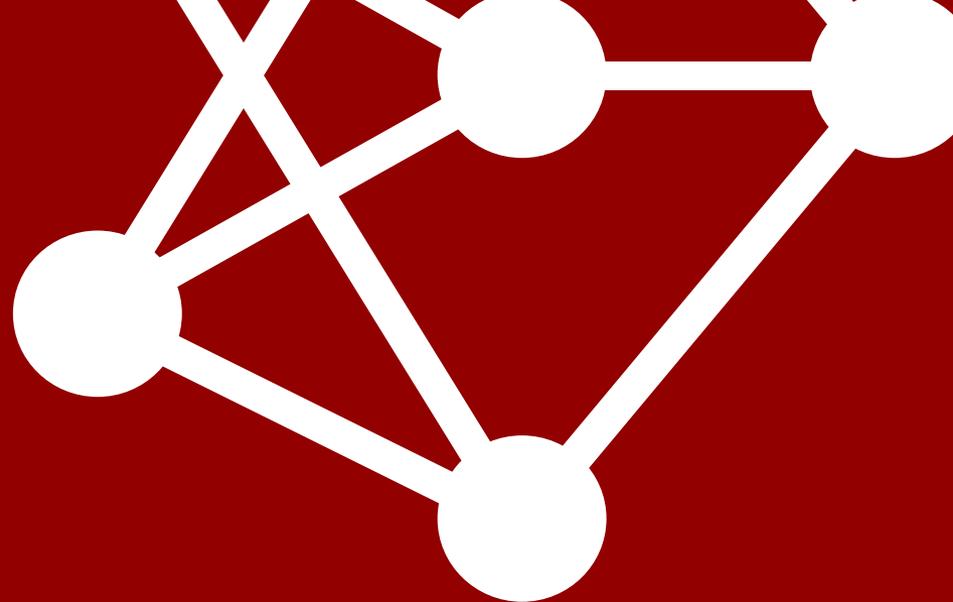




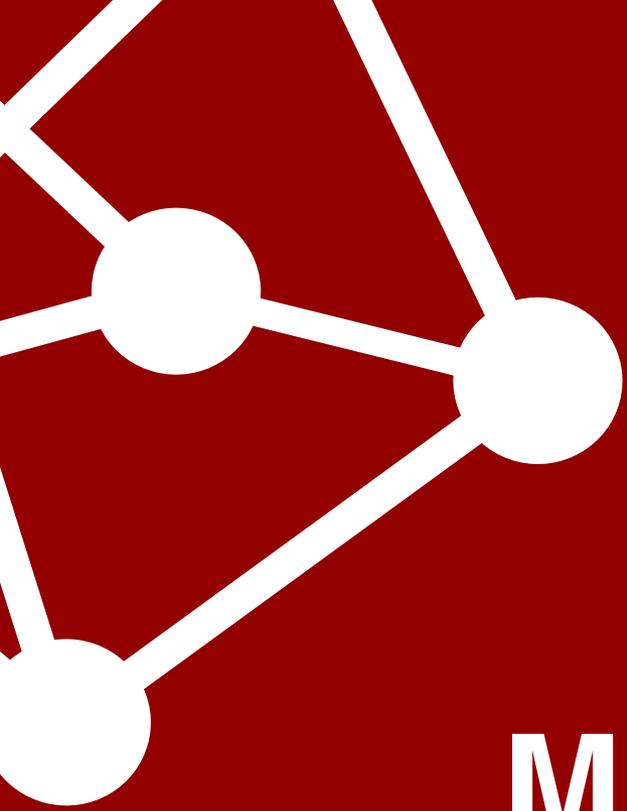
**ZONA
INTERNET**

SOLUÇÕES DIGITAIS · RESULTADOS REAIS



Return on Marketing Investment (ROMI)

Como definir estrategicamente as métricas de marketing e alcançar bons resultados



**DESAFIO:
MENSURAÇÃO DOS
RESULTADOS DE
INVESTIMENTO EM
MARKETING.**

**UM DOS GRANDES FATORES PARA O
SUCESSO DE UM NEGÓCIO ESTÁ
RELACIONADO COM
COMO VOCÊ MENSURA E ANALISA SEUS
DADOS.**



**Com os dados e as ferramentas
certas todos podemos planejar
ações e apresentar melhores
resultados.**

O empresário americano John Wanamaker certa vez disse:

