

# ROI x Investimentos em comunicação: como ganhar nessa queda de braço?

A mensuração de comunicação tornou-se essencial para as empresas entenderem como o seu investimento na área está sendo aplicado, para tanto, as ferramentas de métricas e indicadores são importantes aliadas para se obter resultados mais efetivos de mercado e um melhor direcionamento, por isso, conhecer o Retorno de seus Investimentos

**18/10/2016 09:38:37**

A mensuração de comunicação tornou-se essencial para as empresas entenderem como o seu investimento na área está sendo aplicado, para tanto, as ferramentas de métricas e indicadores são importantes aliadas para se obter resultados mais efetivos de mercado e um melhor direcionamento, por isso, conhecer o Retorno de seus Investimentos Comunicacionais não é mais uma opção, é condição básica para haver evolução estratégica.

Inicialmente, as marcas definiam seus orçamentos em comunicação com base, principalmente, nas ações dos concorrentes, hoje, é imprescindível dispor de mecanismos concretos para estar à frente do mercado. Estar preparado para as mudanças mercadológicas tornou-se algo natural, principalmente no meio digital, onde elas sucedem com maior velocidade e adesão dos consumidores. Com a nova geração cada vez mais ativa e participativa, não há como deixar a intuição liderar um time ou projeto, ou ainda, continuar com a velha forma de se comunicar apenas através da expertise de seus profissionais. Com a diversificação das opções de comunicação e publicidade, obteve-se também novos meios para analisar a repercussão, alcance e ROI desses esforços.

As pesquisas de mercado podem mensurar esses esforços comunicacionais, trazendo informações sobre percepções, envolvidos e canais importantes que se relacionam com a marca. Através de um olhar analítico muito se conhece sobre o retorno de uma campanha ou ação, sobretudo, somente a mensuração de dados quantitativos, qualitativos e valorativos, acoplada a essas vertentes é que possibilitarão uma informação completa e segura sobre seus resultados.

A centimetragem ou valoração é o método utilizado para mesurar os resultados gerados por mídia espontânea e, são cruciais para avaliar redes de influenciadores, nível de assertividade de mailing, relacionamento com a imprensa e, claro, alcance financeiro obtido pelas publicações veiculadas espontaneamente, caso estas, fossem publicadas em formato comercial. Esta prática é muito

importante para evidenciar o trabalho das assessorias de imprensa, que, muitas vezes, por não utilizar-se desse recurso, não confere aos seus clientes, o devido valor de sua atuação.

Com as ferramentas de publicidade online, a situação não é diferente. Cliques, pageviews, acessos, taxas de rejeição, leads, etc. Tudo é mensurável no universo digital e, estabelecer indicadores, analisar as métricas e quantificar os resultados pode ser um passo decisivo para um crescimento exponencial. O inverso, infelizmente, também é proporcional.

O termo ROI, Retorno sobre Investimento, tornou-se corriqueiro quando trata-se da valoração de práticas comunicacionais realizadas, com o objetivo de mensurar o retorno financeiro obtido com essas ações, indicando também onde e como investir melhor, tendo como objetivo a redução de riscos e a melhoria do impacto para as corporações. O foco do ROI não se restringe a quantificação financeira, pois existem valores de fortalecimento de marca e engajamento social que são claros, mensuráveis, mas não necessariamente cifráveis .

E sua empresa, avalia o retorno de investimento de suas ações? Qual o ROI de sua última estratégia de marketing e comunicação? Faça um teste conosco e prove que em comunicação 2+2 também pode ser 4.

#### SERVIÇO:

MITI Inteligência

Monitoramento de Informação e Inteligência de Mercado

Clipping de notícias online, impressas, rádio, TV e mídias sociais

Rua Lindolfo Pessoa, 45, Curitiba, PR | 41 3023-1698

<http://miti.com.br>

[comercial@miti.com.br](mailto:comercial@miti.com.br)

0800 052 1698