

نرخ بازگشت سرمایه (ROI) در بازاریابی چیست؟

نرخ بازگشت سرمایه (ROI) در بازاریابی چیست؟



نویسنده: مهران منصوری فر

نرخ بازگشت سرمایه چیست و چطور محاسبه می شود و چقدر برای کسب و کارها مفید است؟ در این مقاله به نرخ بازگشت سرمایه پرداختیم با ما همراه باشید.

زمانی که شما بر روی یک پروژه خاص سرمایه گذاری می کنید، می خواهید بدانید که از چه زمانی به بعد هزینه شما به شما برگردانده شده و البته بیشتر از آن سود می کنید. این پروژه می تواند بازاریابی برای یک محصول، معرفی خدمات و یا تولید باشد. در هر صورت نرخ بازگشت سرمایه به شما نشان می دهد که چه مقدار سرمایه اولیه به شما بازگردانده شده و چه مقدار سود کرده اید. در صورتی که شما نیز کسب و کار خودتان را راه اندازی کرده اید، آشنا شدن با نرخ بازگشت سرمایه یا همان ROI می تواند به شما در روند موفقیت کمک کند. پس با ما تا انتهای مقاله آشنا شوید.



با مفاهیم RIO و ROAS آشنا شوید.

برای آن که بتوانید در دنیای کسب و کار به صورت حرفه‌ای وارد شوید باید با مفاهیم مختلفی آشنا باشید و بدانید هر کدام از آن‌ها چه معنا و مفهومی دارند.

RIO چیست و چگونه محاسبه می‌شود؟

همان طور که در بالا نیز اشاره شد، نرخ بازگشت سرمایه مفهومی بسیار مهم در کسب و کار و بازاریابی است که می‌تواند چراغ راه شما در مسیر موفقیت باشد. نرخ بازگشت سرمایه به زبان ساده به معنای آن است که آیا بیش از مقداری که هزینه کرده‌اید، درآمد به دست آورده‌اید یا خیر؟ و این اختلاف سود تا هزینه چقدر است؟

نکته مهم در محاسبه نرخ بازگشت سرمایه در بازاریابی آن است که شما تمامی هزینه‌هایی را که پرداخت کرده‌اید، در نظر خواهید گرفت. این هزینه می‌تواند شامل نیروی انسانی، هزینه‌های نرم افزار، هزینه اجاره یا خرید مسکن، هزینه تولید و انتشار محتوا و هر هزینه دیگری است که شما برای راه اندازی کسب و کارتان پرداخت کرده‌اید.

با توجه به توضیحات بالا، نرخ بازگشت سرمایه یک فرمول ساده دارد.

$$ROI = \frac{\text{سود خالص}}{\text{هزینه خالص}} * 100$$

برای مثال اگر شما برای کسب و کار خود ۱۰۰ میلیون تومان هزینه کرده‌اید و سود نهایی و خالص شما ۲۰ میلیون تومان است، نرخ بازگشت سرمایه برای شما ۲۰ درصد خواهد بود.

ROAS چیست و چگونه محاسبه می‌شود؟

مفهوم دیگری که در حوزه نرخ بازگشت سرمایه احتمالاً بارها و بارها خواهید شنید، ROAS است. این مفهوم به طور تخصصی‌تر و جزئی‌تر بر هزینه‌های تبلیغاتی شما زوم می‌کند و فرمول آن مطابق زیر محاسبه می‌شود:

