



**ROI: 15 passos para calcular o desempenho dos seus conteúdos**

VIVER DE BLOG



## INTRODUÇÃO

Sair produzindo conteúdos sem critério e sem o apoio de uma boa estratégia, não é exatamente a melhor maneira de aplicar o marketing de conteúdo em seu negócio.

No entanto, muito mais do que apostar na qualidade, e até mesmo saber com clareza qual o objetivo de cada um e seus conteúdos, você precisa fazer mais uma coisa: precisa calcular o ROI.

O ROI, Return on Investment, irá mostrar a você se seus esforços de tempo e dinheiro estão sendo compensados através dos conteúdos que você publica, ou se é hora de parar de “gastar dinheiro à toa” e promover melhorias necessárias para que sua empresa consiga alcançar resultados fantásticos.





1

» Primeira definição, qual o objetivo do conteúdo que terá seu ROI calculado: captar leads, aumentar vendas, gerar lucro, reforçar a marca ou outro?

2

» Quanto gasta para produzir um artigo, infográfico, vídeo ou qualquer outro formato? Inclua todo tipo de gasto, de tempo a contratação de pessoas.

3

» Se é você mesmo quem produz, saiba quantas horas leva e estipule um valor para as horas trabalhadas.

# ROI

A hand is shown from the bottom left, pointing upwards with the index finger towards the large text 'ROI'. The background is a blurred, colorful bokeh of light spots in shades of blue, green, and yellow.

4

» Não esqueça também de quantificar seus investimentos na divulgação desse conteúdo, que podem incluir anúncios pagos no Google e no Facebook.

5

» Para calcular o ROI do conteúdo, você precisa conhecer o faturamento da ação. Caso seu objetivo seja captar leads, atribua um valor financeiro para cada lead.

6

» Valor de lead: vamos dizer que você faz uma venda de um produto de 1 mil reais a cada 100 leads novos, portanto cada lead vale 100 reais para o seu negócio.

A hand is shown placing a gold coin on top of the smallest stack of three stacks of gold coins. The stacks are placed on a light-colored wooden block with the letters 'ROI' engraved on it. The background is a soft, out-of-focus green.

7



Depois, basta diminuir o faturamento do custo e dividir esse valor pelo custo. O resultado será o valor do seu ROI.

8



Outra fórmula para calcular o ROI de conteúdo é a ROCI (Return On Content Investment), criada pela Contently.

9



Para calcular o ROCI você precisa saber a receita atribuída a todos os esforços de marketing de conteúdo e dela subtrair os custos desse mesmo conteúdo.





10



O resultado do passo 9 será somado com a segunda parte da fórmula, que é o tempo que consumidor interage com o conteúdo, multiplicado pelo valor do tempo da audiência.

11



Você pode estimar o tempo de interação pelo dado “duração média da sessão”, obtido através do seu Google Analytics.

12



O valor monetário do tempo da audiência pode ser calculado com base em custos como CPC (custo por clique) e custo por impressões.



13



Não deixe de comparar o ROI dos seus conteúdos com os ROIs de seus outros canais de marketing (caso você utilize) para avaliar quais investimentos são melhores para seu negócio.

14



Para acompanhar melhor o desempenho de cada ação, crie links taguados para cada uma delas, para que você consiga medir o ROI daquela ação isolada.

15



O trabalho investido na produção de conteúdos memoráveis vale a pena, pois o ROI de cada um deles vai ficando maior com o tempo.



## O QUE DIZEM SOBRE O HENRIQUE?



---

O Henrique é minha referência absoluta no que se diz respeito a criação de audiências e receita através de um blog”. - Érico Rocha



---

Livro negócios digitais atingiu a quarta posição entre os mais vendidos no ranking da Veja.



---

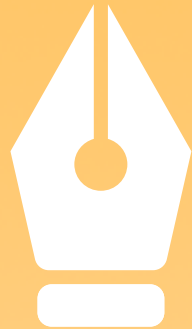
Viver de Blog é um dos 1.000 sites mais influentes do Brasil segundo ranking Alexa.



---

Eleito um dos melhores blogs de marketing digital do Brasil pela Hubspot.





# Produção de Conteúdos Memoráveis

**Viralize seus conteúdos.  
Aumente suas vendas.**

**QUERO SABER MAIS! >**



Fique de olho nas atualizações de conteúdo memorável do Viver de Blog



Dicas rápidas e práticas de Marketing Digital



Palestras, entrevistas e conteúdos em vídeo sobre Marketing Digital



@viverdeblog  
Acompanhe o meu dia a dia na rede social do momento



Espírito Viver de Blog traduzido em imagens inspiradoras



Publicações relevantes e atualizadas do mercado de Marketing Digital



### **HENRIQUE CARVALHO**

Vive exclusivamente de blog desde seus 23 anos e tem como propósito de vida ajudar cada vez mais pessoas a realizar o sonho de Viver de Blog também.

# VIVER DE BLOG

Mais que um blog, um estilo de vida.