

# ROI formel: Lad dit lån tjene dig - ikke omvendt!



## RESUMÉ

Et lån er ikke blot en omkostning - det er en investering. Det er artiklens filosofi i forhold til gældsfinansiering, da virksomheder gerne skal tage lån ud fra beregninger om, at profitten ved investeringen vil overgå lånets renter. Til det formål er en ROI-formel glimrende, da den fortæller dig om det giver mening at investere (og derved om det giver mening at optage et lån). Det sværeste er at finde ud af, hvilke tal du skal bruge til formlen, da tallene repræsenterer fremtidige udfald. Derfor bør du udregne formlen for flere realistiske scenarier med tilhørende sandsynlighed for indtrædelse, og derefter sammenligne værdierne, som du bruger til at konkludere på hvorvidt lånet vil være lønsomt.

**Mange anser et lån som en omkostning frem for en investering, medmindre det drejer sig om fast ejendom. Det er heller ikke forkert, fordi man i forbindelse med et lån betaler gebyr eller renter, som er kapitalomkostninger.**

Dog bør gældsfinansiering også blive set på som en måde at opnå øget lønsomhed og vækst på, og ikke som en omkostning man bør undgå. For at dette perspektiv skal gælde, må et lån anvendes på en måde, hvor det man får igen for sin investering, overgår de omkostninger, der er forbundet med lånet. Altså skal din Return-On-Investment (ROI) være positiv.

### Start med at lave en ROI formel

((gevinst ved investering - omkostninger  
ved investering omkostninger))

DOL=

(Omkostninger ved investering)

ROI er en simpel formel, men den største udfordring ved at bruge den er ikke selve udregningen, men at sørge for, at de tal, du inkluderer, er korrekte. I virkeligheden er det at beregne, både gevinsten og omkostningerne ved en investering præ-

cist, meget svært.

Ved at udregne din ROI formel baseret på nogle forskellige scenarier, vil du derimod være bedre rustet til at foretage en kvalificeret investeringsbeslutning. Typisk kan det i sager med usikkerhed være smart at lave tre scenarier: et dårligt, et middel og et godt.

Du er ejer af en cyklebutik i Odense og vil gerne køre en markedsføringskampagne for at øge dit salg af cykler. Du regner med, at kampagnen vil påvirke dit salg over de næste tre måneder, så for at gøre udregningen lidt simplere, antager vi, at dette er korrekt, og at effekten af kampagnen kun vil vare i tre måneder.

### Lav 3 scenarier for kampagnens udfald

Du sælger per dags dato gennemsnitligt 100 cykler per måned med en gennemsnitlig margin på 1000 kr. per cykel. Du har lavet en lignende kampagne før, hvor dit salg øgede med 20% - men det var i foråret, som er den tid på året hvor der typisk sælges flest cykler. For at være på den konservative side, noget der som oftest er smart for en lille virksomhed, antager vi derfor, at en stigning i det månedlige salg på 20% er et godt scenarie.

Du regner også med, at det er relativt usandsynligt, at kam-

pagnen vil have en effekt på mindre end 10%, så dette kan bruges som det dårlige scenarie. For at holde det simpelt antager vi, at middel-scenariet er på 15% øget månedligt salg.

$$((\text{antal måneder} \times (\% \text{ øget salg} \times \text{nuværende salg} \times \text{margin}) - (35979))$$

$$\text{ROI} = \frac{\text{---}}{35979}$$

Gevinsten ved investeringen for eksempelvis det dårlige scenarie bliver udregnet således: Du sælger 10 ekstra cykler per måned (10.000 kr.) og det gør du over 3 måneder, hvilket vil sige, at din kampagne giver dig en gevinst på 30.000 kr. Din ROI formel giver dig derfor disse udregninger:

Dårligt scenarie	Middel scenarie	Godt scenarie
(3000 - 35979)	(4000 - 35979)	(6000 - 35979)
ROI = $\frac{\text{---}}{35979} = -16,6\%$	ROI = $\frac{\text{---}}{35979} = -25,1\%$	ROI = $\frac{\text{---}}{35979} = -66,8\%$

### Giver det mening at investere?

Vi ser dermed, at hvis dit dårlige scenarie indtræffer, så vil investeringen ikke betale sig. Samtidig taber ved det dårlige scenarie meget mindre end gevinsten ved både middel-scenariet og det gode scenarie.

Noget, du kan gøre for bedre at kunne analysere din ROI formel, er at give hvert af scenarierne en sandsynlighed. I virkeligheden bør der ligge tanker og data bag, men for at holde det enkelt antager vi, at der er 1/3 chance for, at hvert af scenarierne forekommer. Din ROI formel for markedsføringskampagnen bliver dermed:

### Forventet ROI Formel

Altså vil investeringen sandsynligvis betale for sig selv og

$$((-16,6\%) + (25,1\%) - (66,8\%))$$

$$\text{ROI} = \frac{\text{---}}{3} = -25,1\%$$

3

give en positiv gevinst på 25,1%. Siden du også undgår at have i betydelige økonomiske problemer i det dårlige scenarie, er investeringen bestemt anbefalelsesværdig.

### Et lån er ikke bare en omkostning

Det, vi forsøger at vise dig her, er, at et virksomhedslån ikke kun bør ses som en omkostning, men snarere som en del af en investering. Investeringer behøver kapital, og al kapital, uanset om det er din egen, en ekstern investors eller et virksomhedslån, har en pris.

For at gøre det så nemt som muligt for dig at regne din ROI ud, har vi lavet en lille Excel-skabelon som du kan downloade her: <https://smvguiden.dk/media/1774/skabelon-roi.xlsx>