**“SEI QUE METADE DO
MEU ORÇAMENTO PARA
PUBLICIDADE É
DESPERDIÇADO, MAS
NÃO TENHO CERTEZA
DE QUAL METADE”.**



**SE VOCÊ NÃO SABE O QUE NÃO
ESTÁ FUNCIONANDO,
COMO REALIZAR MUDANÇAS?**

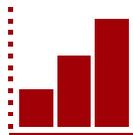
**PARA MENSURAR OS RESULTADOS DE
CAMPANHAS DIGITAIS É IMPORTANTE DEFINIR
OS OBJETIVOS A SEREM ALCANÇADOS E
ESCOLHER UMA METODOLOGIA E
FERRAMENTA PARA PODER FAZER TODA
ESSA ANÁLISE.**

Se você não consegue provar que:

**INVESTIMENTO
MARKETING** → **LEADS QUALIFICADOS
(PRONTOS
PARA COMPRAR)** → **CLIENTES** = **RECEITA**

E apenas mensura seu desempenho com as chamadas **MÉTRICAS DE VAIDADE** ou **SOFT NUMBERS**, sem ligação direta com ROI:

VISITAS



CLIQUES



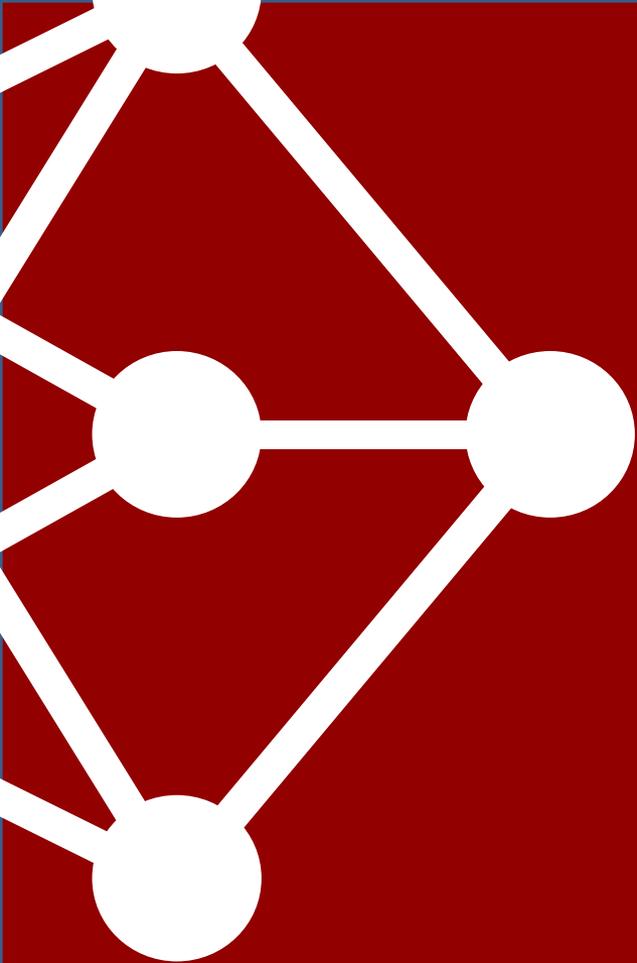
SEGUIDORES



TAXAS DE
ABERTURA



Então, é importante rever sua estratégia.



