

5 Principais Indicadores de Desempenho das Startups

Podemos definir uma Startup como uma empresa, em estágio inicial, que conta com um modelo de negócios de rápido crescimento, inovador, escalável, de baixo custo e com alto potencial de lucratividade.

Contudo, se levarmos a palavra ao pé da letra - "Startup" - teremos como definição: "comece", "começar algo", "dar início".

E essa, para muitas Startups, é a sua grande barreira! Iniciar um negócio, montar um inovador plano de negócios, conquistar um bom investidor, certamente, não são tarefas fáceis, mas ainda assim fazem parte do "começar". O grande triunfo destes novos negócios é se manter no mercado, prosperar e fazer o jogo virar ao seu favor...



Portanto, tendo ciência disso, nós, da Ozai Contabilidade, especializados em Startups, separamos 5 dos principais KPIs de desempenho, que servirão como uma bússola ao melhor destino para o seu negócio.

Preparado? Então confira agora mesmo!



1 - Custo para Aquisição de Clientes (CAC)

O CAC - Custo por Aquisição de Cliente - é o indicador de desempenho que demonstra quanto é gasto para que um novo comprador seja adquirido. São levados em consideração os investimentos referentes a marketing e ao setor de vendas.

Fórmula para cálculo: Investimento em Campanha / Número de cliente adquiridos = CAC.

Exemplo: Em uma campanha digital, foram gastos R\$ 1.500,00 em anúncios com links patrocinados pelo Google, o que gerou 50 novas vendas/contratos para a sua Startup, logo:

$$\text{CAC} = \text{R\$ } 1.500,00 / 50 = \text{R\$ } 30.$$

O Custo por Aquisição de Cliente foi de R\$ 30.

2 - Valor da Vida Útil de Clientes (LTV) ou (CLV) Customer Lifetime Value

A Lifetime Value (LTV) ou - traduzido do inglês para o português - Valor da Vida Útil de Clientes, é o indicador de desempenho que demonstra quanto é que o cliente gasta com a sua Startup, sendo assim é muito importante compará-lo ao CAC, uma vez que, se o cliente gastar menos, analisando a longo prazo, em casos de contrato, do que foi necessário para adquiri-lo o mesmo só gera gastos ao seu negócio. São pontos importantes:

- O LTV deve superar, no mínimo, 3x o ser CAC;
- O LTV deve ser pago em, no máximo, 1 ano.

Fórmula para cálculo: Custo mensal * Número de meses na casa = LTV do Período Apurado.

Exemplo: Para um serviço de streaming de vídeos motivacionais, gravados por grande celebridades, a Startup Be The Best cobra R\$ 50 mensais. Um cliente contratou o serviço, teve, 2 meses gratuitos e cancelou após 12 meses da sua contratação, logo:

$$\text{LTV} = \text{R\$ } 50,00 * 12 = \text{R\$ } 600.$$

Contudo, como foram dados dois meses gratuitos ao usuário, R\$ 100 (2 * R\$ 50,00) serão descontados da conta final, resultando:

$$\text{LTV} = (\text{R\$ } 50,00 * 12) - \text{R\$ } 100,00 = \text{R\$ } 500,00.$$

O Lifetime Value foi de R\$ 500,00 em 1 ano.



3 - Churn - Perda e Turnover de Clientes

O Churn, Turnover de Clientes ou ainda taxa de rejeição é o indicador de desempenho que busca medir quantos clientes saíram da casa em determinado período, em comparação ao clientes ativos. É normal haver uma certa taxa de rejeição - churn rate - em sua Startup, afinal, as pessoas possuem outras alternativas, contudo é preciso estar de olho com a média de churn do seu mercado, para não ficar com um percentual muito alto.

Fórmula para cálculo: Clientes cancelados / Usuários Ativos (* 100) = Taxa de Rejeição ou Churn Rate.

Exemplo: Sua Startup inicia o mês de junho com 92 clientes ativos e, ao decorrer do mês de julho, perde 4 clientes, desta forma:

$$\text{Churn Rate} = 4 / 92 (*100) = 4,35\%.$$

Ou seja, os 4 clientes perdidos significam 4,35% de taxa de rejeição da sua Startup.

4 - Ticket Médio por Cliente

O Ticket Médio por Cliente é o indicador de desempenho que mensura a média de valor aquisitivo dos seus clientes, ou seja, o quanto eles gastaram com seus produtos em determinado período de tempo. Aqui, ao contrário do LTV, é medido o valor médio gasto, não a soma total das suas aquisições.

Fórmula para cálculo: Soma das vendas realizadas no mês / Número de pedidos do mês = Ticket Médio Mensal.

Exemplo: Para determinada pessoa, foram vendidos 5 pedidos com os seguintes valores: R\$ 150, R\$ 7,50, R\$ 330, R\$ 81 e R\$ 99,50. Logo, a soma total de vendas, no mês, foi de R\$ 668,00, o que representa um ticket médio de:

$$\text{Ticket Médio} = \text{R\$ } 668,00 / 5 = \text{R\$ } 133,6$$

Então, o ticket médio dessa pessoa é de R\$ 133,60 no mês.



5 - Retorno Sobre Investimento (ROI)

O Return On Investment (ROI) ou - traduzido para o português - Retorno Sobre Investimento é o indicador de desempenho que apresenta qual de lucro foi adquirido sobre determinado valor investido por sua Startup, estando ligado a sua área de marketing.

Fórmula para cálculo: ((Receita Obtida - Valor do investimento em campanha) / Valor do investimento em campanha) *100

Exemplo: Foram gastos R\$ 1.850,00 com campanhas no Facebook Ads, onde, ao final de todo o processo foi levantado o total de R\$ 5.000,00 obtidos em vendas, sendo assim:

$$\text{ROI} = ((\text{R\$ } 5.000,00 - \text{R\$ } 1.850,00) / \text{R\$ } 1.850,00) *100 = 170,27\%$$

Desse modo, o seu Retorno Sobre Investimento é de 170,27%, para essa campanha.



Então, caso queira manter a sua Startup em constante crescimento, contando com indicadores favoráveis ao seu máximo desempenho no mercado, entre em contato com os especialistas, aqui, da Ozai Contabilidade!

Juntos, podemos sair do "início" e manter sua Startup em constante crescimento!