很高兴能在创始人和运营商最需要它的时候发布这份报告。

OpenView 的 2022 年 SaaS 基准报告结合了 3,000 多名受访者在六年来对私营 SaaS 企业的财务和运营指标进行调查的结果。

为什么现在?当运营商在 2021 年底坐下来制定 2022 年的预算时,增长是关键指标,因此 GTM 和研发团队获得了现金,以推动新产品线、新客户档案和新付费广告渠道的增长。招聘人数处于历史最高水平,员工人数的批准相对容易获得。

我们都知道他们所说的最好的计划。

今年的报告揭示了一些关于到底发生了什么的有趣事实。更具体地说,宏观经济环境是如何渗透到私营 SaaS 公司的?为了避免掩盖领先地位,几乎每个人都在削减开支 不管银行有多少现金。

最有趣的是,“接下来会发生什么?”哪些公司是为成功而设立的?创始人和运营商如何模仿已经建立了选择性的公司?在肯定会继续的宏观环境中,他们如何避免鞭挞?



伙伴

非常感谢今年我们的主要赞助商

Chargebee

以及我们所有的合作伙伴

BGV
BENJAMIN GLOBAL VENTURES

DYNAMO

MMC

vertex
VENTURES

Capnamic

GREYCROFT

NOTION

VIOLA
VENTURES

böldstart

Harlem Capital

PSL

VISIBLE

CATALYST

High Alpha

Primary

work—bench

CHICAGO
VENTURES

J.P.Morgan

serena

connect

LERER HIPPEAU

SIERRA
VENTURES

CostanoaVentures

mercury

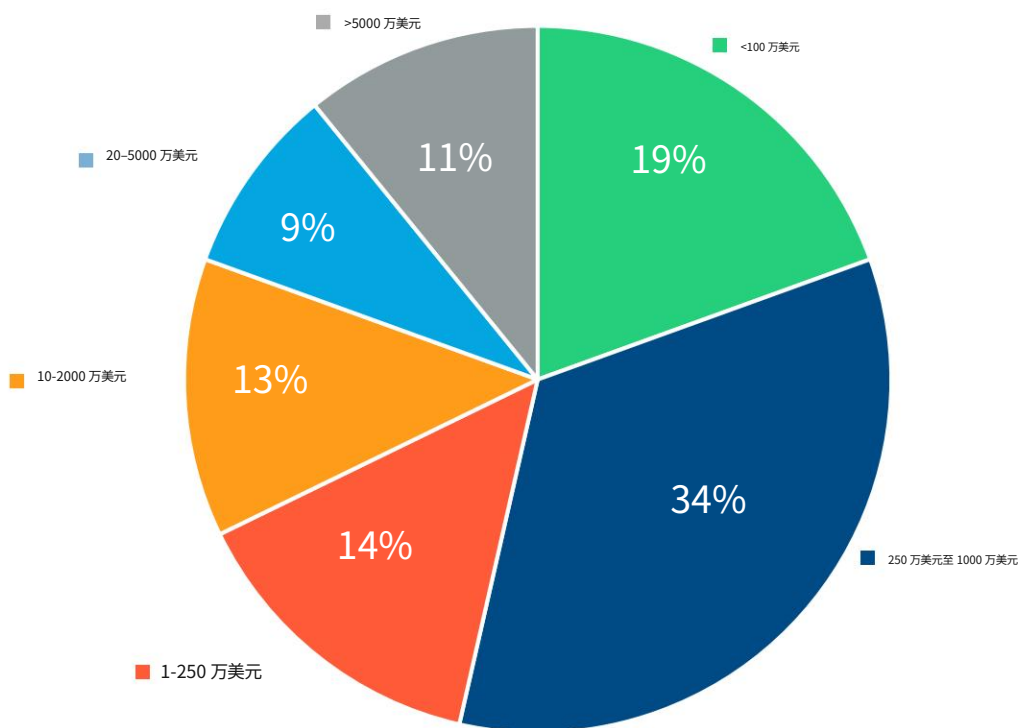
tlw partners



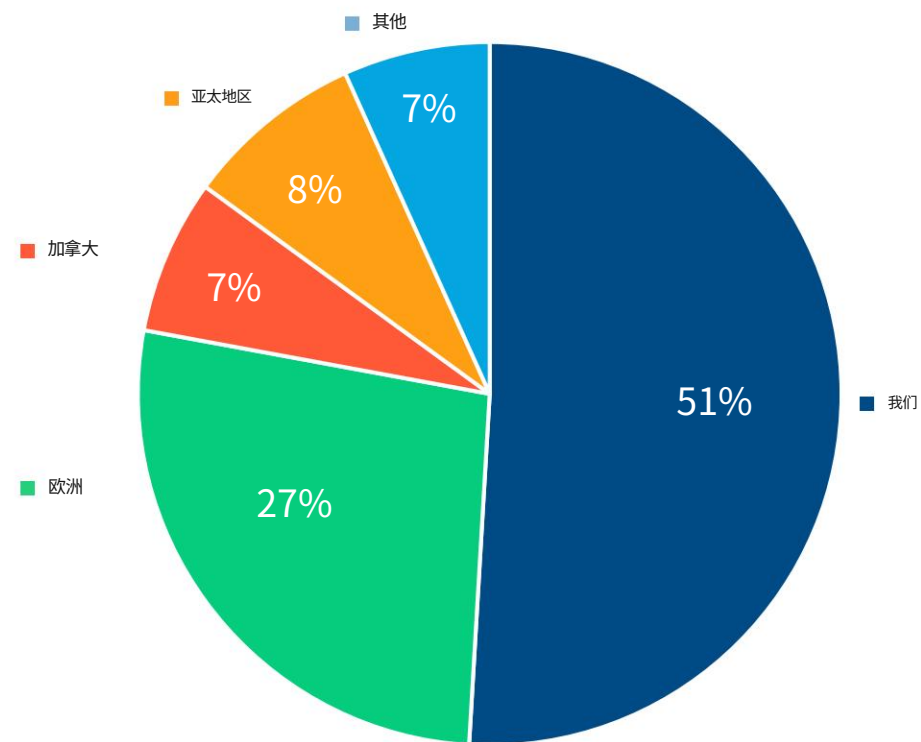
参与者概述

今年谁参加了调查?

按 ARR 分配

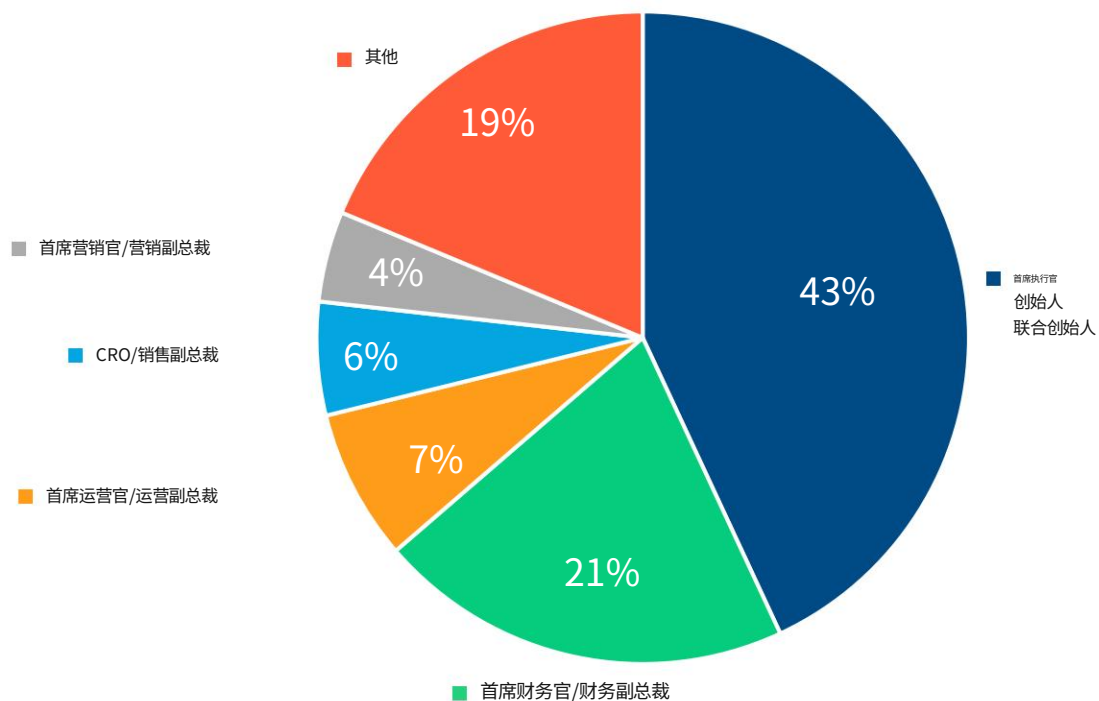


地理分布

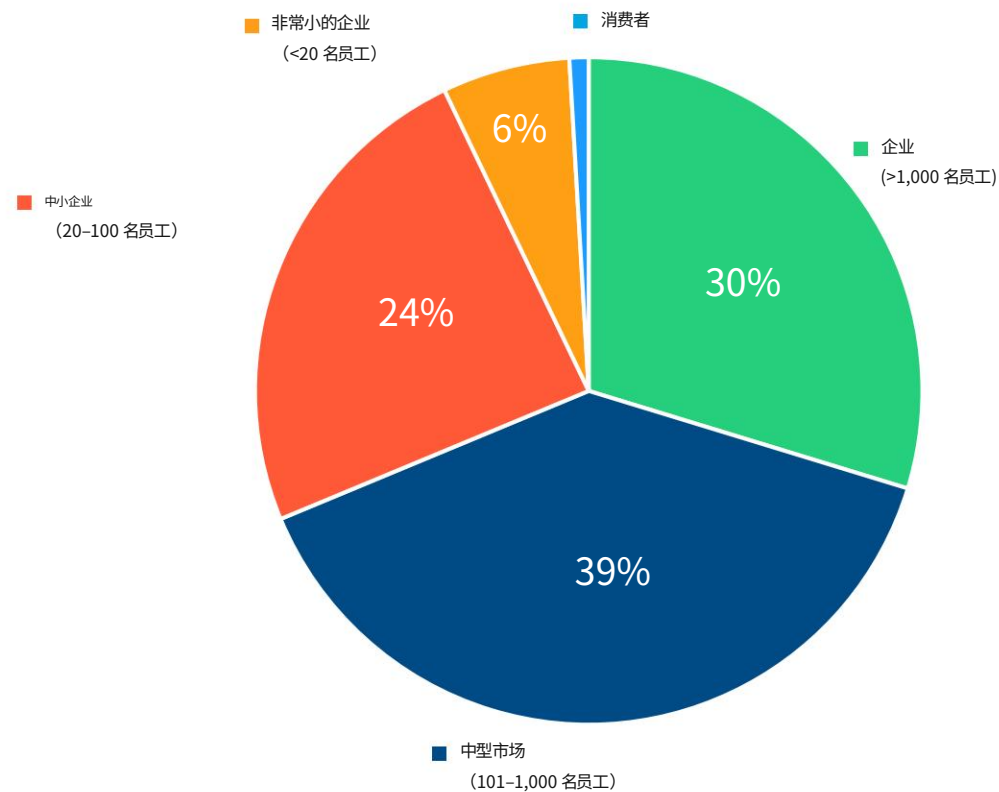


今年谁参加了调查?

按角色分配



ICP分布 (理想客户档案)





执行摘要:原始数据

公司基准定义

规模和增长

雇员	2022 年第二季度末的全职等效员工人数。
资金	迄今为止筹集的股本金额。
年度经常性收入 (ARR)	截至 2022 年第二季度末的公司 ARR 规模。
同比增长率	2022 年第二季度末与 2021 年第二季度的 ARR 变化。

金融

销售和营销支出	截至 2022 年第二季度,销售和营销支出 (包括员工人数)占期末 ARR 的百分比。
研发支出	截至 2022 年第二季度,研发支出 (包括员工人数)占期末 ARR 的百分比。
毛利率	订阅收入减去销售成本除以 2022 年第二季度末的订阅收入。
月燃烧率 (以 000 秒为单位)	2022 年第二季度末的每月净运营现金消耗率 (每月损失的总美元,负值 = 利润)。

SAAS 价值驱动因素

CAC 回报 (月)	数月的订阅毛利率可收回获取客户的全部成本。
美元保留总额	在群组中看到的年度总美元保留 (流失后,不包括追加销售和扩张)。
净美元保留	在同类群组中看到的年度净美元保留 (流失后,包括追加销售和扩张)。

多样性

女性领导	主管级及以上员工中女性代表的百分比。
领导中代表性不足的少数族裔	董事级及以上员工中少数族裔代表比例不足的百分比。

如何阅读这些幻灯片

<100 万美元	1-250 万美元	250 万美元至 1000 万美元	10-2000 万美元	20-5000 万美元	>5000 万美元
----------	-----------	-------------------	-------------	-------------	-----------

规模和增长

雇员	13 (7-38)	29 (21-38)	63 (38-88)	113 (88-176)	226 (176-276)	876 (488-1000)
同比增长率	100% (46-286%)	79% (37-153%)	50% (30-115%)	72% (30-101%)	40% (30-52%)	30% (18-55%)

金融

销售和营销支出	32% (21-58%)	25% (20-54%)	34% (25-46%)	33% (19-60%)	40% (33-63%)	34% (23-41%)
研发支出	50% (30-70%)	40% (21-66%)	38% (21-50%)	40% (25-55%)	32% (23-40%)	28% (17-43%)
毛利率	70% (29-80%)	77% (60-85%)	80% (67-85%)	80% (72-85%)	80% (74-84%)	78% (67-84%)
每月消耗率 (000 美元)	50 (0-175)	100 (50-200)	150 (75-300)	625 (375-1250)	1500 (94-1750)	1750 (0-2000)

行代表不同类别的常见 KPI,包括规模和增长、财务、价值驱动因素和多样性。

SAAS 价值驱动因素

CAC 回报 (月)	7 (4-12)	11 (4-13)	12 (5-18)	15 (9-19)	17 (13-24)	16 (12-20)
美元保留总额	97% (80-100%)	95% (90-99%)	90% (85-96%)	90% (85-98%)	90% (88-95%)	95% (89-97%)
净美元保留	100% (87-103%)	105% (100-120%)	105% (95-117%)	111% (105-125%)	110% (101-117%)	110% (101-126%)