$$ROAS = \frac{\text{درآمد حاصل از تبلیغات}}{\text{هزینه تبلیغات}} * 100$$

همان طور که از فرمول بالا مشخص است، شما برای به دست آوردن نرخ ROAS نیازی به محاسبه تمامی هزینه‌ها ندارید و البته سودی که در نظر می‌گیرید نیز سود کلی نیست. شما به طور کلی در نظر خواهید گرفت که چه مقدار هزینه برای تبلیغات خود داشته‌اید و به طور مستقیم چه مقدار سود حاصل از تبلیغات به دست آورده‌اید. هزینه‌های تبلیغات با توجه به شکل آن می‌تواند متفاوت باشد. برای مثال ممکن است شما بخواهید با صرف هزینه‌ای مناسب از طریق درج رپورتاژ آگهی در یک سایت برای محصول یا خدمات خود بازاریابی کنید. ممکن است برای این کار شما حدود ۵ میلیون تومان هزینه کنید. بعد از مدتی متوجه خواهید شد که ۱۰۰ نفر کاربر جدید از طریق لینک درج شده از طریق رپورتاژ وارد سایت شما شده و خرید انجام داده‌اند. سود ناشی از خرید این ۱۰۰ نفر، چیزی حدود ۱۰ میلیون تومان شده است. در این حالت نرخ ROAS شما بسیار بالا و مناسب خواهد بود و به عدد ۲۰۰ درصد سود می‌رسد.

[بیشتر بدانید: رپورتاژ آگهی چیست و چگونه می‌توان یک رپورتاژ کارآمد و جذاب نوشت؟](#)

چرا محاسبه نرخ بازگشت سرمایه در بازاریابی مهم است؟

بعد از آن که با مفهوم نرخ بازگشت سرمایه در بازاریابی آشنا شدیم، می‌خواهیم

بدانیم که چرا این فاکتور در کسب و کار ما مهم است و باید به آن توجه داشته باشیم؟

- کسب و کار شما زمانی می‌تواند موفق عمل کند که شما بتوانید هزینه‌های خود را هوشمندانه مدیریت کنید، هزینه‌های غیر ضروری را کم یا حذف کرده و بر روی مواردی که برای شما سودآوری بیشتری دارند، هزینه کنید.
- محاسبه نرخ سرمایه به شما کمک می‌کند بتوانید اشتباه‌های سرمایه گذاری خود را متوجه شده و سرمایه خود را از دست ندهید.
- می‌توانید به خوبی و به شکل صحیح بودجه خود را به مسائل مختلف تخصیص داده و برای آن برنامه ریزی کنید.
- با بررسی نرخ بازگشت سرمایه در بازاریابی متوجه خواهید شد که کدام روش بازاریابی برای شما سودآوری بیشتری داشته و کدام روش مشتری کم‌تری برای شما فراهم کرده است.



چه مقدار نرخ بازگشت سرمایه برای کسب و کار شما خوب است؟

بعد از آن که شما با اهمیت مفهوم نرخ بازگشت سرمایه در بازاریابی یا همان ROI آشنا شدید و آن را برای کسب و کار خود محاسبه کردید، ممکن است از خودتان این سوال را بپرسید که آیا عدد بدست آمده مناسب است یا خیر؟ نرخ بازگشت سرمایه برای کسب و کارهای مختلف متفاوت است. برای مثال ممکن است برای یک کسب و کار در زمینه فروش لوازم خانگی نرخ بازگشت سرمایه بالای ۲۵ درصد مناسب باشد و برای یک برند که در زمینه طراحی و تولید نرم افزار فعالیت می‌کند، نرخ مناسب بالای ۱۰ درصد باشد.

بسیاری از کارشناسان در زمینه بازاریابی و کسب و کار معتقد هستند که اگر نرخ بازگشت سرمایه شما بیش از ۸ درصد باشد، شما در مسیر موفقیت قرار گرفته

آید. البته همان طور که در بالا نیز اشاره شد، بهتر است شما برای اطمینان از این عدد به طور تخصصی تر در حوزه فعالیت خود تحقیق کرده و نرخ بازگشت سرمایه مناسب را پیدا کنید.