**ANTES DE
FALAR SOBRE
O ROMI,
PRECISAMOS
ENTENDER O
ROI**



ROI

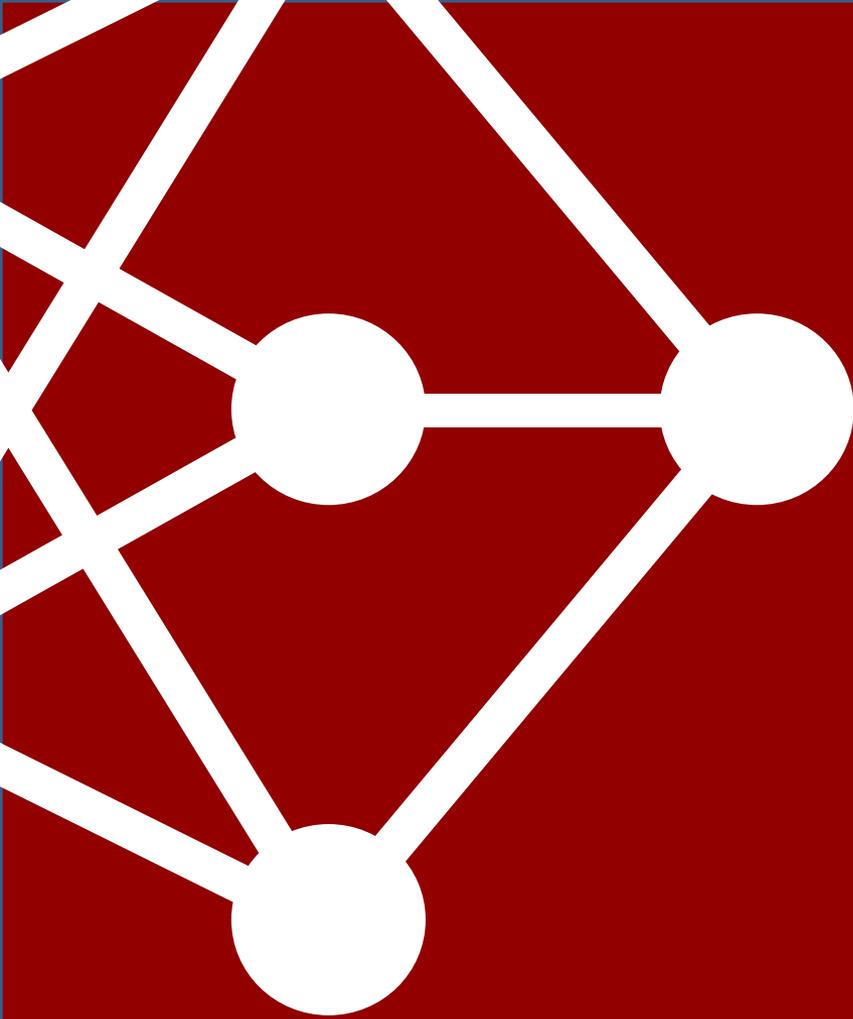
ROI significa Retorno sobre Investimento (Return On Investment), e é muito utilizado para:

A. Ajudar na mensuração de resultados

B. Na decisão de investimentos em novos negócios e projetos já que indica o percentual de retorno sobre o investimento realizado.

Fórmula do ROI

$$\frac{(\text{Retorno} - \text{Investimento})}{\text{Investimento}} = \text{ROI}$$



ROMI
RETORNO
SOBRE O
INVESTIMENTO EM
MARKETING

**POR QUE É
IMPORTANTE
MEDIR O ROMI?**

**COMO
MENSURAR?**

**ESSAS SÃO QUESTÕES CRUCIAIS PARA UMA
BOA GESTÃO DE NEGÓCIOS.**

ROMI

Criado para mensurar os resultados de campanhas e ações digitais, o **ROMI** passou a ser adotado pelo mercado como uma métrica eficaz para o **planejamento** da sua **estratégia de marketing**.





POR QUE MENSURAR?

- Medir quanto cada campanha de Marketing está trazendo de retorno.
- Avaliar se o retorno está sendo o esperado e se vale a pena continuar com determinado investimento em Marketing.
- Planejar ações e estratégias em marketing, baseadas em dados já existentes.



COMO MENSURAR?

EXEMPLO 01

$$\left(\text{Receita Líquida} - \text{Investimento em Marketing} \right) = \text{ROMI}$$

Investimento de
Marketing



COMO MENSURAR?

EXEMPLO 01

Nos últimos 6 meses a Bonecos de Plástico SA investiu **R\$ 5.000** em conteúdos para Blog. Esses posts **retornaram 150 Leads**, convertendo numa **taxa de 10%** gerando **15 clientes**. Esses 15 clientes tiveram uma média de pedidos **de 800 bonecos de plástico**. Os bonecos de plástico tem um custo (produção, logística etc) de R\$ 1,00 cada e são vendidos a R\$ 2,50 cada.



COMO MENSURAR?