多样性

女性领导	16% (0-23%)	32% (1-48%)	24% (12-44%)	33% (23-48%)	30% (20-34%)	36% (33-50%)
领导中代表性不足的少数族裔	0% (0-13%)	0% (0-50%)	10% (0-21%)	11% (0-25%)	1% (0-10%)	10% (1-20%)

如何阅读这些幻灯片

	<100 万美元	1-250 万美元	250 万美元至 1000 万美元	10-2000 万美元	20-5000 万美元	>5000 万美元
--	----------	-----------	-------------------	-------------	-------------	-----------

规模和增长

雇员	13 (7-38)	29 (21-38)	63 (38-88)	113 (88-176)	226 (176-276)	876 (488-1000)
同比增长率	100% (46-286%)	79% (37-153%)	50% (30-115%)	72% (30-101%)	40% (30-52%)	30% (18-55%)

金融

销售和营销支出	32% (21-58%)	25% (20-54%)	38% (21-55%)	40% (25-55%)	40% (33-63%)	34% (23-41%)
研发支出	50% (30-70%)	40% (21-66%)	38% (21-55%)	40% (25-55%)	32% (23-40%)	28% (17-43%)
毛利率	70% (29-80%)	77% (60-85%)	80% (67-85%)	80% (72-85%)	80% (74-84%)	78% (67-84%)
每月消耗率 (000 美元)	50 (0-175)	175 (0-225)	175 (0-625)	625 (375-1250)	1500 (94-1750)	1750 (0-2000)

列表表示来自不同 ARR 水平的公司的响应分布,从 <100 万美元到 >5000 万美元。

SAAS 价值驱动因素

CAC 回报 (月)	7 (4-12)	11 (4-13)	12 (5-18)	15 (9-19)	17 (13-24)	16 (12-20)
美元保留总额	97% (80-100%)	95% (90-99%)	90% (85-96%)	90% (85-98%)	90% (88-95%)	95% (89-97%)
净美元保留	100% (87-103%)	105% (100-120%)	105% (95-117%)	111% (105-125%)	110% (101-117%)	110% (101-126%)

多样性

女性领导	16% (0-23%)	32% (1-48%)	24% (12-44%)	33% (23-48%)	30% (20-34%)	36% (33-50%)
领导中代表性不足的少数族裔	0% (0-13%)	0% (0-50%)	10% (0-21%)	11% (0-25%)	1% (0-10%)	10% (1-20%)

如何阅读这些幻灯片

	<100 万美元	1-250 万美元	250 万美元至 1000 万美元	10-2000 万美元	20-5000 万美元	>5000 万美元
--	----------	-----------	-------------------	-------------	-------------	-----------

规模和增长

雇员	13 (7-38)	29 (21-38)	63 (38-88)	113 (88-176)	226 (176-276)	876 (488-1000)
同比增长率	100% (46-286%)	79% (37-153%)	50% (30-115%)	72% (30-101%)	40% (30-52%)	30% (18-55%)

金融

销售和营销支出	32% (21-58%)	25% (20-54%)	34% (25-46%)	33% (19-60%)	40% (33-63%)	34% (23-41%)
研发支出	50% (30-70%)	40% (21-66%)	38% (21-60%)	40% (25-55%)	32% (23-40%)	28% (17-43%)
毛利率	70% (29-80%)	77% (60-85%)	80% (67-85%)	80% (72-85%)	80% (74-84%)	78% (67-84%)
每月消耗率 (000 美元)	50 (0-175)	175 (0-500)	500 (100-1000)	1500 (500-2000)	1500 (94-1750)	1750 (0-2000)

每个单元格代表公司的中位数业绩,以及范围 (底部四分位 - 顶部四分位)

SAAS 价值驱动因素

CAC 回报 (月)	7 (4-12)	11 (7-15)	16 (10-20)	17 (13-24)	16 (12-20)	16 (12-20)
美元保留总额	97% (80-100%)	95% (90-99%)	90% (85-96%)	90% (85-98%)	90% (88-95%)	95% (89-97%)
净美元保留	100% (87-103%)	105% (100-120%)	105% (95-117%)	111% (105-125%)	110% (101-117%)	110% (101-126%)

在每个相应的 ARR 范围内的每个指标。

多样性

女性领导	16% (0-23%)	32% (1-48%)	24% (12-44%)	33% (23-48%)	30% (20-34%)	36% (33-50%)
领导中代表性不足的少数族裔	0% (0-13%)	0% (0-50%)	10% (0-21%)	11% (0-25%)	1% (0-10%)	10% (1-20%)

ARR 的财务和运营指标

中位数（第 25 个百分位 - 第 75 个百分位）

	<100 万美元	1-250 万美元	250 万美元至 1000 万美元	10-2000 万美元	20-5000 万美元	>5000 万美元
规模和增长						
雇员	13 (7-38)	29 (21-38)	63 (38-88)	113 (88-176)	226 (176-276)	876 (488-1000)
同比增长率	100% (46-286%)	79% (37-153%)	50% (30-115%)	72% (30-101%)	40% (30-52%)	30% (18-55%)
金融						
销售和营销支出	32% (21-58%)	25% (20-54%)	34% (25-46%)	33% (19-60%)	40% (33-63%)	34% (23-41%)
研发支出	50% (30-70%)	40% (21-66%)	38% (21-50%)	40% (25-55%)	32% (23-40%)	28% (17-43%)
毛利率	70% (29-80%)	77% (60-85%)	80% (67-85%)	80% (72-85%)	80% (74-84%)	78% (67-84%)
每月消耗率 (000 美元)	50 (0-175)	175 (0-225)	175 (0-625)	625 (375-1250)	1500 (94-1750)	1750 (0-2000)
SAAS 价值驱动因素						
CAC 回报 (月)	7 (4-12)	11 (4-13)	12 (5-18)	15 (9-19)	17 (13-24)	16 (12-20)
美元保留总额	97% (80-100%)	95% (90-99%)	90% (85-96%)	90% (85-98%)	90% (88-95%)	95% (89-97%)
净美元保留	100% (87-103%)	105% (100-120%)	105% (95-117%)	111% (105-125%)	110% (101-117%)	110% (101-126%)
多样性						
女性领导	16% (0-23%)	32% (1-48%)	24% (12-44%)	33% (23-48%)	30% (20-34%)	36% (33-50%)
领导中代表性不足的少数族裔	0% (0-13%)	0% (0-50%)	10% (0-21%)	11% (0-25%)	1% (0-10%)	10% (1-20%)

ARR 的财务和运营指标 (22 VS. 21)

	<100 万美元	1-250 万美元	250 万美元至 1000 万美元	10-2000 万美元	20-5000 万美元	>5000 万美元
规模和增长						
雇员	13 (-5)	29 (-9)	63 (-13)	113 (-38)	226 (75)	876 (525)
同比增长率	100% (0%)	79% (-11%)	50% (0%)	72% (22%)	40% (5%)	30% (0%)
金融						
销售和营销支出	32% (7%)	25% (-5%)	34% (2%)	33% (-1%)	40% (5%)	34% (-16%)
研发支出	50% (0%)	40% (0%)	38% (4%)	40% (1%)	32% (7%)	28% (-2%)
毛利率	70% (3%)	77% (2%)	80% (4%)	80% (5%)	80% (0%)	78% (-1%)
每月消耗率 (000 美元)	50 (0)	175 (125)	175 (-200)	625 (250)	1500 (1125)	1750 (1725)
SAAS 价值驱动因素						
CAC 回报 (月)	7 (-1)	11 (3)	12 (-3)	15 (0)	17 (-1)	16 (1)
美元保留总额	97% (-1%)	95% (-1%)	90% (-5%)	90% (6%)	90% (0%)	95% (10%)
净美元保留	100% (0%)	105% (5%)	105% (-1%)	111% (8%)	110% (5%)	110% (5%)
多样性						
女性领导	16% (1%)	32% (7%)	24% (-1%)	33% (3%)	30% (0%)	36% (8%)
领导中代表性不足的少数族裔	0% (0%)	0% (0%)	10% (10%)	11% (9%)	1% (-4%)	10% (1%)

按融资阶段划分的财务和运营指标

中位数（第 25 个百分位 - 第 75 个百分位）

	天使/种子	A系列	B系列	C系列	D+系列
规模和增长					
雇员	21 (13-38)	63 (38-88)	113 (63-176)	176 (176-626)	626 (226-907)
资金	300 万美元 (0.5-300 万美元)	1500 万美元 (8-1500 万美元)	2800 万美元 (15-63 万美元)	6300 万美元 (43-1 亿美元以上)	1 亿美元以上 (100-1 亿美元以上)
年度经常性收入 (ARR)	200 万美元 (0.5-200 万美元)	600 万美元 (2-600 万美元)	1500 万美元 (6-1500 万美元)	1500 万美元 (6-3500 万美元)	5000 万美元 (35-5000 万美元)
同比增长率	70% (40-100%)	100% (30-180%)	61% (30-150%)	35% (25-60%)	42% (23-59%)
金融					
销售和营销支出	31% (20-52%)	30% (20-46%)	45% (31-80%)	40% (39-50%)	32% (23-52%)
研发支出	40% (30-60%)	38% (25-50%)	40% (29-50%)	37% (29-46%)	28% (16-44%)
毛利率	80% (70-85%)	80% (73-85%)	76% (60-81%)	75% (62-88%)	78% (72-82%)
每月消耗率 (000 美元)	50 (0-175)	375 (50-625)	625 (375-1250)	1750 (187.5-1875)	2000 (1250-2000)
SAAS 价值驱动因素					
CAC 回报 (月)	9 (3-14)	14 (7-17)	18 (12-24)	15 (12-19)	17 (14-23)
美元保留总额	90% (80-96%)	93% (88-97%)	90% (81-97%)	90% (82-98%)	92% (88-95%)
净美元保留	101% (94-115%)	108% (100-120%)	110% (95-125%)	114% (96-136%)	110% (104-126%)
多样性					
女性领导	20% (0-40%)	25% (11-30%)	20% (10-30%)	40% (3-45%)	30% (21-38%)
领导中代表性不足的少数族裔	10% (0-25%)	8% (0-20%)	17% (0-30%)	7% (0-15%)	10% (0-10%)

集成基准的提示

1

基准是地图,而不是路线

财务和运营基准可用作评估您相对于同行的位置的地图。虽然他们向您展示了风景,但他们并没有告诉您您需要采取的确切路线。每家公司都可能采取不同的路线 而且有充分的理由。

2

用焦点道奇鞭打

总会有另一个热门的新指标或目标职位设定为 300% 的增长。确保您了解您要建立的公司类型并专注于执行。

每年或每季度 (而不是每天)上台检查基准。

3

考虑股东的风险/回报预期

不同的投资者对风险和回报的品味不同;要么知道你的“梦想投资者”是什么样子,这样你就可以优化绩效与符合他们“品味”的基准,或者确定你想要扩展业务的方式并找到与该方法一致的投资

4

业绩和估值是一个多元方程

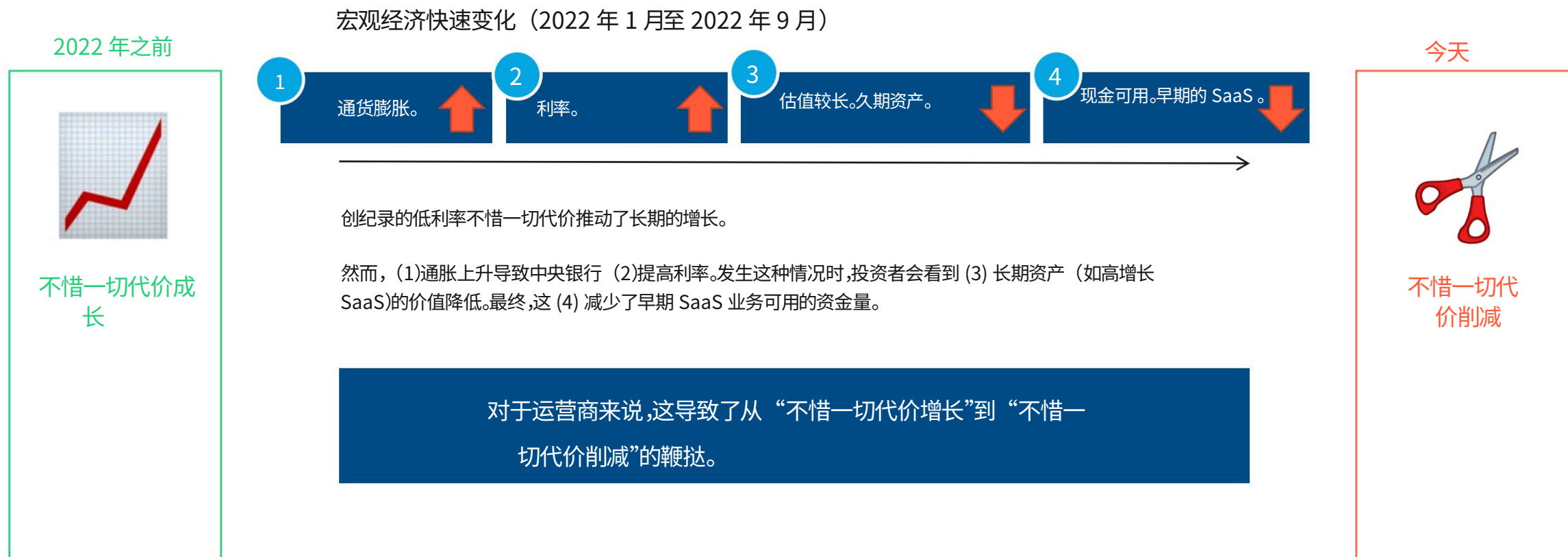
增长是销售和产品投资的函数,是增长的函数……等等。一个合理的策略将涉及一系列的权衡。



