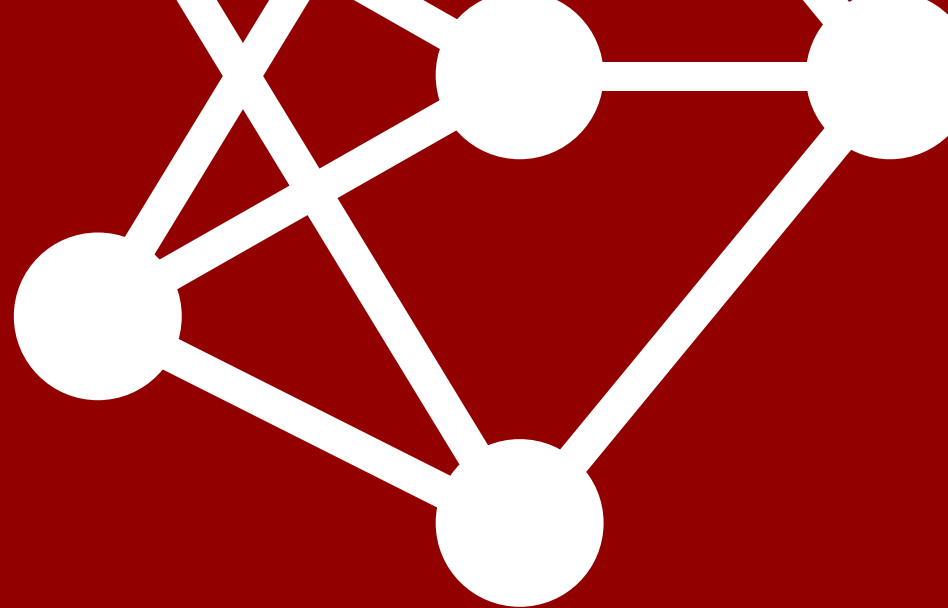




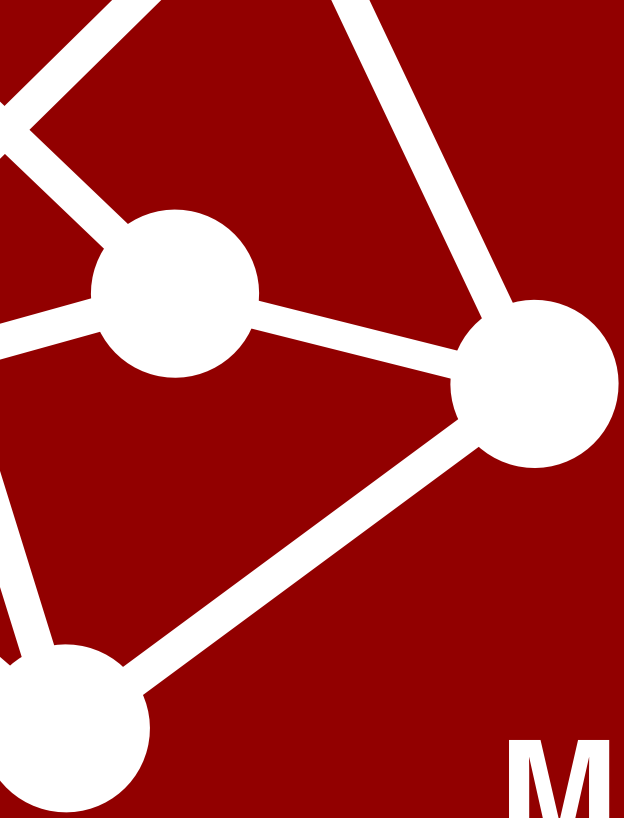
**ZONA  
INTERNET**

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?**

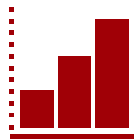
**PARA MENSURAR OS RESULTADOS DE  
CAMPANHAS DIGITAIS É IMPORTANTE DEFINIR  
OS OBJETIVOS A SEREM ALCANÇADOS E  
ESCOLHER UMA METODOLOGIA E  
FERRAMENTA PARA PODER FAZER TODA  
ESSA ANÁLISE.**