EXEMPLO 01

Receita Bruta - Custos Produto = **Receita Líquida**

$(15 \text{ pedidos} \times 800 \text{ produtos} \times \text{R\$ } 2,50) - (15 \text{ pedidos} \times 800 \text{ produtos} \times \text{R\$ } 1,00) = \text{R\$ } 18.000$

$(\text{Receita Líquida} - \text{Investimento Mkt}) / \text{Investimento Mkt} = \text{ROMI}$

$(\text{R\$ } 18.000 - \text{R\$ } 5.000) / \text{R\$ } 5.000 = 260\%$

Um **ROMI** de **260%**, que quer dizer que para cada Real gasto em conteúdo para o Blog trouxe um **retorno de R\$ 2,60**. Nada mal!



COMO MENSURAR?

EXEMPLO 01

$$\frac{\left(\text{Receita Incremental de Marketing (R\$)} \times \text{Margem de Contribuição (\%)} \right) - \text{Investimento de Marketing (R\$)}}{\text{Investimento de Marketing (R\$)}} = \text{ROMI}$$

Investimento de Marketing (R\$)

Receita Incremental de Marketing

É o resultado entre a diferença da venda com marketing e sem marketing.

Margem de Contribuição refere-se à porcentagem de custos envolvidos diretamente com aquelas vendas, como taxas de entregas, promoções, descontos e afins.



COMO MENSURAR?

EXEMPLO 01

$$\left(\text{Receita Incremental de Marketing (R\$)} \times \text{Margem de Contribuição (\%)} \right) - \text{Investimento de Marketing (R\$)} = \text{ROMI}$$

Investimento de Marketing (R\$)

$$\left(500.000 \times 60 (\%) \right) - 100.000 = 200\%$$

100.000

PARA COMEÇAR

Tenha dados do seu negócio em mãos
Preço dos produtos ou serviços (custos e margem).

Investimentos em Marketing
Separe os valores em mídia e os pessoais, como seu dep. e agência.

Meta de Faturamento Anual
Conte com a perspectiva do departamento financeiro e vendas.

Defina uma métrica de ROI
E ajuste sua estratégia e investimentos focando no que esta dando mais resultados.

Defina seu budget de Marketing
Analise o ROI anual da empresa e os goals para faturamento, isso vai ajudar na definição de quanto deve ser investido em Marketing.



DICAS

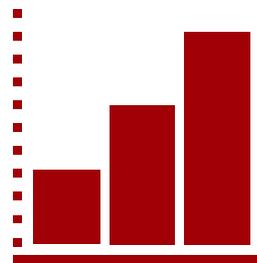
**CONCENTRE-SE NAS MÉTRICAS QUE SÃO
NECESSÁRIAS PARA O SEU SUCESSO**

**ALINHE SUA ESTRATÉGIA COM SEU
DEPARTAMENTO DE VENDAS
(CONHECE O SMARKETING?)**

**CONCENTRE-SE EM ONDE SEU NEGÓCIO TEVE
UMA BOA PERFORMANCE E ONDE TEM
POTENCIAL DE CRESCIMENTO**

**ENTENDA A JORNADA DO SEU LEAD ATÉ SE
TORNAR CLIENTE**

6 PASSOS PARA OTIMIZAR SEU ROMI



1

Levante os seus custos de marketing por estratégia

2

Entenda seu consumidor

3

Analise seus resultados

4

Questione seus resultados e aja em cima das respostas

5

Procure por áreas que podem ser otimizadas dentro da sua estratégia

6

Adote uma estratégia que traga mais retorno com menos investimento, como por exemplo o Inbound Marketing



QUEM SOMOS

Priorizamos a combinação entre **planejamento, estratégia, execução otimizada e design**, com o objetivo de desenvolver grandes experiências online, na união de três setores:

AGÊNCIA DE MARKETING DIGITAL

PRODUTORA CRIATIVA

CONSULTORIA ESTRATÉGICA





Faça Download:

- **Template para apresentação de Resultados de Marketing**
- **Planilha para cálculo de ROMI e ROI**

Acesse:

<http://marketing.zonainternet.com/romi-material-apoio>



AGÊNCIA DE MARKETING DIGITAL
PRODUTORA CRIATIVA
CONSULTORIA ESTRATÉGICA



Obrigado!

André Tenenbaum
andre@zonainternet.com



Rua Dias Ferreira 626 sl 202 – Leblon – Rio de Janeiro

21 3796-3035 | www.zonainternet.com