无切割烧伤
崩溃和燃烧

切割烧伤如何成为必要

对宏观经济变化的过度简化。

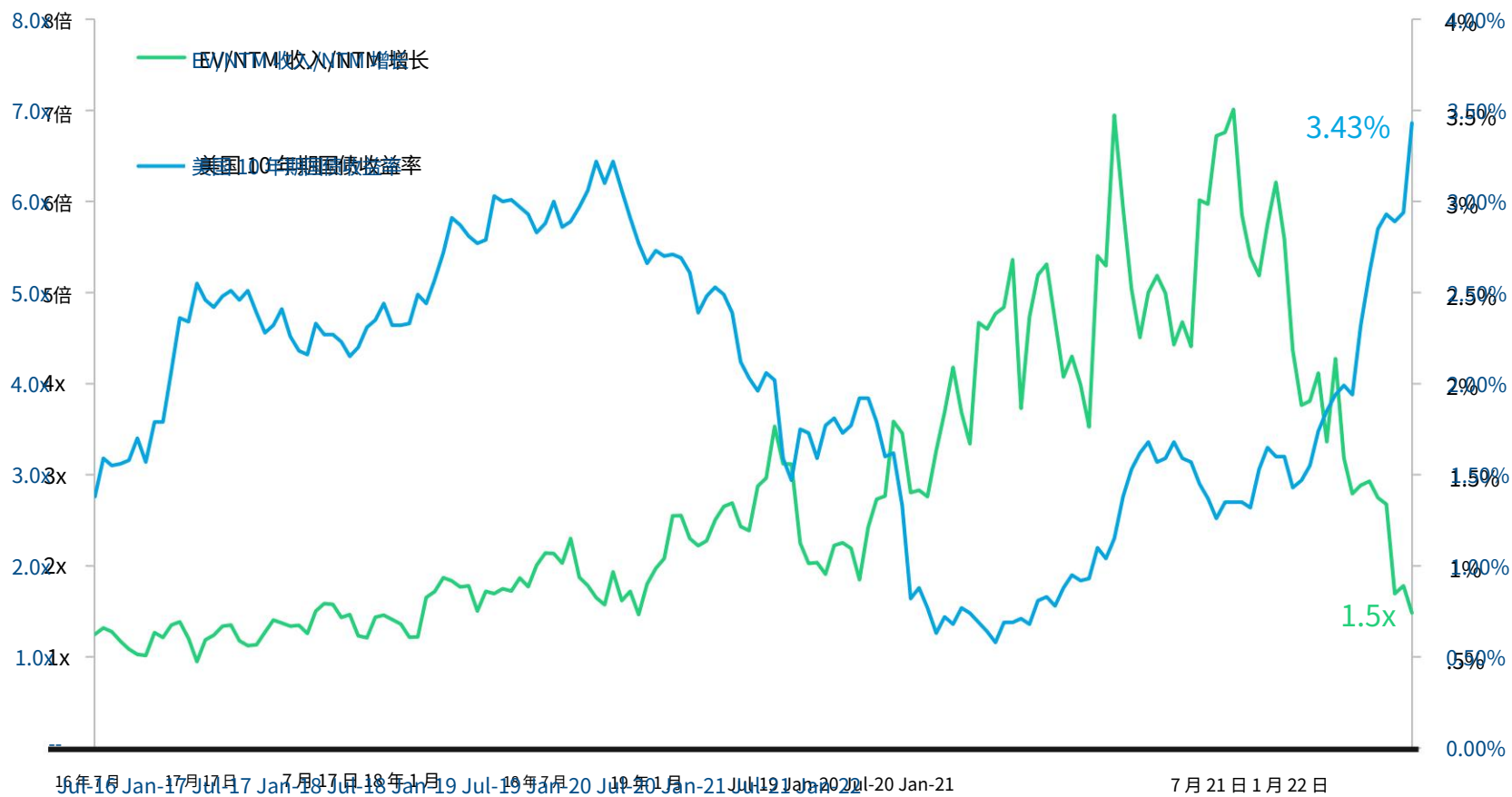


利率推动了多重压缩

软件公司的收入价值与利率高度相关。

随着美联储大幅收紧货币政策,资金流出科技ETF,导致多重压缩。

EV/NTM 收入/NTM 增长与 10 年期国债收益率 (过去 6 年)



资料来源:截至 22 年 6 月 15 日的公司文件和 Pitchbook。

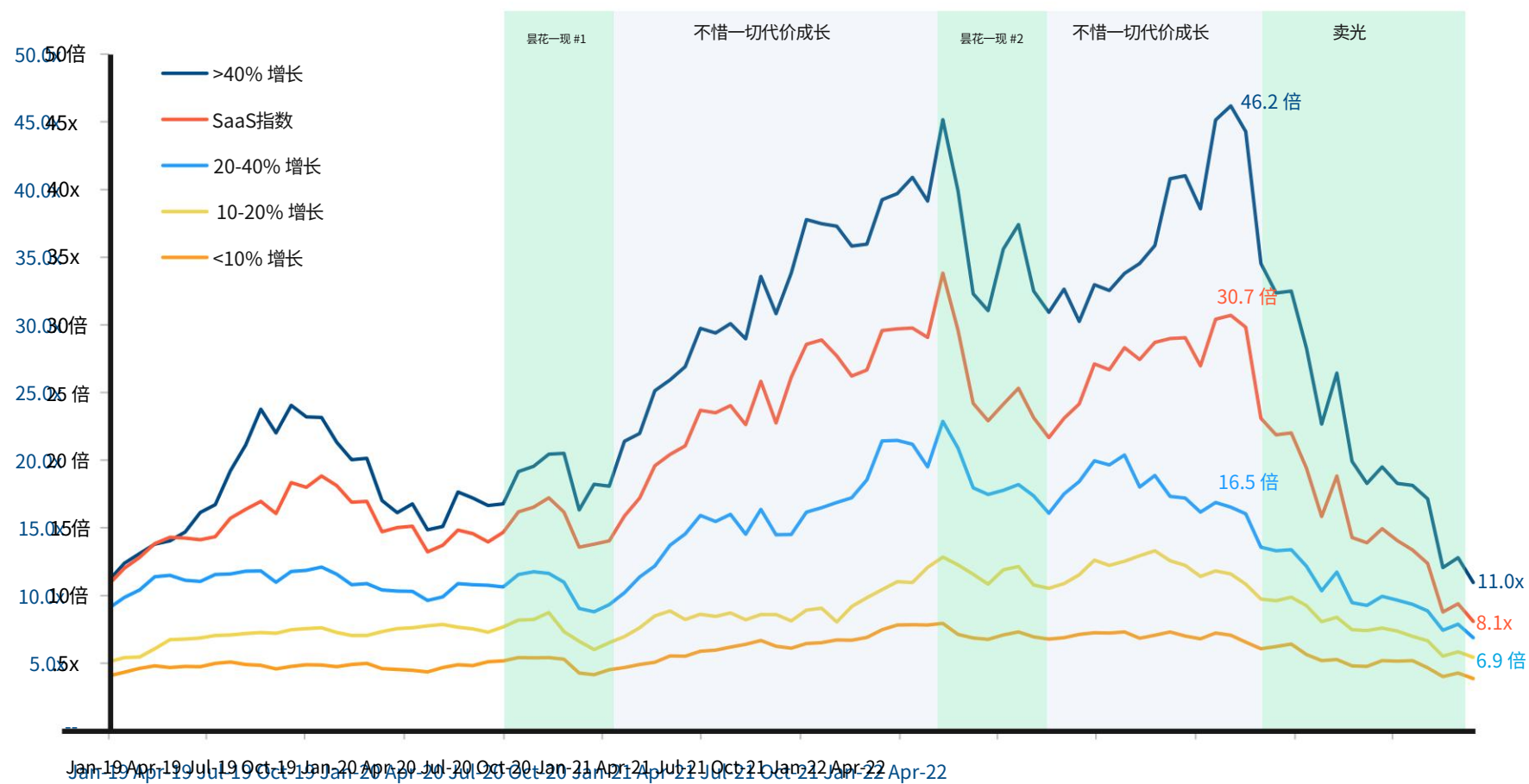
1. 代表上市软件公司的平均 EV/LTM 收入倍数。

最近的抛售非常严重

EV/LTM 收入 - 所有软件(1)