مزایای استفاده از نرخ بازگشت سرمایه در بازاریابی

نرخ بازگشت سرمایه در بازاریابی دارای مزایای بسیاری است که سالهاست، توسط بسیاری از صاحبان کسب و کار موفق مورد استفاده قرار می‌گیرد. این مزایا شامل موارد زیر است:

محاسبه آن آسان است

همان طور که در بالا با معادلات محاسبه نرخ بازگشت سرمایه آشنا شدیم، دیدیم

که محاسبه این عدد ساده بوده و پیچیدگی خاصی ندارد. البته به شرط آن که تمامی اعداد و ارقام در تراز نامه‌ها و فاکتورها مشخص باشد.

قابلیت تجزیه و تحلیل مقایسه ای دارد

مقایسه کردن یکی از کارهایی است که همیشه به شما در تصمیم گیری‌های درست کمک می‌کند. برای مثال اگر شما برای خرید یک تلفن همراه چند مدل را در نظر دارید، می‌توانید ویژگی‌های آن‌ها را کنار یکدیگر گذاشته و آن‌ها را مقایسه کرده تا بتوانید بهترین انتخاب را داشته باشید. ROS یکی از فاکتورهای مهم در کسب و کار است که به شما کمک می‌کند، فاکتورهای مختلف را کنار یکدیگر گذاشته و با یکدیگر مقایسه کنید.



به شما در ارزیابی سودآوری کمک می‌کند

یکی از مهم‌ترین مزایای استفاده از نرخ بازگشت سرمایه در بازاریابی آن است که شما می‌توانید به راحتی و در زمان کوتاهی میزان سودآوری کسب و کار خود را محاسبه کنید.

تیم بازاریابی را ارزیابی می‌کنید

یکی دیگر از مزایای نرخ بازگشت سرمایه آن است که شما می‌توانید به خوبی تیم بازاریابی خود را بررسی کرده و متوجه این مسئله شوید که باید کدام روش را کنار گذاشته و یا بر روی کدام روش بازاریابی مانور بیشتری دهید.

از دیگر مزایای نرخ بازگشت سرمایه در بازاریابی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ارائه و تولید محصولات و خدمات جدید متناسب با سودآوری کسب و کار و سیاست‌های درآمدی
- بررسی میزان ارزش یک مشتری در طولانی مدت
- بررسی نحوه تعامل با مشتری

محدودیت‌ها و چالش‌های محاسبه نرخ بازگشت سرمایه چیست؟

محاسبه و استفاده از نرخ بازگشت سرمایه در بازاریابی در کنار داشتن مزایای بالا، دارای محدودیت‌ها و چالش‌هایی نیز هست که باید آن را در نظر داشته باشید.

زمان در نظر گرفته نمی شود.

یکی از محدودیت‌های استفاده از نرخ بازگشت سرمایه آن است که در این فاکتور، زمان جایگاهی ندارد و هنگام محاسبه باید به این مسئله توجه داشته باشید. برای مثال ممکن است یک کسب و کار به طور کلی دارای بازده زمانی یک ساله باشد و محاسبه نرخ بازگشت سرمایه یا ROI بعد از ۵ ماه احتمالاً نتیجه درستی به شما نخواهد داد.



ممکن است آن را بیش از اندازه ساده در نظر بگیرید

در بخش بالا به این مساله اشاره کردیم که محاسبه نرخ بازگشت سرمایه ساده بوده و پیچیدگی خاصی ندارد، البته به شرط آن که شما به طور دقیق به همه فاکتورها و اعداد دسترسی داشته و آن‌ها را در نظر بگیرید. به این مسئله توجه

داشته باشید که عدم پیچیدگی این فاکتور به معنای ساده انگارانه داشتن آن نیست. شما باید در محاسبه تمامی موارد حتی مواردی مانند ترندهای فصلی، رویدادهای داخلی و خارجی، شرایط آب و هوایی و کوچکترین فاکتور موثر بر کسب و کار را در نظر بگیرید.

