

SIMULE, OTIMIZE E LUCRE

*Guia Prático para Calcular
o ROI em Mídia Paga*

Como calcular o ROI das suas campanhas e
gerar leads mais qualificados com mídia
paga integrada a vendas complexas



Introdução

Você já se perguntou se está realmente aproveitando o potencial das suas campanhas de mídia paga?

Em mercados B2B com vendas consultivas, muitas empresas acabam investindo em anúncios sem entender exatamente o retorno gerado — e, pior, tratando marketing e vendas como áreas isoladas.



Este guia foi criado para ajudar você a mudar isso.

Aqui, você vai aprender a calcular o ROI real das suas campanhas, entender quais variáveis impactam diretamente seus resultados e, principalmente, como atrair leads qualificados que realmente avançam no seu funil de vendas.

O que é ROI e por que ele importa?

ROI (Return on Investment) é uma das métricas mais importantes para empresas que buscam previsibilidade e crescimento sustentável.

Ele indica quanto de retorno financeiro sua empresa obteve em relação ao valor investido em uma ação, como campanhas de mídia paga.

Como se calcula o ROI?

A fórmula é simples:

$$\text{ROI (\%)} = [(\text{Lucro} - \text{Investimento}) / \text{Investimento}] \times 100$$

Exemplo prático:

Se você investiu R\$ 10.000 e obteve R\$ 40.000 de lucro, seu ROI é de 300%.

O que é considerado um ROI bom?

Vai depender da sua estrutura de custos e do seu ticket médio. Mas, em geral:

- Abaixo de 100% → resultado insuficiente.
- De 100% a 300% → retorno razoável.
- Acima de 300% → retorno excelente (especialmente em vendas complexas).

O que é essa calculadora e como usá-la?

Essa ferramenta foi criada para dar mais clareza e segurança nas suas decisões de marketing.

Ela calcula automaticamente, com base nos seus dados:

- Quantos leads você pode gerar
- Quantas vendas pode conquistar
- Receita e lucro estimados
- ROI do investimento

Como usar:

1. Preencha os campos em azul-claro (investimento, ticket médio, taxas de conversão, margem de lucro).
2. Veja os resultados automáticos em verde.
3. Avalie seu cenário atual e veja o potencial de melhoria.

[Link para download da calculadora](#)

Entendendo os principais campos da calculadora

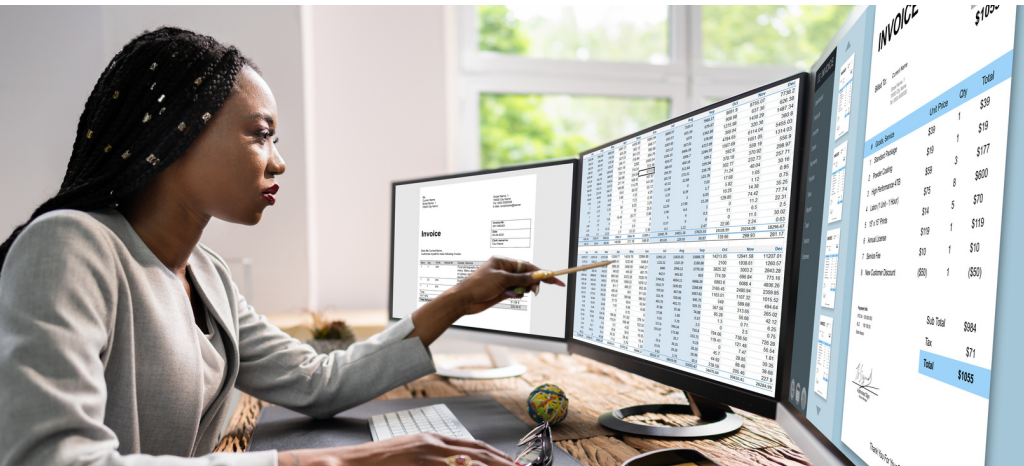
Qual o valor mínimo para investir em tráfego pago?

Empresas que trabalham com vendas complexas nem sempre começam com grandes budgets — e tudo bem.

O importante é começar com consistência, testar hipóteses e evoluir com base em dados. O volume pode ser ajustado conforme a confiança no modelo cresce.

O que é taxa de conversão de leads e como melhorá-la?