从 2019 年到 2021 年,平均公共 SaaS 业务经历了显著的倍数扩张。

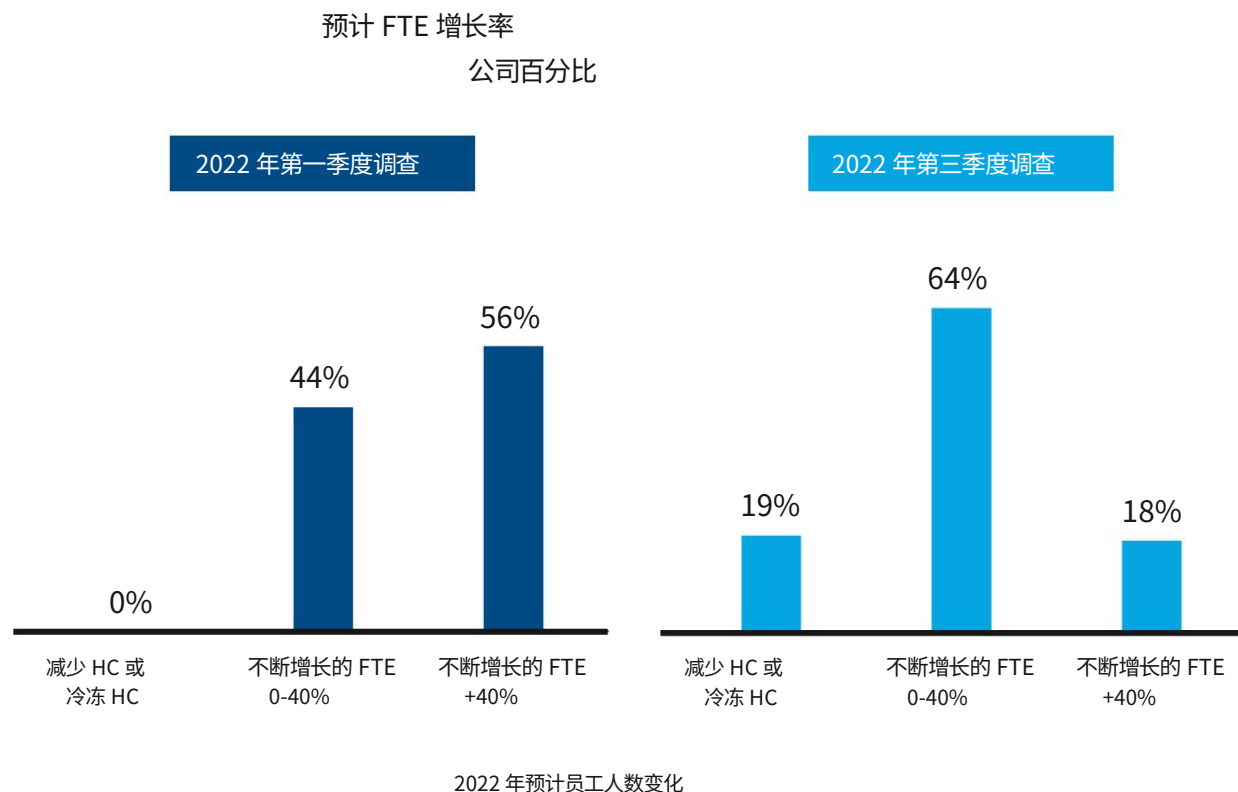
尽管潜在表现强劲,但由于利率上升,软件估值在第一季度和第二季度有所压缩。



资料来源:截至 22 年 6 月 15 日的公司文件和 Pitchbook。

1. 代表上市软件公司的平均 EV/LTM 收入倍数。

私营 SAAS 公司已做出回应， 最明显的是通过调整员工人数



通过我们今年进行的两项调查,可以最清楚地看到变化的深度。一个特定于 2 月的人才,而最近一个是 7 月。

2 月份,大多数 (!) 公司计划将员工人数增加 40% 以上。

随着职位发布被裁员公告取代,这种情况迅速发生了变化。

如今,大多数公司仍在计划适度增加员工人数,但近 20% 的公司正在维持或裁员。

和公司正在削减,不管他们的增长率

我们预计现金储备不足 18 个月的公司将大幅削减开支。

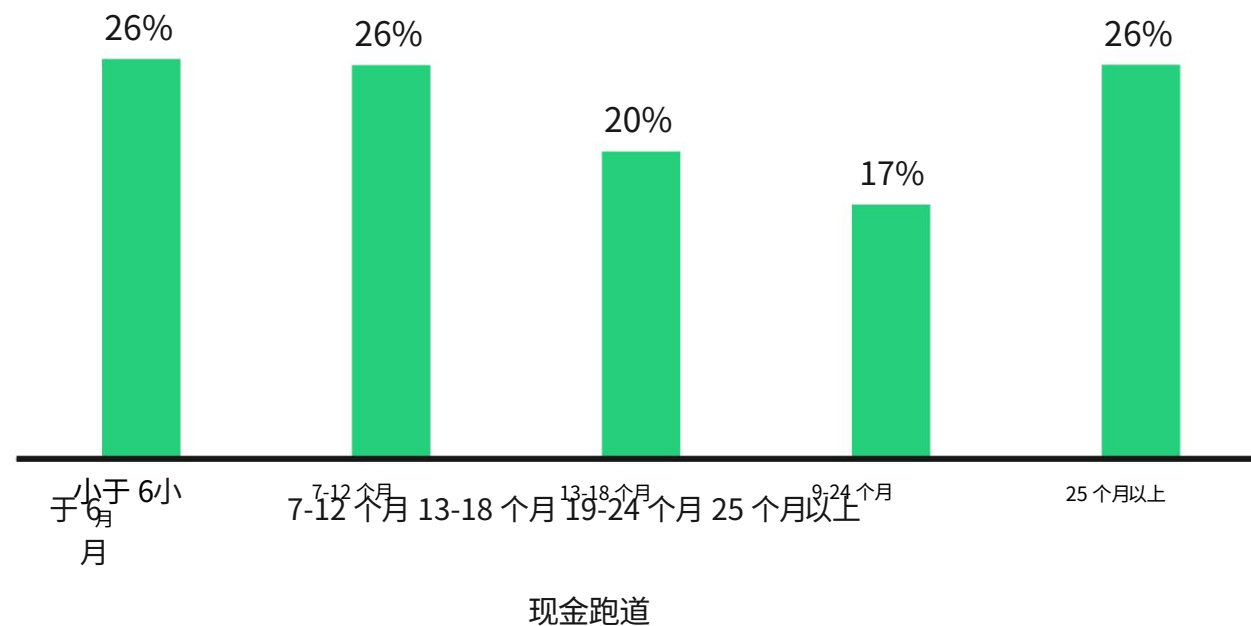
共识是 18 个月是“好的”,但 25 个月以上是理想的。

然而,我们惊讶地看到银行中现金超过 25 个月的公司削减了和只有六个月的人一样多。

我们的看法:选择性是当今 SaaS 公司所能拥有的最有价值的东西。

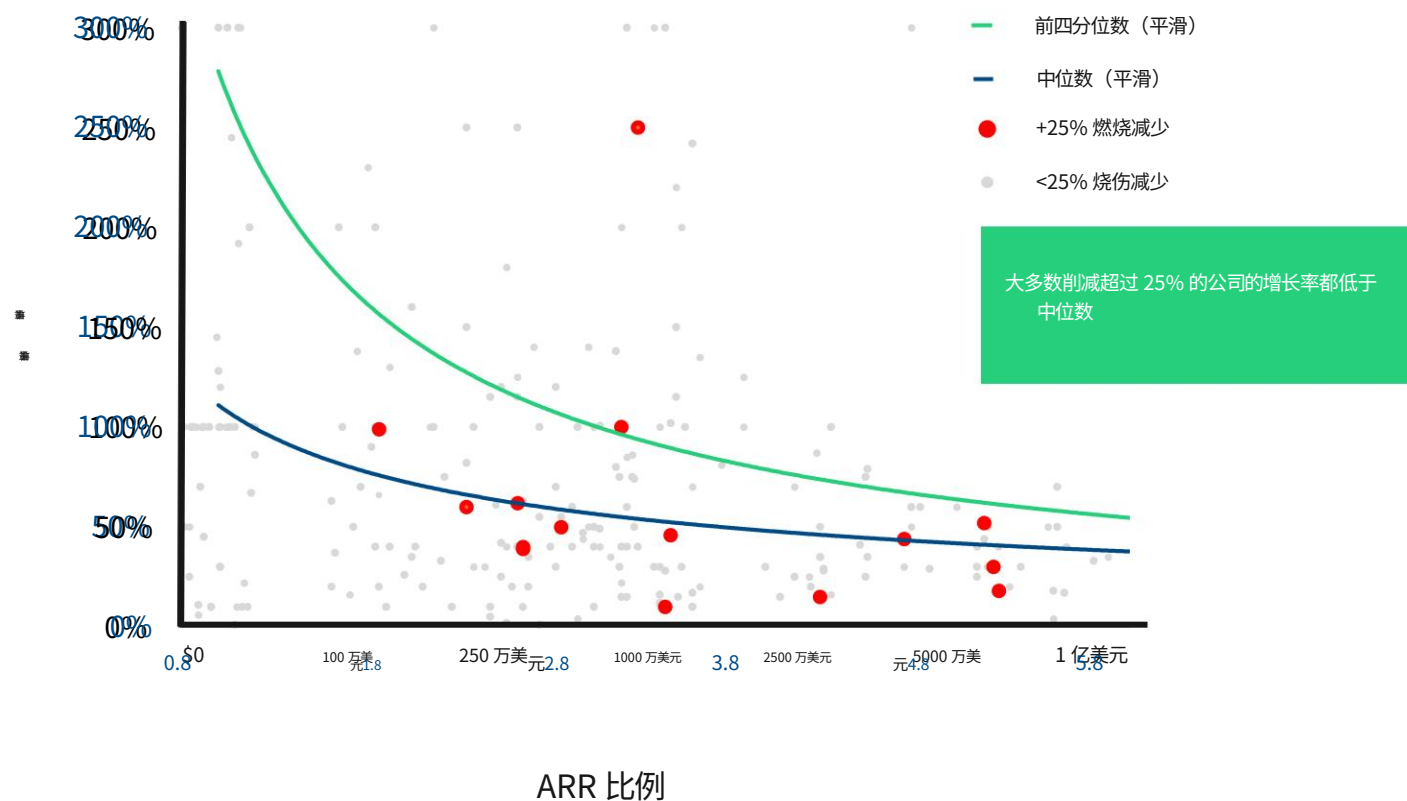
如果最终不需要额外的现金,那么开始消费比停止消费更容易。

22 财年计划中现金消耗的平均减少
通过现金跑道



减少现金消耗并非没有风险

减少现金消耗带来的增长率和 ARR
代表性答复样本



大多数公司都需要减少现金消耗,但这只是缓解了一些压力。

大多数现金减少超过 25% 的公司如今在增长方面也表现不佳。这是有道理的。如果燃烧对增长没有贡献,则需要减少。

然而,最终公司将需要恢复增长。但他们需要用更少的手头现金来做这件事。

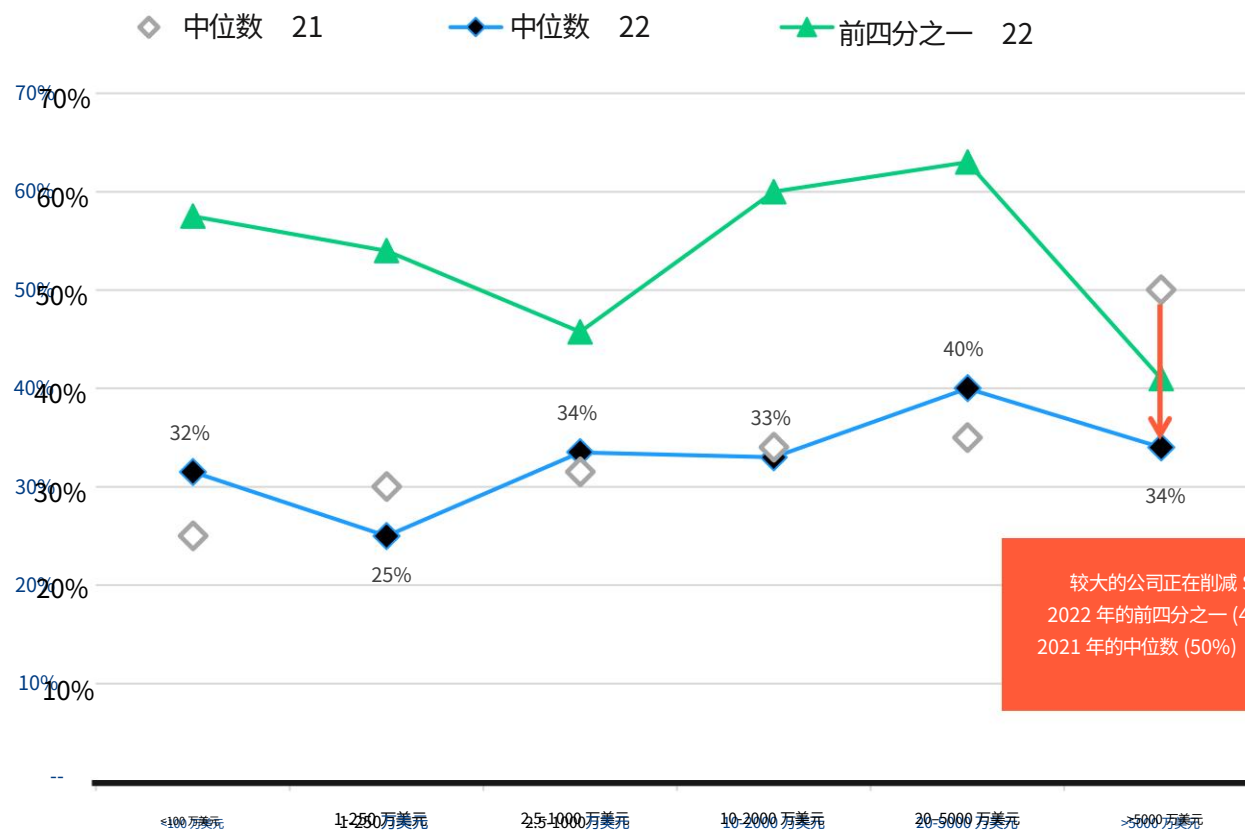
随着裁员变得司空见惯,创始人和运营商处于开始事半功倍的关键位置。



高效地进入市场

尽管削减,S&M 支出仍然存在 始终低于 5000 万美元

销售和营销支出 (占 ARR 的百分比)



尽管最近削减了预算,但自去年以来,用于销售和营销的 ARR 的典型百分比并没有太大变化。

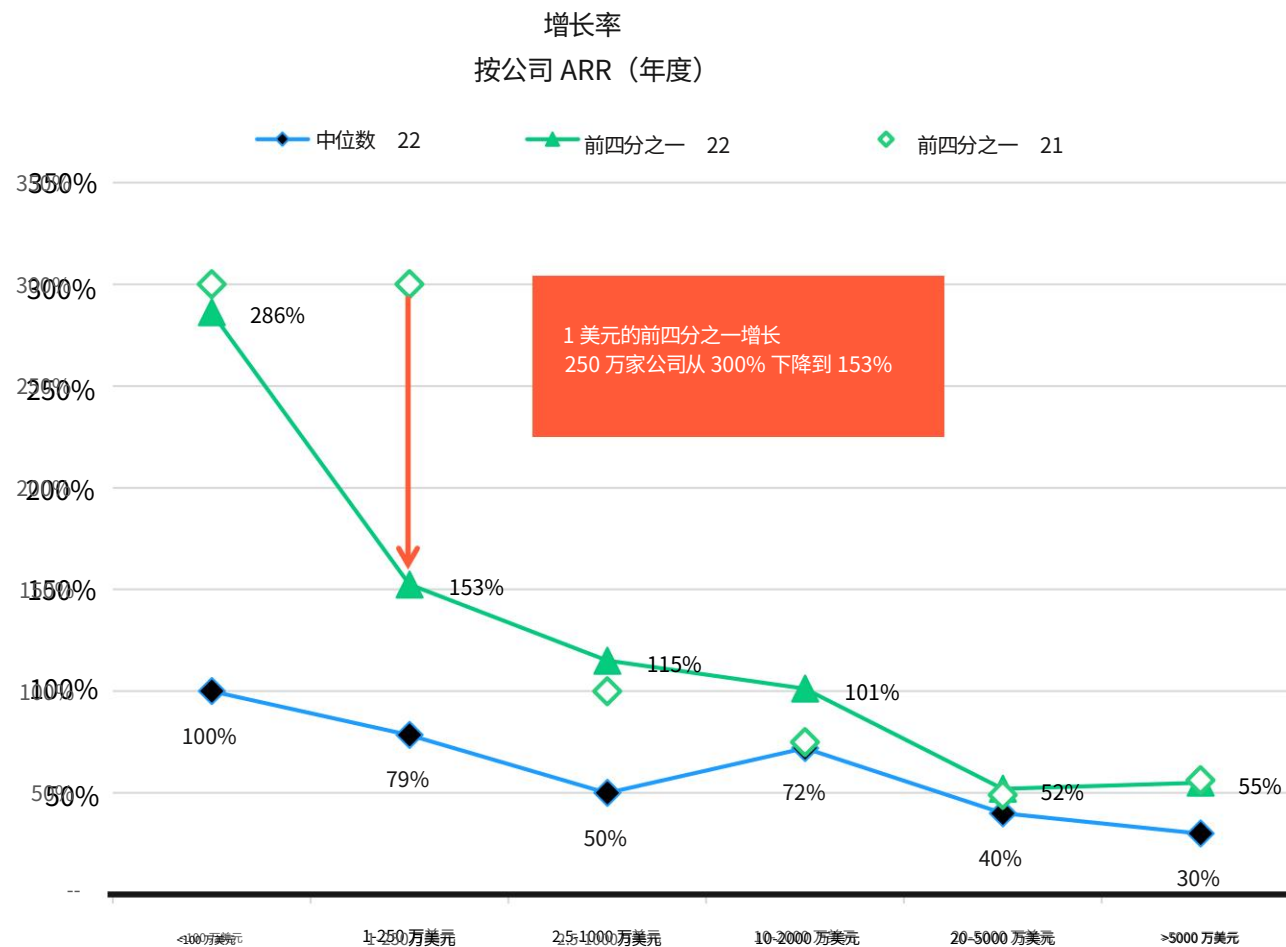
大型公司的例外情况是,S&M 支出的中位数已从 50% 降至 34%。

随着初创公司开始专注于更高效、更可靠的上市路线,这些数字很可能会在 2023 年全面下降。

早期公司正在回落增长

增长率在 2021 年创下历史新高 这是有充分理由的。具有前四分之一增长的公司能够获得超过 100 倍的倍数。

随着增长率的回报越来越少,良好增长与巨大增长之间的差距正在缩小。



美元总留存率下降

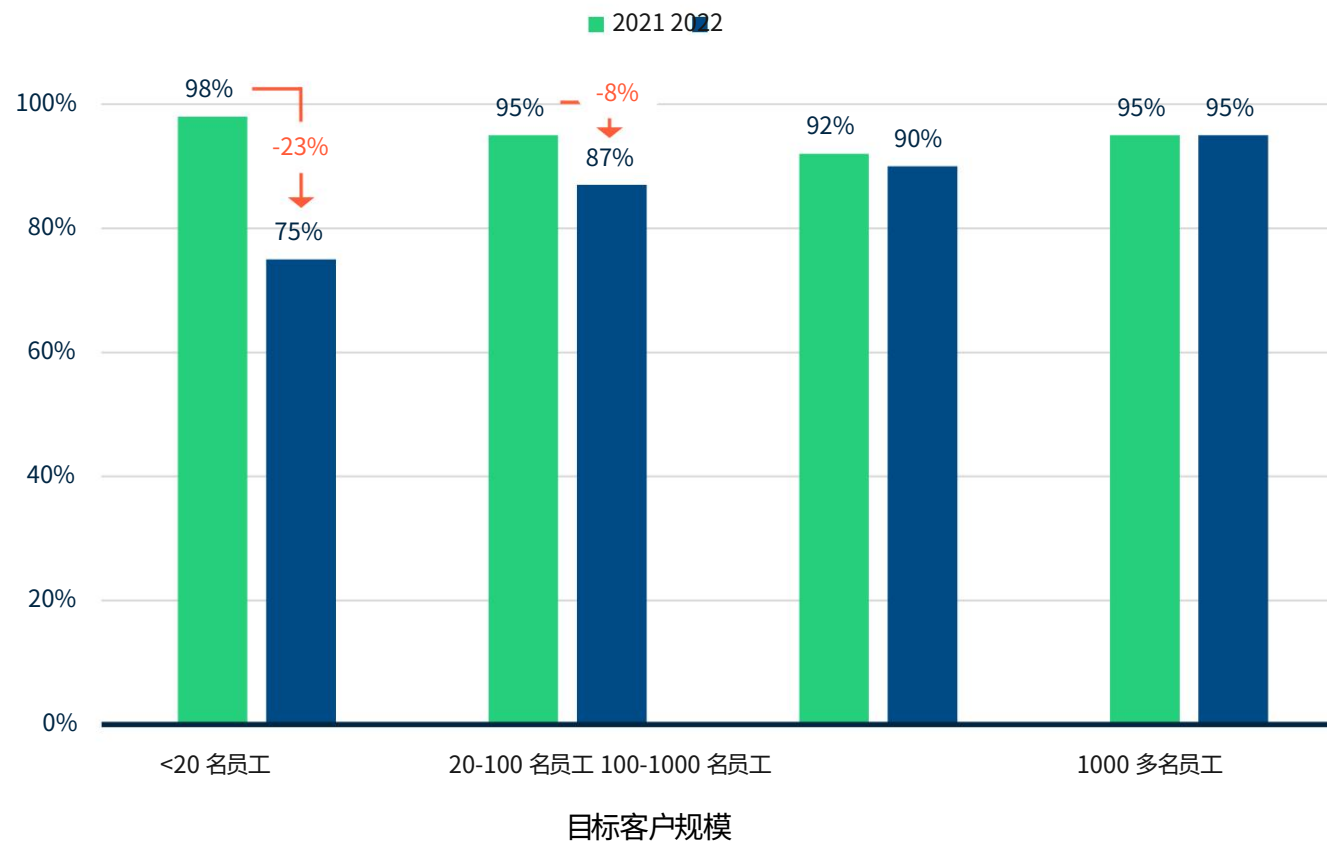
ARR 低于 1000 万美元的公司

与 2021 年相比,25-1000 万美元的早期公司的总留存率有所下降。

Changeforce 客户流失洞察:

- 1.将流失设置为公司 KPI:具有共享公司范围的流失 KPI 的企业与具有不同部门 KPI 的保留的企业相比有所改善
- 2.个性化有很长的路要走: 72%
消费者只想参与个性化消息传递 随着您的扩展,寻找创造个性化体验的方法
- 3.识别您可以节省的客户: 15-30%的客户流失可以在取消的那一刻得到解决。为了
小公司规模,在取消期间测试反应性折扣或帮助材料

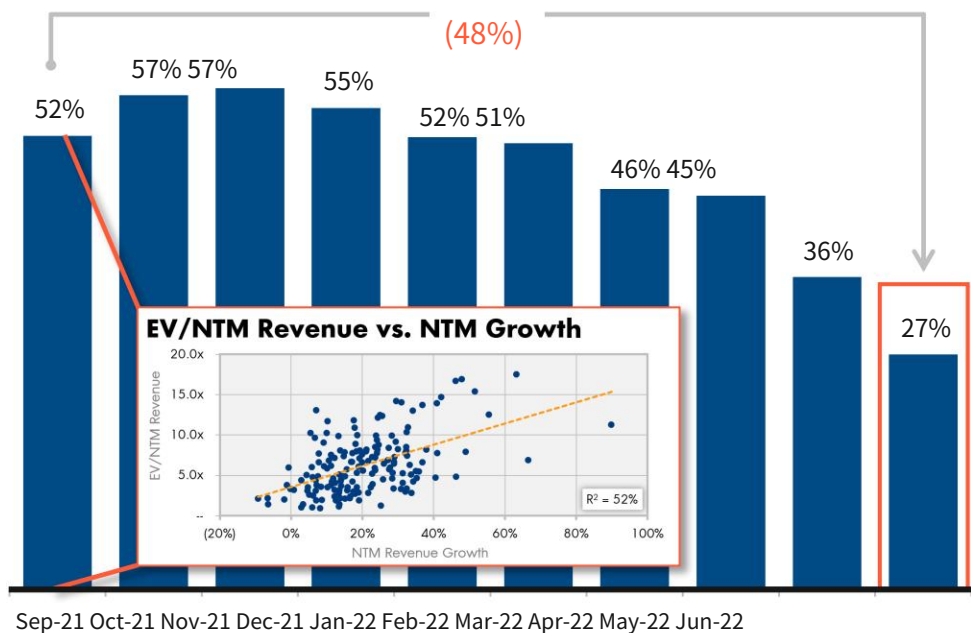
总美元保留在 2.5-1000 万美元 ARR
按目标客户



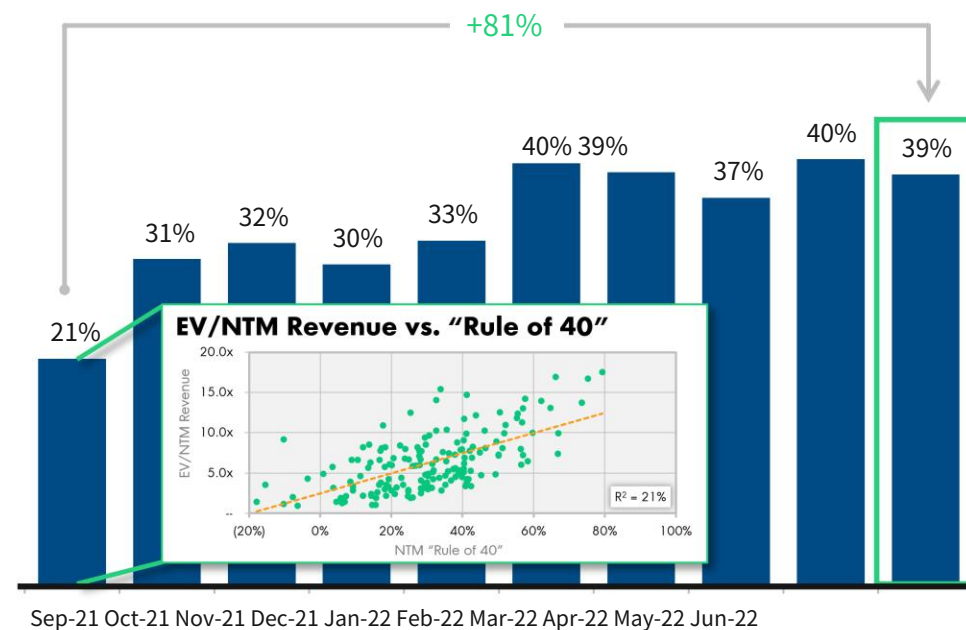
资料来源: 2022 年 OpenView SaaS 基准报告

上市公司受到重视 遵循 40 法则,而非增长

“NTM 增长”解释估值 历史 R 方 (1)

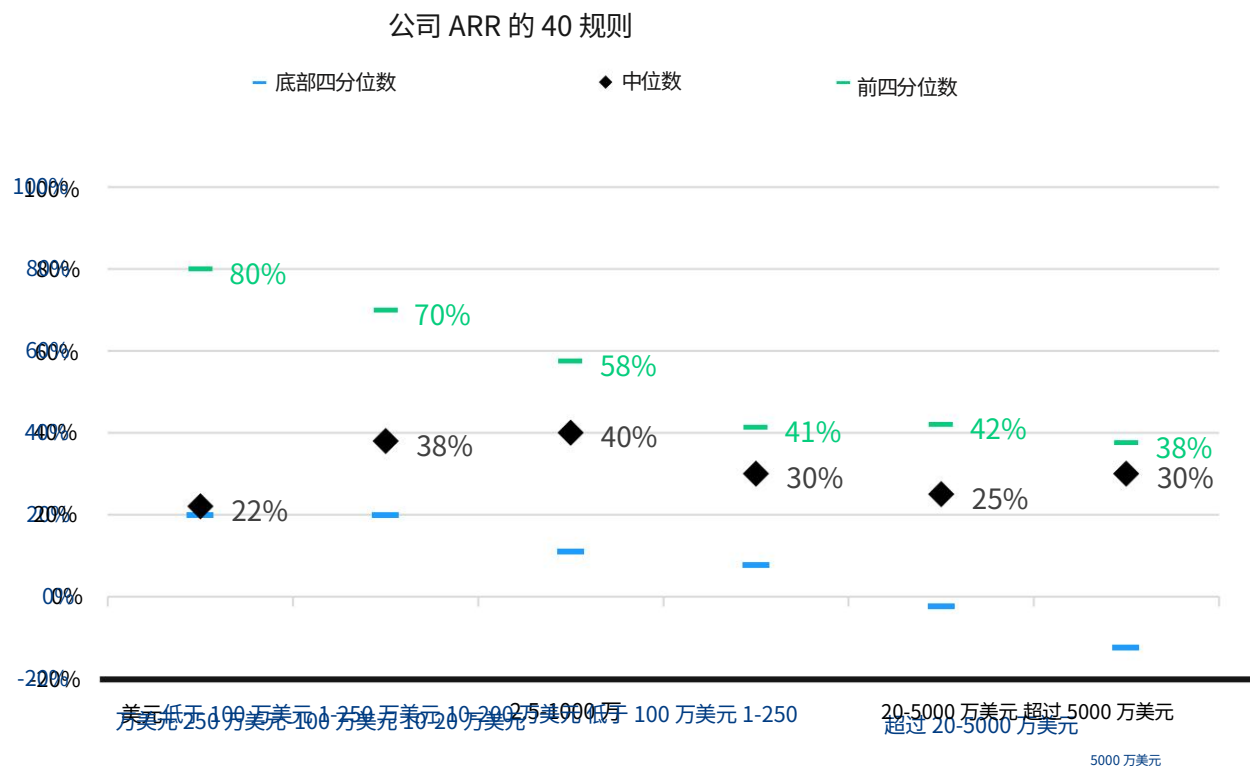


“40法则”解释估值 历史 R 方(2)



资料来源:截至 22 年 6 月 15 日的公司文件和宣传册。

40 规则又回来了 但 40 等于 40 吗?



40 法则一直是对公司增长和盈利能力总体平衡的可靠检验。然而,作为企业估值的驱动因素,它变得越来越重要。

对于 ARR 低于 1000 万美元的公司,40 规则可能会因季度而异。

不需要每季度达到 40。
但是,需要掌握导致下降或飙升的原因,以及可以采取哪些措施才能达到 40 长期。

40 规则计算为同比 ARR 增长加上 LTM (过去 12 个月)自由现金流利润率或 EBITDA 利润率。

例如,如果您的年增长率为 50%,并且过去 12 个月的自由现金流利润率为 -15%,那么您的规则 40 = [50% 增长] + [-15% 自由现金流利润率] = 35%。

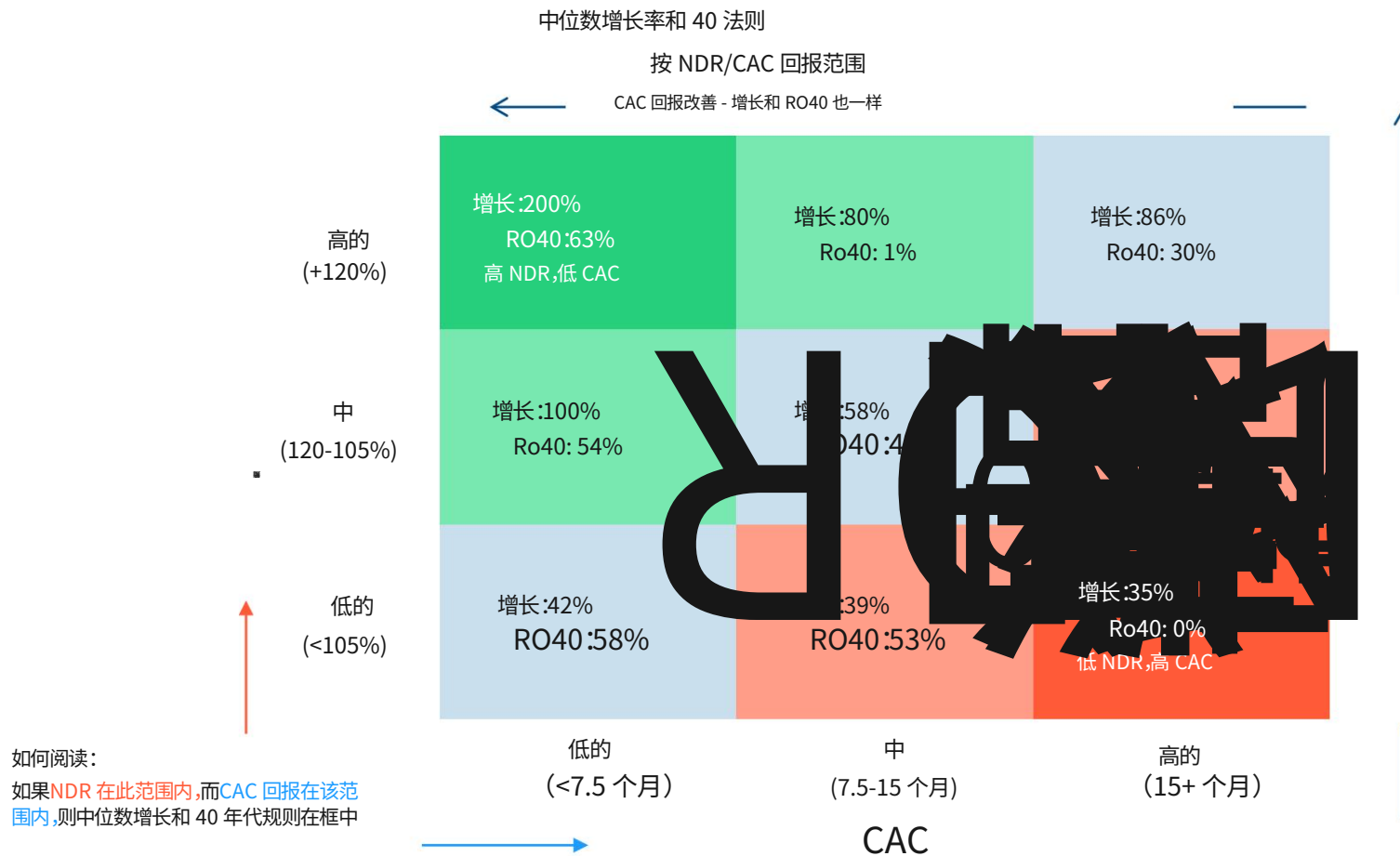
进入市场的效率取决于混合 CAC 回报和 NDR

公开市场已经从只看重增长率转变为看重 40 倍规则。对于大多数运营商来说,这种转变 加上估值和可用现金的下降 导致了

支出迅速减少。

然而,能够实现最高四分之一 NDR 和 CAC 投资回收期的公司不会受到这种波动的影响。

数据显示,专注于这两个指标的运营商实现了两全其美:最高中位数增长率和最高中位数 40 规则。



资料来源: 2022 年 OpenView SaaS 基准报告

伟大的 CAC 回报和伟大的 NDR 将根据您的目标客户

目标客户的 CAC 回报 – 第 50 个百分位和第 80 个百分位

目标客户	雇员	好 (第 50 名)	伟大的 (第 80 位)
VSMB/产消者	<20	9个月	2个月
中小企业	20-100	7个月	4个月
中端市场	101-1,000	14 个月	7个月
企业	1000+	14 个月	9个月