ریسک را در نظر نمی‌گیرد

در دنیای کسب و کار به این مسئله توجه داشته باشید که همواره بین بازده و ریسک یک همبستگی مستقیم وجود دارد. به این معنا که هرچه بازده بالقوه سرمایه‌گذاری شما بیشتر باشد، میزان ریسک مربوطه نیز بیشتر است. نرخ بازگشت سرمایه در بازاریابی فاکتور ریسک را در نظر نمی‌گیرد و شما باید به صورت جداگانه به آن توجه داشته باشید.

تمرکز آن بر نتایج کوتاه مدت است

از دیگر چالش‌های محاسبه نرخ بازگشت سرمایه آن است که معمولاً بازاریابان بر نتایج کوتاه مدت مانند نرخ کلیک‌ها، تعداد به اشتراک گذاری‌ها، تعداد فروش‌های ماهانه و غیره تمرکز دارند. این مساله ممکن است باعث شود دید شما یک دید کوتاه مدت شود. اما به این مساله توجه داشته باشید که شما به دنبال یک کسب و کار طولانی مدت و همیشگی هستید.

اشتباه در RIO می‌تواند شما را به مرز ورشکستگی برساند

زمانی که شما اقدام به محاسبه نرخ بازگشت سرمایه می‌کنید، باید از صحت آن مطمئن باشید و به طور پیوسته آن را بررسی و بروزرسانی کنید. در صورتی که شما در محاسبه این نرخ اشتباه کنید، تصمیم‌گیری‌های اقتصادی شما براساس آن نیز اشتباه انجام شده و شما می‌توانید تا مرز ورشکستگی نیز پیش بروید!



راهکارهایی برای بهبود نرخ بازگشت سرمایه

در بخش‌های بالا با توضیحات کاملی راجع به نرخ بازگشت سرمایه در بازاریابی یا همان RIO آشنا شدیم، اکنون می‌خواهیم بدانیم که برای بهبود این نرخ چه اقداماتی می‌توانیم انجام دهیم؟

کاهش هزینه‌ها

یکی از ساده‌ترین و البته مهمترین اقداماتی که می‌تواند به شما در بهبود نرخ بازگشت سرمایه کمک کند، کاهش هزینه‌های اولیه است. ممکن است شما مواد اولیه خود را سال‌ها است از یک فروشگاه عمده تهیه می‌کنید و حتی به این مساله فکر نکرده‌اید که جست و جوی دیگری در بازار داشته باشید شاید بتوانید همان مواد با همان کیفیت را توسط افراد تازه واردی که دنبال کسب مشتری هستند، تهیه کنید! برای کاهش هزینه‌ها شما باید همواره به دنبال این مساله باشید که چگونه می‌توانید بدون افت کیفیت، هزینه‌های اولیه خود را کاهش دهید.

