



ROI



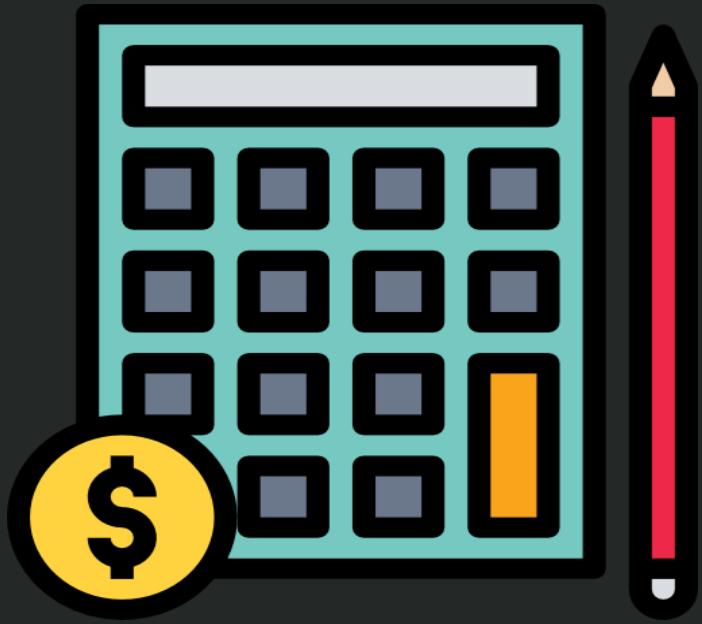
RETURN ON INVESTMENT

O ROI É UMA RELAÇÃO SIMPLES
ENTRE O QUE FOI INVESTIDO E O QUE
RETORNOU FINANCEIRAMENTE.



O CONCEITO DE ROI JÁ EXISTE HÁ MUITO TEMPO...

...mas ganhou força no marketing a partir
das métricas mensuráveis!



VEJA COMO A
É SIMPLES...

$$\text{ROI} = \frac{\text{Lucro}}{\text{Custos}}$$

$$ROI = \frac{\text{Receita} - \text{Custos de venda}}{\text{Custos de venda}}$$

É UM CONCEITO DE LUCRATIVIDADE QUE PODE SER APLICADO A:

- O negócio como um todo
- Linhas de produto
- Campanhas no Google Ads
- Grupos de anúncios, anúncios, palavras-chave, etc.
- Outros canais e estratégias de marketing mensuráveis;
- E por aí vai...

EXEMPLO DE ROI:

- Leads conquistados:
10
- Ticket médio/ lead:
R\$1.000
- Probabilidade de venda:
R\$15%
- Valor do lead:
R\$150
- Custo da campanha:
R\$500
- Custo do serviço:
R\$50/lead

$$ROI = \frac{\text{Receita} - \text{Custos de venda}}{\text{Custos de venda}}$$

$$ROI = \frac{(10 \times R\$150) - (10 \times R\$50 + R\$500)}{(10 \times R\$50 + R\$500)}$$

$$ROI = \frac{R\$1.500 - R\$1.000}{R\$1.000}$$

ROI = 0,5 = 50%

EXEMPLO DE ROI:

- Leads conquistados:
10
- Ticket médio/ lead:
R\$1.000
- Probabilidade de venda:
R\$15%
- Valor do lead:
R\$150
- Custo da campanha:
R\$500
- Custo do serviço:
R\$50/lead

$$\text{ROI} = 0,5 = 50\%$$

Nesse exemplo, o retorno do investimento é de 50%, ou seja, para cada R\$ 1,00 investido, você recupera R\$ 1,50.

4 VANTAGENS DO CÁLCULO DO ROI

1. Você “se força” a descobrir qual é o **retorno do investimento** em Adwords ou qualquer outro canal mensurável;
2. A partir do ROI, é possível **priorizar as campanhas** que apresentam o melhor resultado, dessa forma, dedicando uma verba maior do orçamento para essas campanhas em detrimento das campanhas piores;
3. Com os dados do ROI, você pode realizar uma apresentação para sua equipe e diretores, visando obter um **budget maior para investimento** em Marketing;
4. Ou você pode simplesmente usar essas informações para mostrar aos seus superiores o quanto você está retornando como profissional e, quem sabe, usar o ROI para **pedir um aumento!**



[Enviar Mensagem](#)



Olá, tudo bem? Prazer, eu sou o Erick. Aparentemente aqui eu tenho que escrever um pouco sobre mim. Então, vamos lá!

- Começando pelo mais importante! Sou viciado em Marketing, comunicação, design, UX, tecnologia e todas as metodologias que cercam o mundo das Startups - Scrum, Design Thinking, Inbound Marketing e por aí vai;
- Amo o que faço, adoro trabalhar e atuar com Marketing (ao final desse curso, espero que vocês também passem a amar o que fazem. Isso muda tudo!);
- Sou cofundador na M2up, da BeCode e também atuo como CMO na TargetTrust (escola onde sou instrutor da formação presencial de Marketing Digital);
- Infelizmente, sou um perfeccionista tentando ser menos perfeccionista;
- Obcecado por café em uma cidade que não tem Starbucks;
- Já investi mais de 60 mil reais em anúncios ao longo da minha carreira, obtendo o retorno médio de 5x o valor investido;
- Amo remarketing e acho que remarketing deveria se chamar reMAGIC;
- Sou meio ET, não curto muito doces e chocolates;
- Já atuei no Marketing de empresas internacionais durante intercâmbio na austrália;
- E, para finalizar, sou formado em Administração pela UFRGS.

Bom, acho que isso já diz muito, mas se você quiser saber um pouco mais sobre quem é o Erick, acesse o meu perfil na Udemy e, abaixo da minha foto, tem todas as minhas redes sociais. Acessa lá e manda um "oi". Será um prazer ter você por lá também :)



m2up

The logo consists of a teal-colored graphic element followed by the text "m2up". The graphic element is composed of three horizontal bars of varying lengths, creating a stylized letter 'm' shape. The text "m2up" is written in a white, sans-serif font.