目标客户的 NDR – 第 50 个百分位和第 80 个百分位

目标客户	雇员	好 (第 50 名)	伟大的 (第 80 位)
VSMB/产消者	<20	100%	107%
中小企业	20-100	100%	116%
中端市场	101-1,000	110%	124%
企业	1000+	110%	125%

与其他指标相比,CAC 和 NDR 对您所定位的客户类型特别敏感。

像中小企业和产消者这样的小买家往往会以较低的标价和不太正式的购买流程来购买。结合起来,它们的 CAC 可以比您在中端市场/企业中找到的更低。

NDR 的情况正好相反,在大公司中,账户内的增长机会要高得多。

要点:确保根据 NDR 和 CAC 的不同目标细分您自己的指标。Snowflake 的 +170% NDR 很棒,但如果您要向 SMB 出售席位,那么设定的目标是不切实际的。



PLG:不仅仅是产品

FOR的新时代 以产品为主导的增长

我们研究了世界顶级的 PLG 公司,以找出它们与
众不同的地方

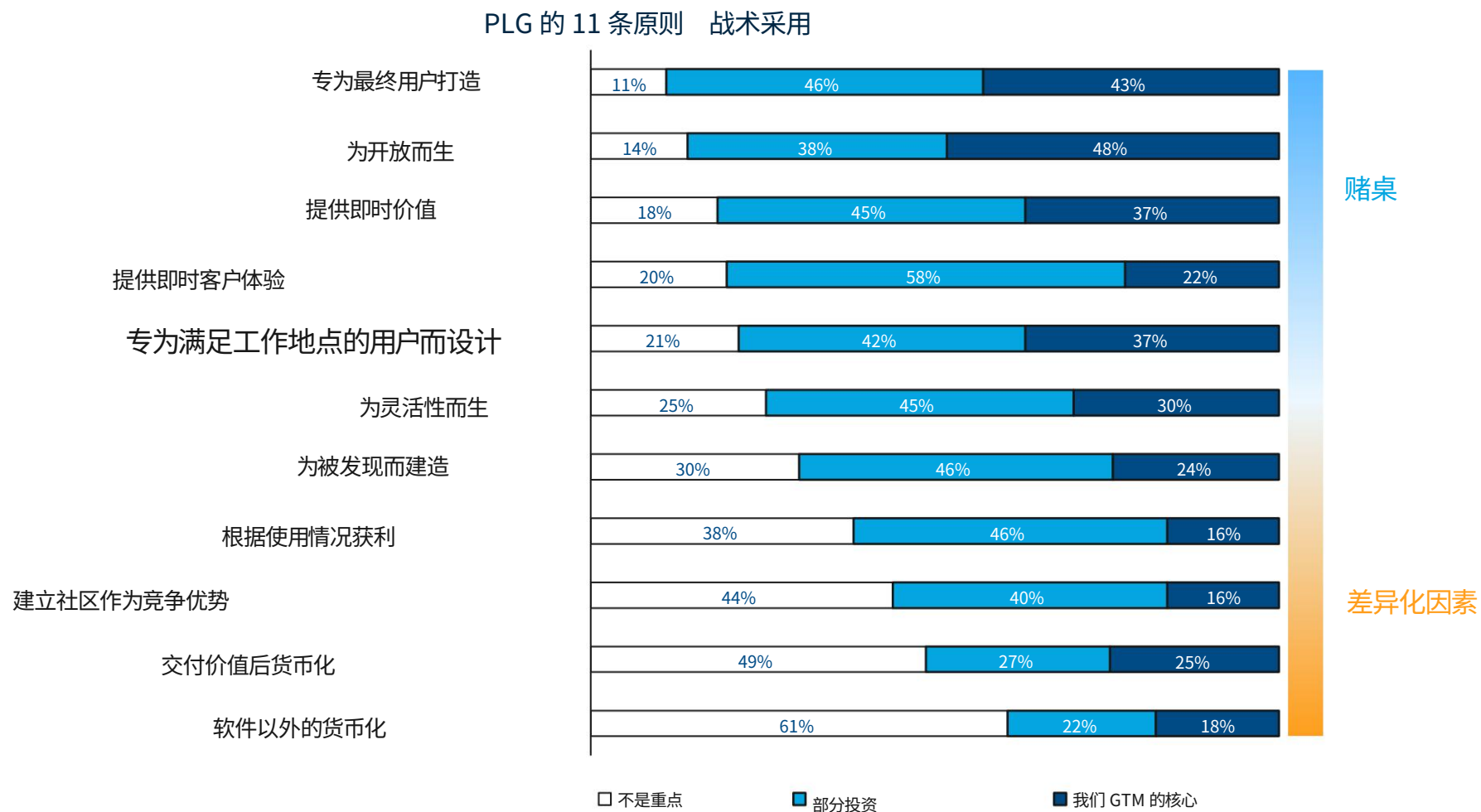
- PLG 领导者的年增长率为50%,远快于传统 SaaS 公
司 (21%)。
- PLG 领导者看到一流的净留存率
(128%) 并拥有极其高效的增长引擎 (63% 的
40 规则)。



在这个新时代,我们看到了 11 条核心原则。 领导者已采用 9+



其中一些策略已成为赌注 而其他人可以区分



有不同 PLG 议案的公司 在 CAC 回报方面表现优于同行

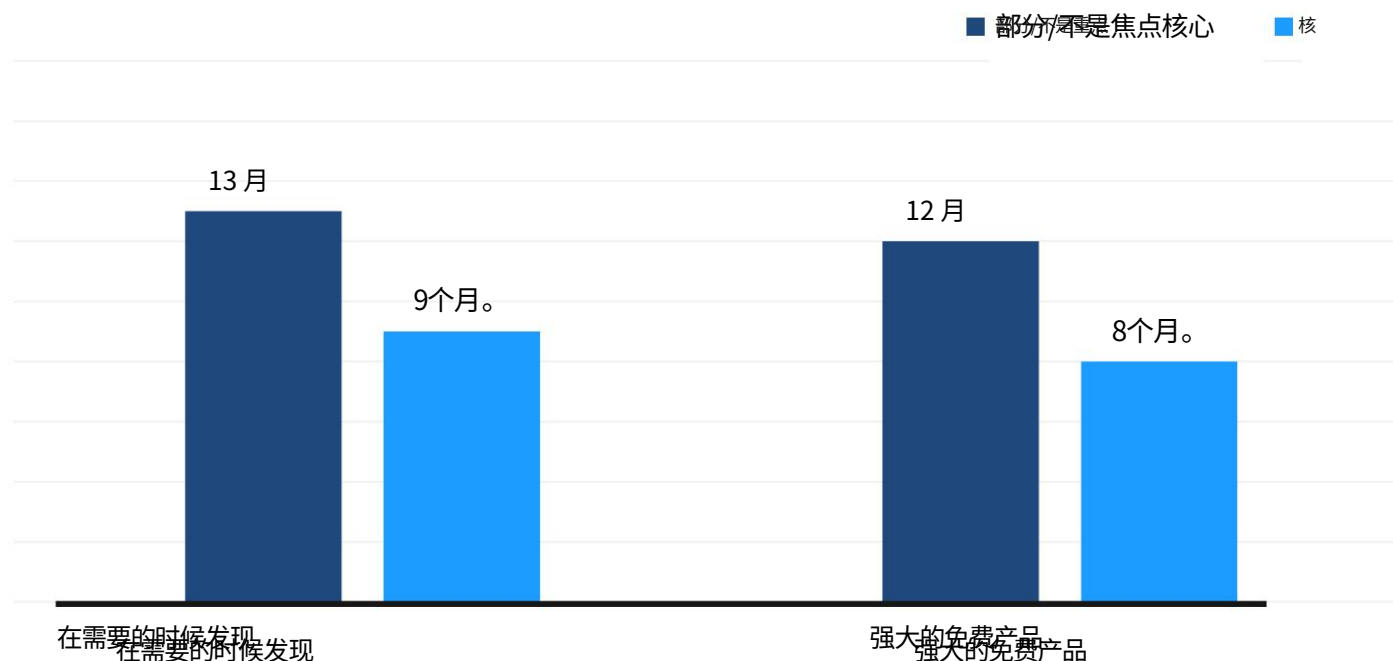
PLG 不仅使您的 GTM 与您的客户想要购买的方式保持一致,它还有助于使您的 GTM 与财务业绩保持一致

将可发现性和强大的免费产品视为其战略核心的公司
返回 CAC 的成本比同行快四个月。推理很直观:

可发现性:构建易于发现的产品有助于保持营销支出的效率

强大的免费产品:为新用户提供高价值产品有助于提高转化率并在转化时扩大定价

中值 CAC 回报
PLG 战术采用

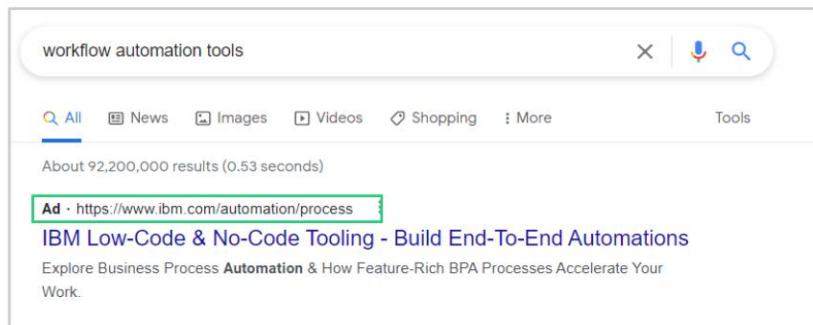


资料来源: 2022 年 OpenView SaaS 基准报告

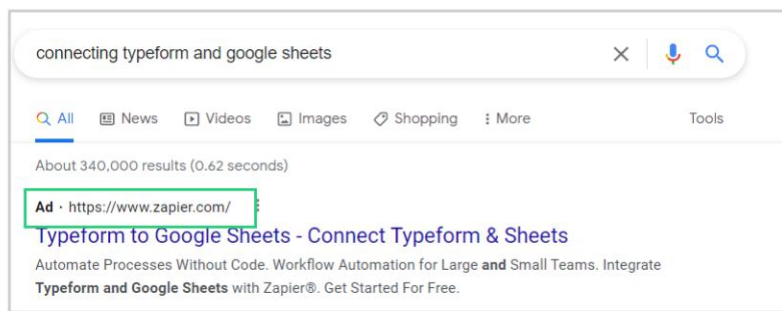
注: CAC 回收期代表 CAC 回收期中位数,取决于公司是否将 PLG 策略视为核心与部分/不是重点。

GTM 提示 1:制作你的 产品可发现

最终用户不搜索工具 Zapier 在那找不到



相反,他们努力让他们的最终用户在哪被发现



“当你建立一家公司时,你需要做的第一件事就是弄清楚客户在哪闲逛。

它在他们所在的地方与他们会面。他们会参加行业活动吗?有他们闲逛的社区吗?您必须确定这些核心客户将时间花在哪,并以此为您的决策提供依据。

”

韦德福斯特 · 联合创始人兼首席执行官

GTM 提示 2:提供强大的免费产品 通过“反向试验”

提供反向试用：Pro 的 14 天试用期,然后用户默认使用免费计划。

让用户探索产品,同时保持大门敞开,随着时间的推移培养这种关系。

试用期满后,使用限制为最强大的付费墙（80/20 规则）。

Airtable

Free	Plus	Pro	Enterprise
For individuals or very small teams just getting started with Airtable	For teams looking to create a single source of truth to manage their workflows and processes	For teams and companies who need to create workflows & apps to run their most important processes across their orgs	For departments and organizations who have advanced customization, scale, security, control and support needs
Free	\$10 per seat /month billed annually \$12 billed monthly	\$20 per seat /month billed annually \$24 billed monthly	
Sign up	Try for free	Try for free	Contact sales
Free includes: <ul style="list-style-type: none">✓ Unlimited bases✓ Up to 5 creators or editors✓ Unlimited commenter & read-only users✓ 1 app per base✓ 1 sync integration✓ 1,200 records per base✓ 2GB of attachments per base	Everything in Free, plus: <ul style="list-style-type: none">✓ 3 apps per base✓ 3 sync integrations✓ 5,000 records per base✓ 5GB of attachments per base✓ Custom branded forms✓ 6-month revision & snapshot history✓ Automatic table syncing	Everything in Plus, plus: <ul style="list-style-type: none">✓ 10 apps per base✓ 7 sync integrations including Jira Cloud✓ 50,000 records per base✓ 20GB of attachments per base✓ Gantt & Timeline Views✓ 1-year revision & snapshot history✓ Personal & locked views✓ Field & table editing permissions	Everything in Pro, plus: <ul style="list-style-type: none">✓ Unlimited workspaces per organization✓ Unlimited apps✓ Salesforce & Jira on-prem sync integrations✓ 250,000 records per base✓ 1,000GB of attachments per base✓ 3-year revision & snapshot history✓ SAML-based single sign-on✓ Enterprise-wide admin panel✓ Ongoing Success Program✓ Included Professional Services✓ Add-On Professional Services

GTM 提示 3: 不要沉迷于定价

您的产品正在发生变化,您的定价也应如此

随着公司扩展他们的产品组合和/或开始寻找新的用例,他们通常太慢而无法调整定价。近三分之二的公司调整价格时引用了这些原因。

挑战模型

匹配传统的基于座位的定价模型可以让钱留在桌子上
超过 55% 的受访者至少测试过基于使用的定价,并且看到更高的 NDR 中值。

做你的研究

近 20% 的 ARR 低于 5000 万美元的公司没有进行专门的定价项目,这表明了这一点。项目完成后,ARR 影响提高了 7%。

61%
的公司在去年调整了定价。

平均而言,预期/实

现

ARR 影响为

+27%

说服?