داشتن تعریف واضح از بازگشت سرمایه

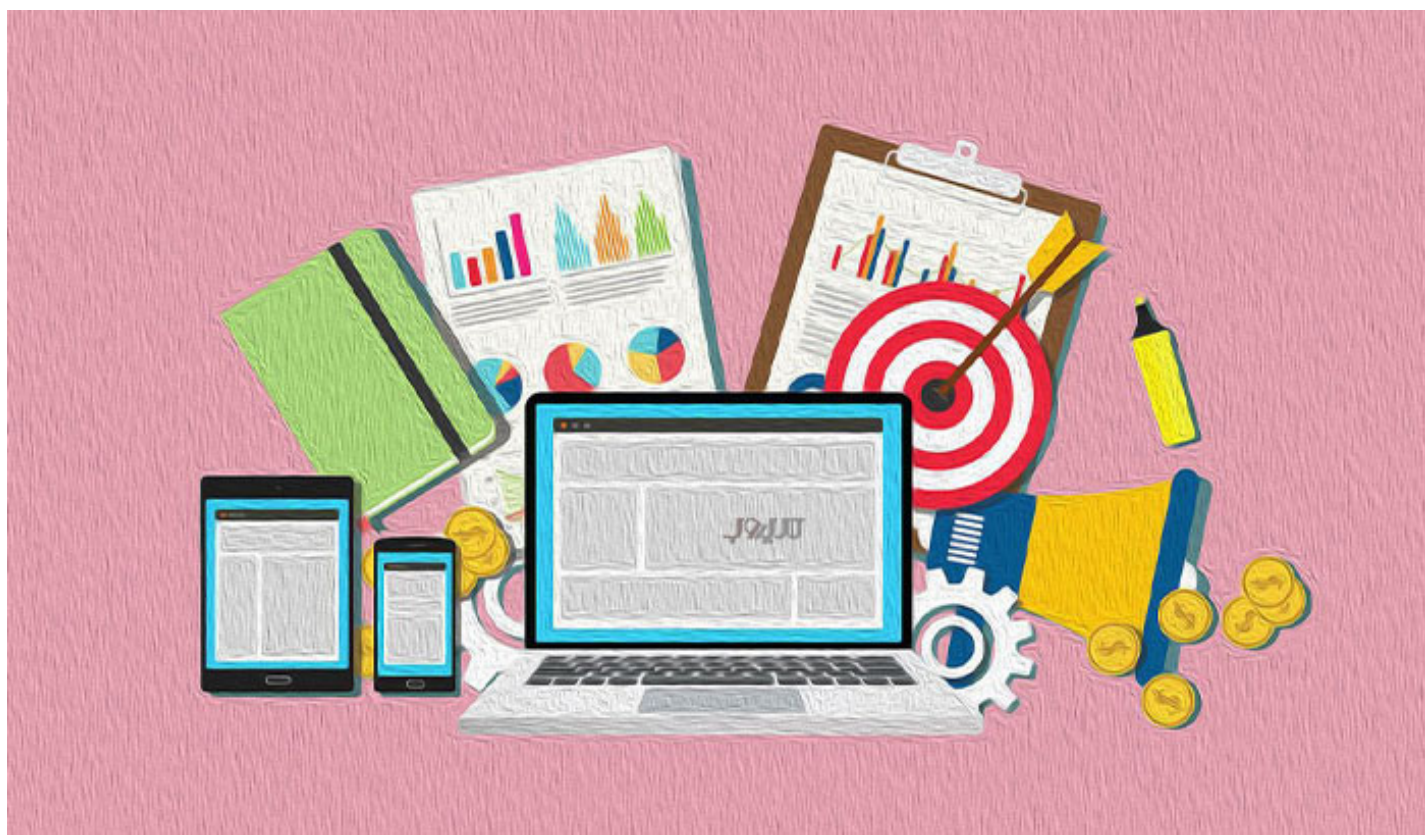
بعد از خواندن مطالب بالا، اکنون می‌دانیم که بازگشت سرمایه به طور کلی به چه معنا است. اما آیا این بازگشت برای کسب و کارهای مختلف دقیقا یکسان است؟ بدون شک خیر! بازگشت سرمایه در کسب و کارهای مختلف می‌تواند مواردی مانند افزایش سود به ازای هر مشتری، داشتن رضایت مشتری، برند سازی، بهبود تبلیغات، دستیابی به سودهای کلان، کاهش قیمت سر به سر و یا فاکتورهای دیگر باشد. برای بهبود نرخ بازگشت سرمایه، باید بدانید که شما دقیقا دنبال چه چیزی هستید و محاسبات خود را براساس آن انجام دهید.

داشتن توقعات منطقی و ارزیابی کردن آنها

نکته مهم دیگری که در بهبود نرخ بازگشت سرمایه به شما کمک می‌کند، داشتن توقعات منطقی است. ممکن است شما در ابتدای یک کسب و کار به دنبال آن هستید که راه صد ساله را در یک شب بروید و محاسبات خود را براساس آن انجام دهید. این نکته نه تنها به موفقیت شما کمکی نمی‌کند، بلکه باعث می‌شود در همان ابتدای کار با شکست مواجه شوید. برای موفقیت سعی کنید توقعات منطقی از خودتان و کسب و کارتان داشته باشید و متناسب با آن برنامه ریزی کنید.