Essa taxa mede quantos visitantes do seu site ou anúncio se tornam leads (preenchem um formulário, clicam no botão etc).



O que é taxa de conversão em vendas e como melhorá-la?

Indica quantos leads viram clientes.

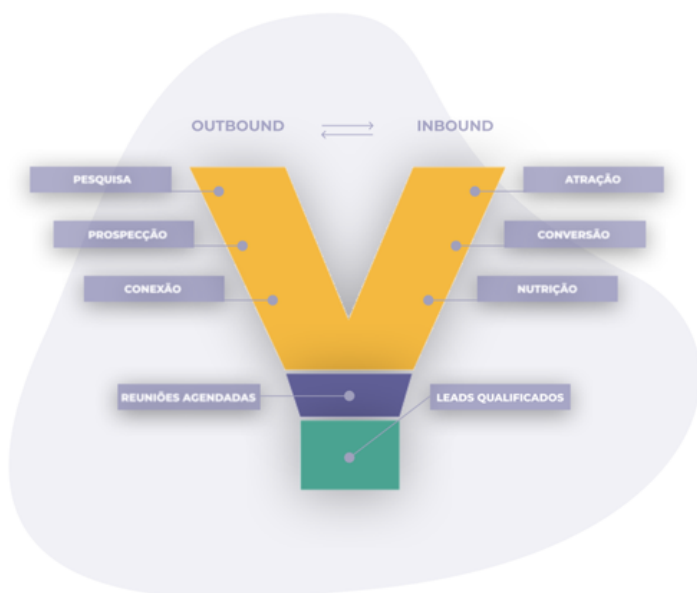
Como melhorar:

- Alinhar discurso de marketing com vendas
- Qualificar leads antes de passar para o comercial
- Utilizar conteúdo e provas sociais para reduzir objeções

Dica estratégica:

Na Incentiva, trabalhamos com o Funil em Y, integrando mídia paga e prospecção outbound para gerar não só volume, mas qualidade de leads.

Com marketing e vendas atuando juntos, as conversões sobem — e o custo por aquisição cai.



O que ninguém te contou sobre mídia paga no B2B

Você já deve ter ouvido por aí que “mídia paga não funciona para vendas complexas”. Que é só para quem vende por impulso, com ticket baixo e funil curto. Mas a verdade é que o problema nunca foi o canal — e sim como ele é operado.

Mídia paga dá resultado, sim. Desde que esteja conectada com estratégia comercial e alinhada com quem realmente decide.

Quando bem utilizada, ela não só atrai tráfego qualificado, como aquece o lead antes mesmo do primeiro contato com o time de vendas.

E se você já tentou investir e não teve retorno, a culpa pode não estar no canal. Mas na falta de uma segmentação inteligente, de uma jornada bem construída, ou até mesmo de uma abordagem desalinhada entre marketing e comercial.

Na Incentiva, a gente vê mídia paga como parte de algo maior: um sistema que une inteligência de dados, prospecção consultiva e vendas orientadas a valor. A cada clique, uma oportunidade de conexão com quem realmente importa. A cada campanha, uma nova chance de transformar curiosidade em conversa — e conversa em contrato.

Não se trata de gastar mais. Se trata de investir certo.

ROI estimado vs. ROI real: como avançar com inteligência

A calculadora mostra o que poderia acontecer com os dados que você inseriu.

Mas para chegar ao ROI real, é preciso mais do que uma fórmula: é necessário estratégia.

Aqui na Incentiva, não operamos campanhas genéricas.

Atuamos com planejamento consultivo, análise de ICP, estruturação de cadências, criação de criativos inteligentes e integração total com o comercial do cliente.

O resultado? Mais leads qualificados.

Menos desperdício de verba. Vendas mais previsíveis.



PRÓXIMO PASSO: TRANSFORME SIMULAÇÕES EM RESULTADOS REAIS

Você já sabe calcular o ROI.

Agora, o próximo passo é fazer essa conta funcionar a seu favor — com uma operação integrada, inteligente e com foco total em performance.

Se quiser entender como a Incentiva pode montar essa operação para sua empresa, fale com a gente.

Sem compromisso. Sem pressão. Apenas uma conversa estratégica para avaliar o seu cenário.

Agende uma conversa com nosso time