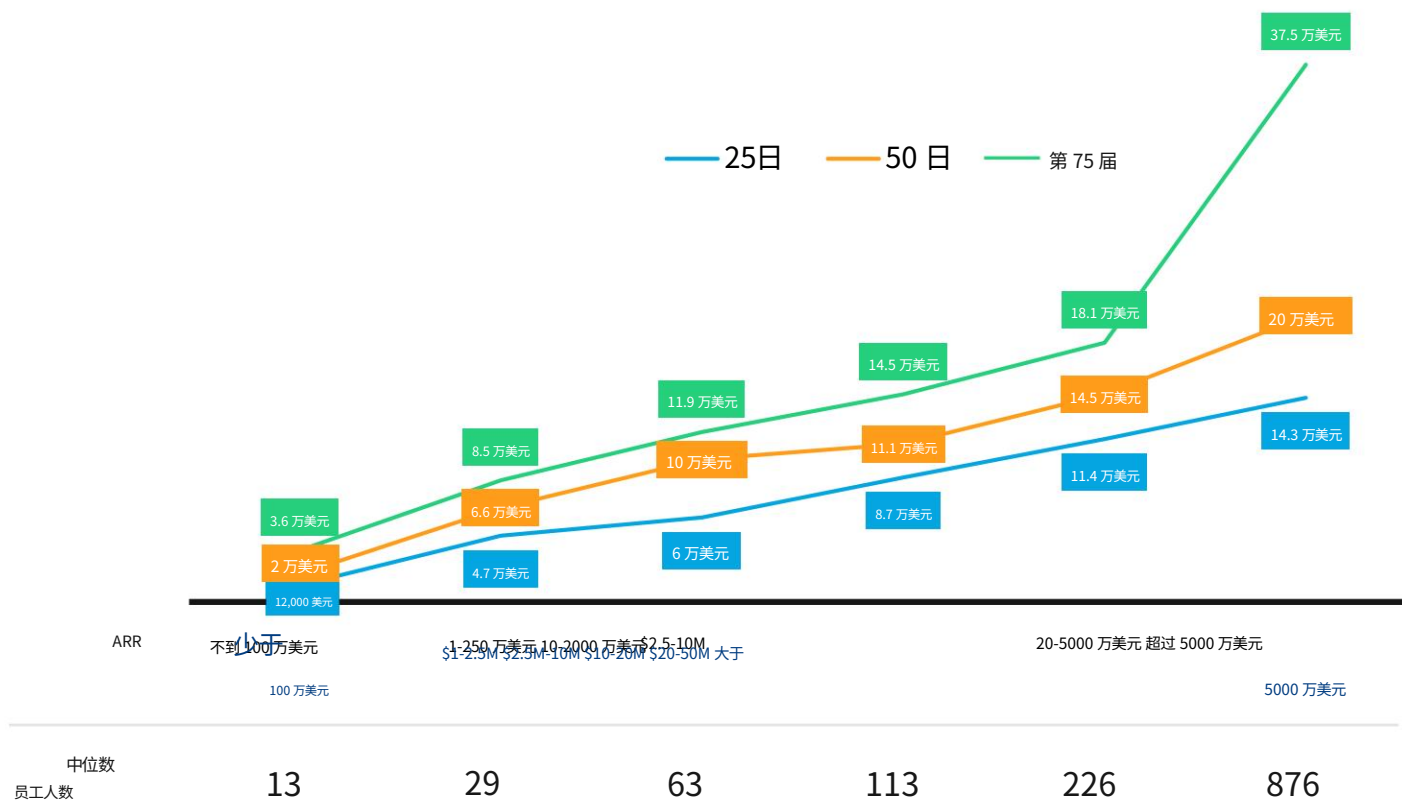
在这开始定价! _____



人们:你最好的,
但最昂贵的资产

人员及其收入贡献

每位员工的收入（按 ARR 第25、50和75个百分位计算）

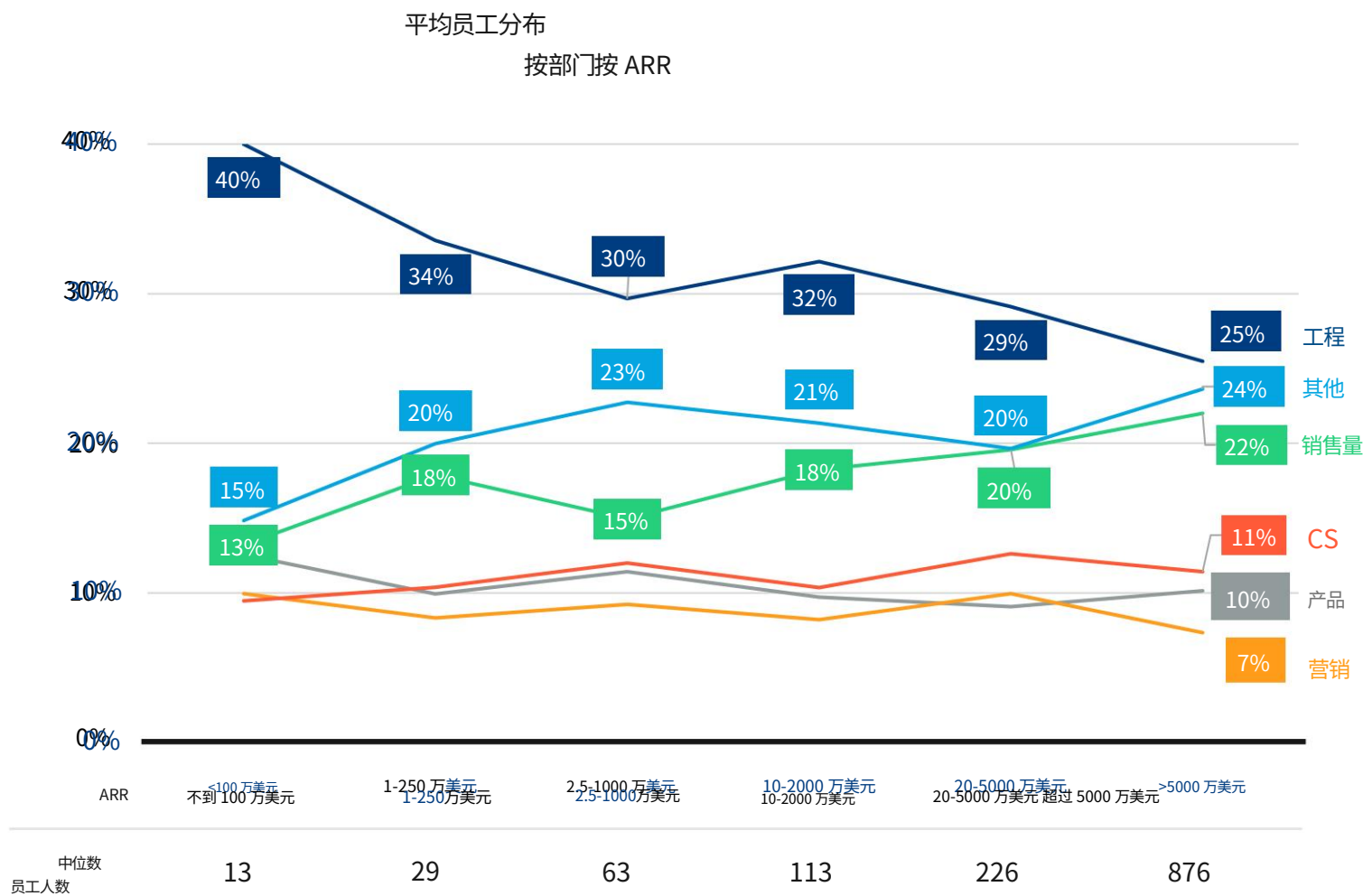


SaaS 似乎喜欢复杂的指标。

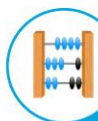
如果我们说我们也不喜欢其中的几个,那我们就在撒谎。然而,一个越来越重要的问题却非常简单:每 FTE 的 ARR。