دسته بندی کردن هزینه‌ها

یکی از اشتباهات شما که می‌تواند نرخ بازگشت سرمایه شما را تا حد زیادی پایین بیاورد، آن است که هزینه‌های خود را یک جا محاسبه کرده و در نظر می‌گیرید. افراد موفق در کسب و کار دقیقاً مشخص می‌کنند که هزینه‌های مختلف از انبارداری، مواد اولیه، پرسنل، هزینه‌های سربار و غیره چقدر است تا بتوانند بهتر برای آن برنامه ریزی کنند.



استفاده از ابزارهای تحلیلی مناسب

این روزها برای بررسی داده‌های کسب و کار و محاسبه نرخ بازگشت سرمایه در بازاریابی یا همان ROI ابزارهای تحلیلی مختلفی وجود دارد. برای آن که بتوانید به نتایج درست و منطقی برسید باید بتوانید مناسب با نوع کسب و کارتان یک ابزار تحلیلی مناسب انتخاب کنید.

استفاده از افراد متخصص

برای موفقیت باید هرکاری را به متخصص آن حوزه بسپارید. با وجود ساده بودن محاسبه نرخ بازگشت سرمایه، بررسی نتایج آن و در نظر گرفتن تمامی فاکتورها،

شاید کاری باشد که خودتان به تنهایی از عهده آن برنیايید. شما برای موفق شدن باید هزینه کنید. بنابراین بهتر است انجام این فرآیند را نیز به یک فرد متخصص بسپارید.

از نرخ بازگشت سرمایه در چه تصمیم‌گیری‌هایی استفاده کنیم؟

بعد از آن که نرخ بازگشت سرمایه در بازاریابی را محاسبه کرده و نتایج آن را تحلیل کردید، از این نتایج می‌توانید در موارد زیر استفاده کنید.

- در صورتی که بخواهید برای کسب و کار خود یک ابزار و تجهیزات جدید خریداری کنید، محاسبه نرخ ROI به شما این امکان را می‌دهد که بدانید ابزار جدید چقدر برای شما مفید واقع خواهد شد.
- برای استخدام و یا تعدیل کارکنان و پرسنل این نرخ به شما کمک می‌کند که بدانید در کدام بخش نیاز به تغییرات دارید.
- نرخ بازگشت سرمایه به شما این امکان را می‌دهد که بدانید چه بخش‌هایی را می‌توانید به کسب و کار خود اضافه کنید.
- نرخ بازگشت سرمایه می‌تواند یک راهنمای مناسب برای انتخاب و یا تغییر استراتژی‌های فروش و یا بازاریابی باشد.

اندازه گیری نرخ بازگشت سرمایه با استفاده از ابزارهای آنلاین و آفلاین

برای محاسبه نرخ بازگشت سرمایه شما می‌توانید از ابزارهای آنلاین و آفلاین استفاده کنید. ابزارهای آفلاین نیاز به دقت بیشتری داشته و شما باید اعداد را به صورت دستی وارد کنید. در صورتی که اگر شما ابزارهای آنلاین مانند گوگل آنالیتیکس را انتخاب کنید، داده‌ها به صورت آنلاین و خودکار وارد شده و محاسبه نرخ بازگشت سرمایه در بازاریابی با دقت بیشتری انجام خواهد شد.



جمع بندی

نرخ بازگشت سرمایه یا همان ROI فاکتوری است که به شما نشان می‌دهد چه مقدار از هزینه اولیه شما به صورت سود به شما بازگردانده شده است. طبیعی است که هر چه این نرخ بالاتر باشد، موفقیت شما در کسب و کار بیشتر است.

این مقاله با فاکتورهای مهم در این نرخ، مفهوم دقیق آن و راهکارهایی برای بهبود این نرخ آشنا شده ایم.