

# «Аналитика: ROI»

Руководитель группы web-аналитики, ведущий спикер  
Факультета Интернета Университет «Синергия»  
Ксения Хизова



# Определение

**ROI** (от англ. *return on investment*) или **ROR** (англ. *rate of return*) — финансовый)

— финансовый коэффициент)

— финансовый коэффициент, иллюстрирующий уровень доходности или убыточности бизнеса, учитывая сумму сделанных в этот бизнес инвестиций.

ROI обычно выражается в процентах, реже — в виде дроби. Этот показатель может также иметь

следующие названия: *прибыль на инвестированный капитал, прибыль на инвестиции, возврат, доходность инвестированного капитала, норма*

# ВАЖНО:

Показатель ROI является отношением суммы прибыли или убытков к сумме инвестиций. Значением прибыли может быть процентный доход

Показатель ROI является отношением суммы прибыли или убытков к сумме инвестиций. Значением прибыли может быть процентный доход, прибыль

Показатель ROI является отношением суммы прибыли или убытков к сумме инвестиций. Значением прибыли может быть процентный доход, прибыль/убытки по бухгалтерскому учёту, прибыль/убытки по управленческому учёту или чистая

# ROI

- 1) Общие затраты на рекламу
- 2) Общее кол-во заявок (валом)
- 3) Затраты на каждый рекламный канал
- 4) Кол-во эффективных и оплаченных заявок
- 5) Показатели стоимости 1 эффективной заявки и одной оплаченной заявки
- 6) Разделение каналов заявки: для эффективных и оплаченных
- 7) Конверсия в заявки по каждому каналу рекламы
- 8) Показатель ROI : общий, для каждого рекламного канала

# Данные для расчета:

- \* **ROI** (Return On Investment) – это коэффициент возврата инвестиций, показатель рентабельности вложений. Он в процентном соотношении демонстрирует прибыльность (при значении больше 100%) или убыточность (при значении меньше 100%) конкретной суммы вложения денежных средств в определенный проект. Для расчета этого показателя используются следующие данные:
- \* **Себестоимость** продукта (или услуги) – включает в себя абсолютно все затраты на покупку частей для продукции, доставку до склада, производство товара, зарплату работникам и т.д.
- \* **Доход** – конечная прибыль с продажи продукта или услуги.
- \* **Сумма инвестиций** – суммарное количество денежных средств, которые выступали в роли вложения, например, бюджет на контекстную рекламу.

# Формула расчета:

Существует несколько формул для оценки индекса ROI. Начнем с самой простой и популярной, которую используют большинство из [интернет-маркетологов](#) и владельцев онлайн-бизнеса. Её можно использовать в том числе и для Яндекс Директа:



$$\text{ROI} = (\text{доход} - \text{себестоимость}) / \text{сумма инвестиций} * 100\%$$

# Формула расчета:

Вычитая из прибыли себестоимость, мы получаем конечную прибыль, то есть наш реальный заработок. Отношение конечной прибыли к сумме инвестиций показывает, во сколько раз первое больше второго. Для удобства в последнем действии мы умножаем на 100%. Если полученное число меньше 100, то вложения не окупаются.

Если к предыдущему **расчету добавить период**, то получится вторая формула расчета, которая используется финансистами:



$$\text{ROI(период)} = \frac{\text{Сумма инвестиции к концу периода} + \text{Доход за выбранный период} - \text{Размер осуществленной инвестиции}}{\text{Размер осуществленной инвестиции}}$$

# Цель расчета ROI

- \* Увеличить мощность действующих кампаний, имеющих наибольший показатель возврата денежных средств. Например:
  - \* Увеличить позиции объявлений, назначая более высокую цену клика для ключевых фраз.
  - \* Увеличить количество ключевых фраз по данной тематике, подбирая слова через Вордстат.
- \* Уменьшать мощность рекламных кампаний, имеющих наименьший коэффициент окупаемости вложений. Например:
  - \* Сократить количество нетранзакционных и малоконверсионных запросов.
  - \* Уменьшить цену клика, оставаясь в выбранном блоке.
  - \* Изменить рекламные тексты объявлений, добавив цену товара в заголовок.
  - \* Уменьшить процент расхода на тематических площадках, если таковые включены.

# Отчет: ROI