在早期,这个指标将非常低(10-40K 美元),但公司在规划这个数字应该是什么样子时应该注意。一般规则是在达到规模时达到或超过 20 万美元。

典型公司的员工分布



工程部门一直是最大的部门,通常代表 200 多名员工,ARR 为 5000 万美元。



其他因组织而异。始终包括人力资源、法律和 IT,但也包括在特定组织(例如增长或服务)中规模很大的组织。

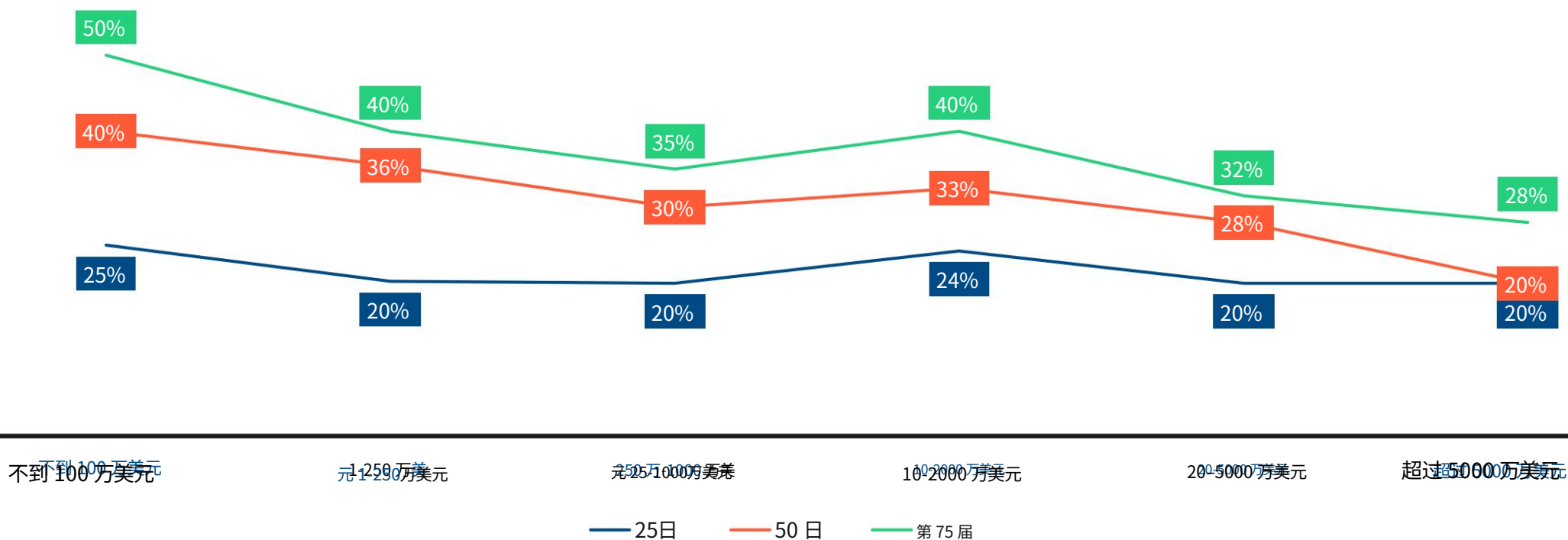


在前几年,我们看到了销售超过工程 5000 万美元,然而,随着 PLG 的兴起,企业不太可能实现这一飞跃。

工程分布

工程员工代表

第25、50和75个百分位数



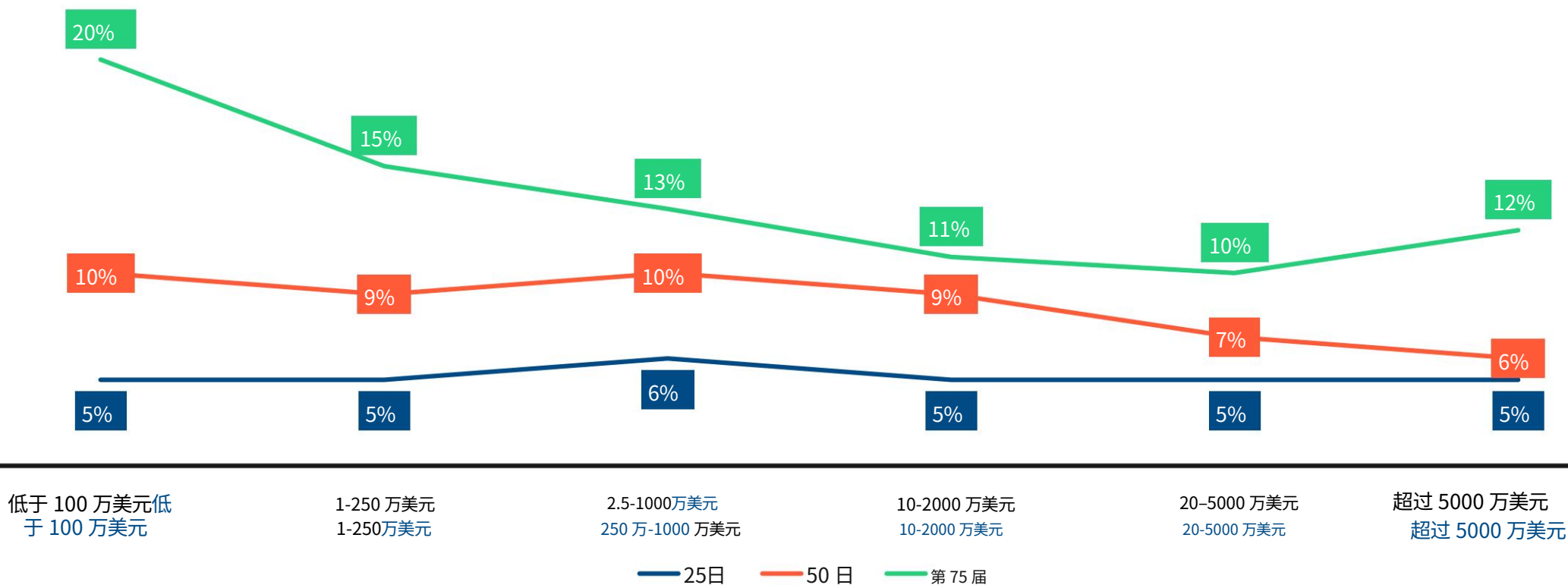
请记住,每家公司都有不同的产品和 GTM 战略。

这可能会导致有充分的理由抵制这些趋势。

产品分销

产品员工代表

第25、50和75个百分位数



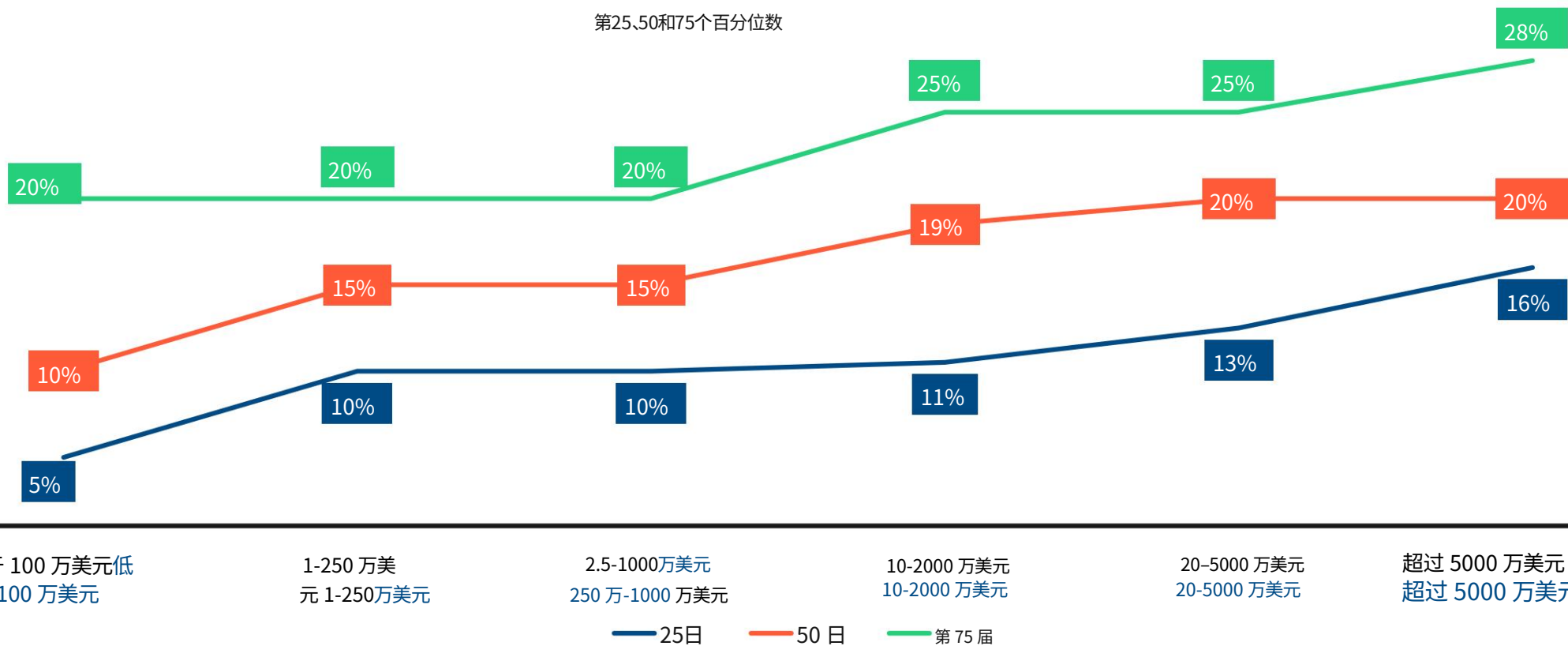
请记住,每家公司都有不同的产品和 GTM 战略。

这可能会导致有充分的理由抵制这些趋势。

销售分布

销售人员代表

第25、50和75个百分位数

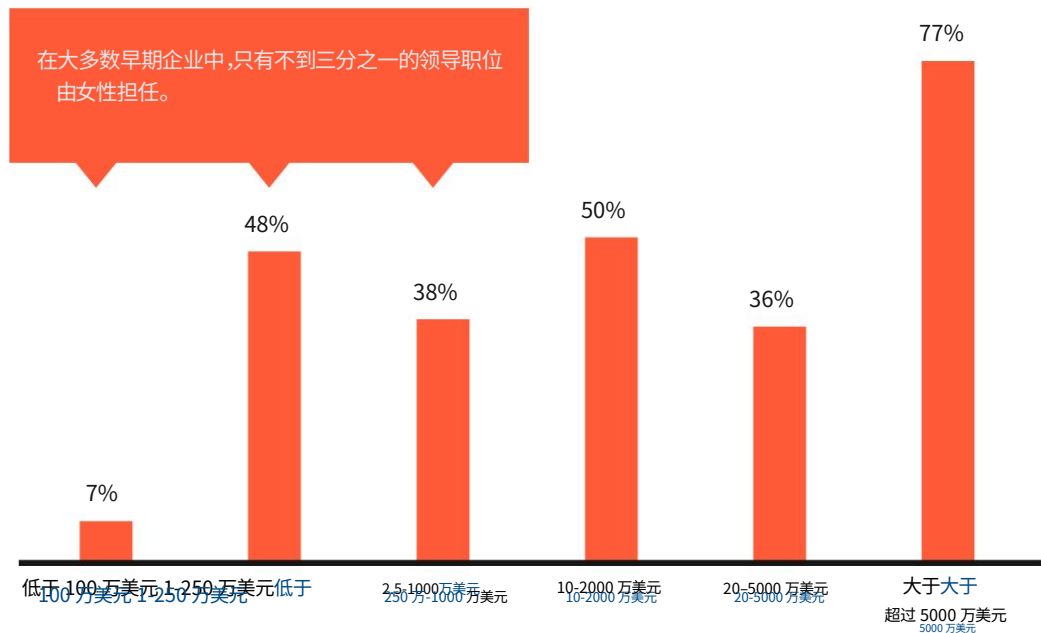


请记住,每家公司都有不同的产品和 GTM 战略。

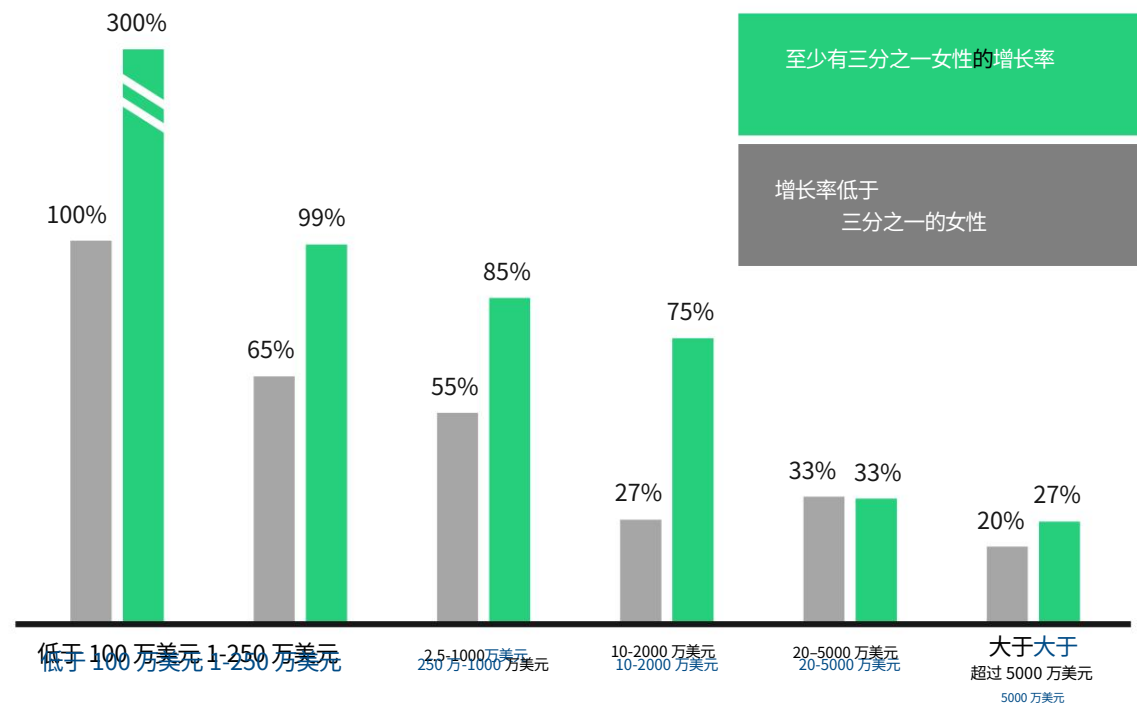
这可能会导致有充分的理由抵制这些趋势。

早期女性领导力滞后； 与更高增长相关的女性代表

% 的公司至少拥有
三分之一的女性领导团队



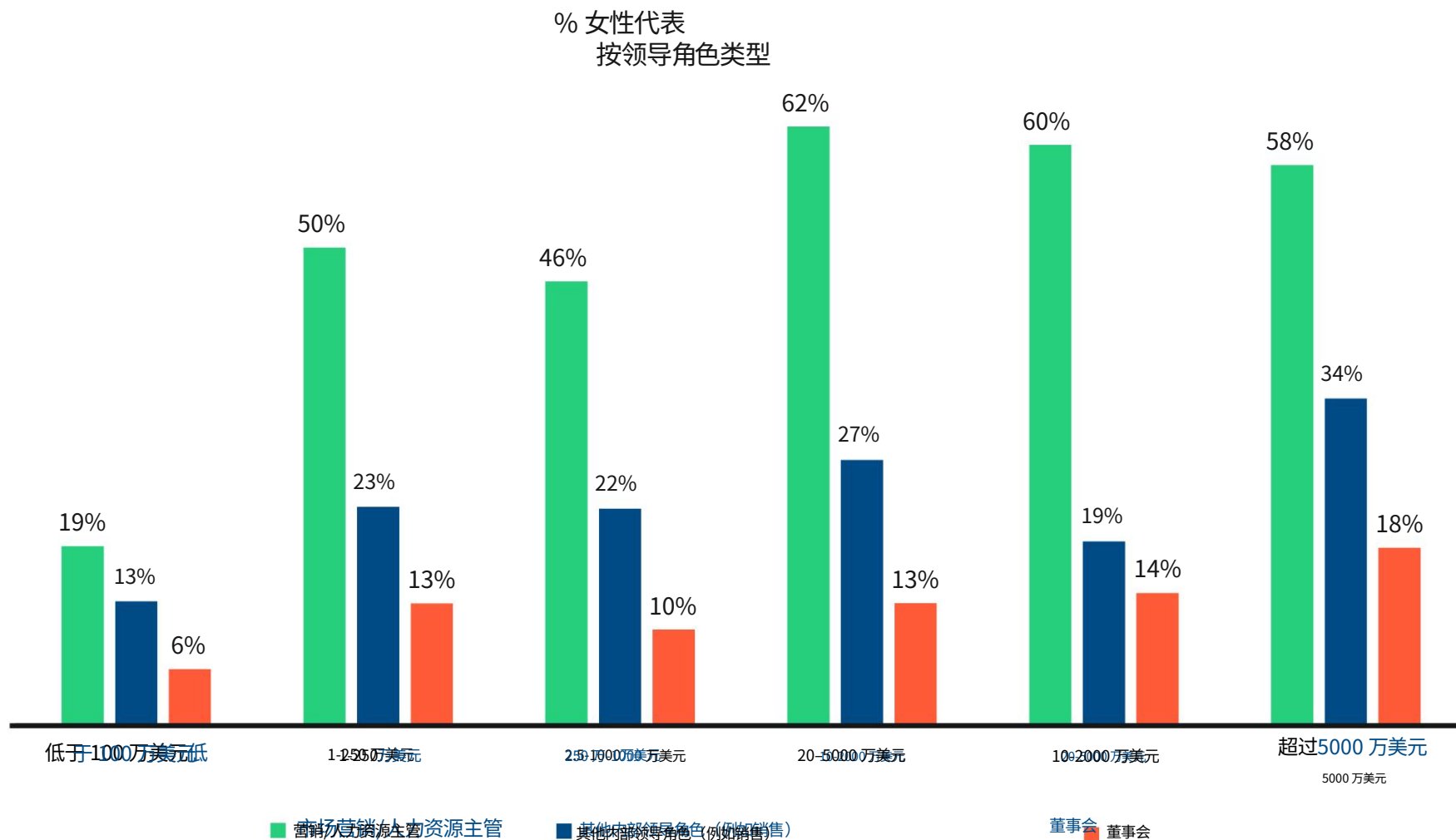
中位数增长率
基于女性领导代表



资料来源: 2022 年 OpenView SaaS 基准报告

注意:理想情况下,该数据将减少 50% 的女性领导层,而不是 33%。
但是,对于具有该分析的早期公司而言,样本量变得太小了。

女性的领导角色是特定领域的： 主要是人力资源和营销





关于作者

关于作者



柯特镇

高级总监,增长



Curt 支持 OpenView 的增长团队,帮助投资组合公司加速收入增长并主导其市场。他与投资组合领导团队密切合作,以发现、测试和实施最具影响力的增长战略。



凯尔·波亚尔

运营伙伴



Kyle 领导 OpenView 的增长团队,负责就提高收入增长和主导市场的战略向投资组合执行团队提供建议。在过去三年中,该团队帮助该投资组合创造了超过 1 亿美元的额外企业价值。

Kyle 擅长定价和包装策略,这是 SaaS 公司最有效但被忽视的增长杠杆。他是产品主导型增长、优化上市策略和 SaaS 基准方面的专家。

OPENVIEW



订阅我们的每周通讯



OPENVIEW

扩展阶段软件 VC

我们的使命是改善人们的工作生活。

我们这样做

- 投资最好的软件公司
- 帮助我们的投资组合公司加速增长并成为市场领导者

其中提到的一些公司是 OpenView 投资组合公司。有关我们投资组合公司的更多信息,请访问openviewpartners.com/portfolio/

你怎么能挖得更深？

2021 年 SaaS 财务与运营
基准报告

凯尔波亚尔的成长精神错乱

盒内定价：您的定价项目
从这开始

PLG 的新时代：引入互联工作时代

您的 PLG 系列 A 指南

新用户旅程：关注您的
用户了解如何在
去市场