**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



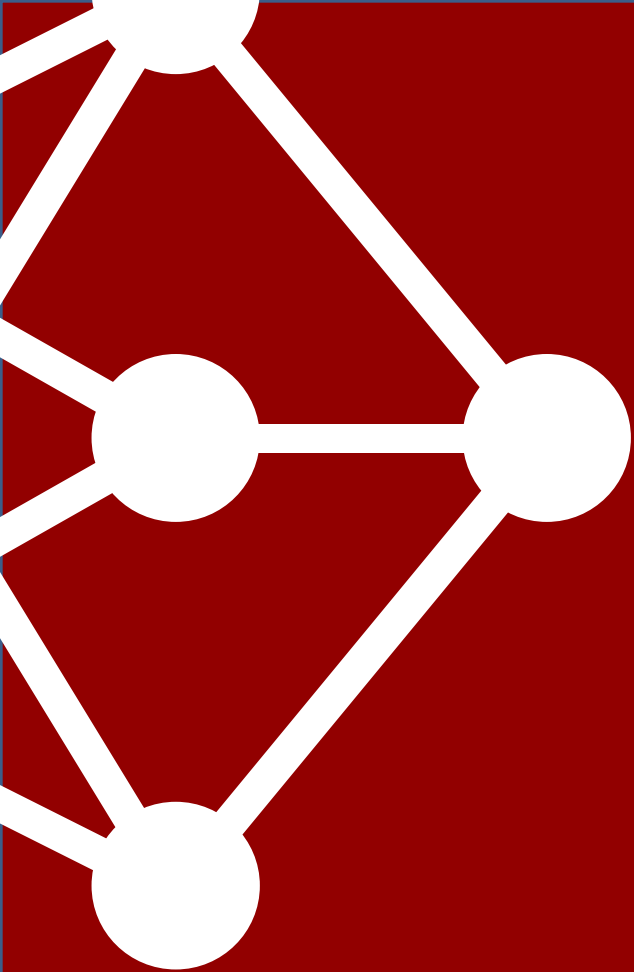
SEGUIDORES



TAXAS DE  
ABERTURA



Então, é importante rever sua estratégia.



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





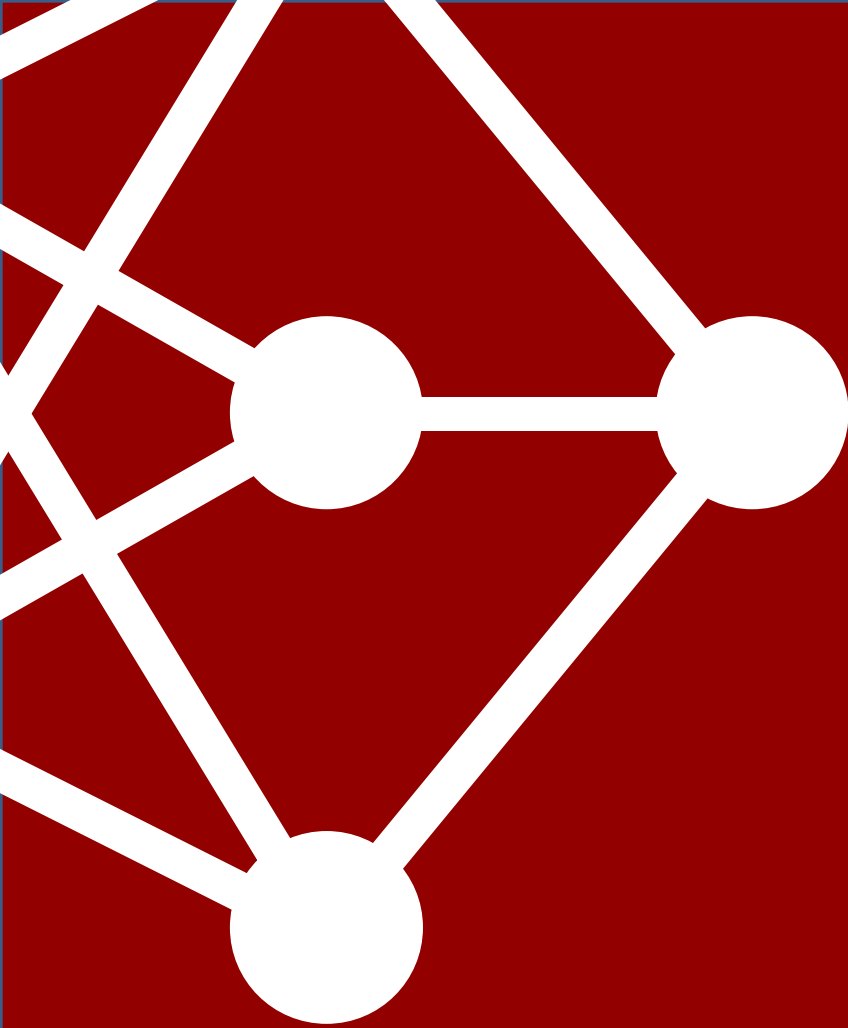
# ROI

**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

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

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

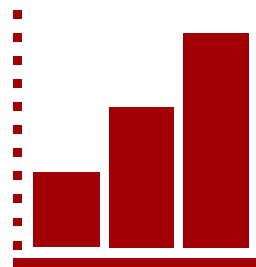
**CONCENTRE-SE NAS MÉTRICAS QUE SÃO  
NECESSÁRIAS PARA O SEU SUCESSO**

**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](mailto:andre@zonainternet.com)



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

21 3796-3035 | [www.zonainternet.com](http://www.zonainternet.com)