ROI del marketing B2B

quanto margine deve essere in più

Il produttore italiano di boccole, l’esempio dell’articolo

1 Il conto con ordini conclusi e costi completi

16.000 €
margine attribuito

prima del marketing

10.000 €
costo del programma

annunci, pagine, lavoro

Quanta parte di quel margine sarebbe arrivata comunque?
conta solo il margine delle vendite in più, quello incrementale

2 La quota aggiuntiva che serve per il pareggio

10.000 € di programma ÷ 16.000 € di margine
attribuito prima del marketing

62,5%

I 16.000 € di margine attribuito, nello scenario di calcolo



Il 50% aggiuntivo resta sotto il 62,5% del pareggio
il margine in più non copre i 10.000 € del programma

3 Il ROI dello scenario e la decisione del titolare

(8.000 € − 10.000 €) ÷ 10.000 € × 100
perdita di 2.000 €

ROI −20%

Non rinnova lo stesso programma
da 10.000 €, per lo stesso lavoro

Rinvia l’ampliamento
ad altre famiglie di prodotto

Preventiva la correzione delle pagine
e ne verifica l’esito sulle richieste successive

Prima si corregge il modo di acquisire i contatti
non si dà una lettura più favorevole agli stessi ordini

Fonte: esempio dell’articolo; formula del ROI: MASB, Marketing Dictionary

KLC **www.klc.it**

Fonte: KLC · ROI del marketing B2B: come decidere se investire ancora
https://www.klc.it/blog/dati-e-misurazione/roi-del-marketing-b2b-formula-limiti-e-dati/