

BUSINESS VITAMINS

مؤشرات الأداء الرئيسية (KPI)

المقدمة

تساعد مؤشرات الأداء الرئيسية تحديداً في تحديد الإنجازات الاستراتيجية والمالية والتشغيلية للشركة ولا سيما بالمقارنة مع الإنجازات الخاصة بالشركات الأخرى في نفس المجال. إنها مقاييس محددة لأداء فرد أو فريق أو قسم. توفر هذه المؤشرات أهدافاً للفرق من أجل السعي إليها ومراحل لقياس التقدم الذي أحرزه الفريق وإحصائيات تساعد الأشخاص في جميع أنحاء المؤسسة على اتخاذ قرارات أفضل.

التعريف

تشير مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) إلى مجموعة من القياسات القابلة للقياس الكمي والمستخدم لقياس الأداء العام للشركة على المدى الطويل.

وقت استخدامها

يتم استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية لتتبع تقدم الشركة نحو أهدافها. يمكن استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية لقياس الأداء على مستويات استراتيجية مختلفة. فمثلاً قد تختار شركة ما مجموعة واحدة من مؤشرات الأداء الرئيسية لقياس أدائها بشكل عام. ولكن يستخدم بعدها مجموعة أخرى من مؤشرات الأداء الرئيسية لقياس أداء الوظائف المختلفة في الشركة كالمبيعات والتسويق والتمويل والموارد البشرية والعمليات. يمكنك أيضاً استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية لقياس أداء الأفراد أو المشاريع أو الحملات أو الإجراءات أو الأدوات أو حتى الآلات.

الشرح

يشار إلى مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) أيضاً بمؤشرات النجاح الرئيسية (KSI)، تختلف مؤشرات الأداء الرئيسية بين الشركات وبين الصناعات بالاعتماد على معايير الأداء. فمثلاً قد تعتبر شركة البرمجيات التي تسعى جاهدة لتحقيق أسرع نمو في صناعتها أن نمو الإيرادات على أساس سنوي (YOY) هو مؤشر أدائها الرئيسي. بينما قد تضع سلاسل البيع بالتجزئة قيمة أكبر لمبيعات المتجر نفسه كأفضل مقياس لمؤشرات الأداء الرئيسية من أجل قياس نموها وتطورها. هناك أنواع عديدة من مؤشرات الأداء الرئيسية، سنناقش بعضها فيما يلي:

المقاييس المالية

تركز مؤشرات الأداء الرئيسية المرتبطة بالبيانات المالية عادةً على الإيرادات وهوامش الربح. يمثل صافي الربح وهو أكثر القياسات المستندة إلى الأرباح تجربة وفعالية مقدار الإيرادات المتبقية كأرباح فترة محددة أو كبعد احتساب جميع نفقات الشركة والضرائب ومدفوعات الفائدة لنفس الفترة.

مقاييس العملاء

تركز مؤشرات الأداء الرئيسية التي تركز على العملاء بشكل عام على الكفاءة لكل عميل ورضا العملاء والاحتفاظ بالعملاء. تمثل القيمة الدائمة للعميل (CLV) المبلغ الإجمالي للمال الذي يتوقع أن ينفقه العميل على منتجاتك خلال علاقة العمل بأكملها.

مقاييس أداء العمليات

تهدف مقاييس العمليات إلى قياس ومراقبة الأداء التشغيلي عبر المنظمة. من خلال قسمة عدد المنتجات المعيبة أو التالفة على إجمالي المنتجات المنتجة فمثلاً يمكن للشركات قياس النسبة المئوية للمنتجات المعيبة. بطبيعة الحال سيكون الهدف هو خفض هذه النسبة إلى أدنى مستوى ممكن.

أمثلة:

أمثلة على مؤشرات أداء المبيعات الرئيسية

إجمالي حجم المبيعات: قم بقياس الحجم الإجمالي للمبيعات كل شهر بالدولار. أنشئ هدفاً شهرياً أو ربع سنوياً ليكون لدى فريق مبيعاتك هدفاً وتأكد من تعديله بانتظام سواءاً بالإنخفاضات أو الزيادات في المبيعات التي قد تحدث بسبب الأحداث الموسمية أو الأعياد. دورة المبيعات: يمكن أن يؤثر استغراق وقت طويل جداً لإكمال عملية البيع سلباً على صافي أرباحك ويمتدك من الوصول إلى أهدافك ربع السنوية. ستساعدك مؤشرات الأداء الرئيسية هذه على قياس المدة التي يستغرقها إتمام عملية البيع منذ البداية وحتى النهاية.

أمثلة على مؤشرات الأداء المالي الرئيسية

هامش الربح الإجمالي: احصل على قيمة النسبة المئوية لإجمالي إيرادات المبيعات. لا يبحث هذا المؤشر في النفقات ولكنه يركز بدلاً من ذلك بشكل أساسي على الأرباح. إنه مقياس جيد لاستخدامه عند مقارنة أرباحك بأرباح منافسك. صافي هامش الربح: يبحث هذا المؤشر في النسبة المئوية الإجمالية لإيراداتك بعد خصم جميع نفقاتك كتكاليف التشغيل والضرائب والفوائد. يعد صافي هامش الربح أكثر إفادة عند القيام بالمقارنة الداخلية لأرباحك.

أمثلة على مؤشرات الأداء الرئيسية التسويقية

BUSINESS VITAMINS

حركة التجارة: يعد هذا مثال شائع لمؤشرات الأداء الرئيسية. نستعرض هنا العدد الإجمالي لزوار نشاطك التجاري سواء أكانوا زيارات لموقعك على الويب أو زوار في موقعك الفعلي. يمكنك قياس الفروق في مؤشر الأداء الرئيسي هذا على مدار أي فترة زمنية كساعة من اليوم أو يوم من الأسبوع أو شهرًا بعد شهر لمعرفة متى تحصل على أكبر عدد من الزوار.

تكلفة العميل المحتمل: بمجرد أن يتم تحويل حركة التجارة الخاصة بك إلى عملاء متوقعين ستريد معرفة تكلفة كل عميل متوقع. قد تنظر في التكلفة الخاصة بك لتحقيق حركة تجارتك أو لتشغيل حملاتك الدعائية. إن مؤشر الأداء الرئيسي هذا شائع في التسويق عبر الإنترنت وعادةً ما يقيس عدد الأشخاص الذين يعبرون عن اهتمامهم بعملك مقابل عدد الأشخاص الذين يشاهدون إعلانك أو حملتك الدعائية.

قيود استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية

- تتضمن بعض عيوب استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية ما يلي:
- تحتاج مؤشرات الأداء الرئيسية وقتًا طويلاً لتوفير بيانات مفيدة.
 - تتطلب مؤشرات الأداء الرئيسية مراقبة مستمرة ومتابعة دقيقة لتكون مفيدة.
 - تمكن مؤشرات الأداء الرئيسية المدراء من التحكم بهم.
 - غالبًا ما تنخفض الجودة المقدمة عندما يركز المدراء بشكل مفرط على مؤشرات الأداء الرئيسية للإنتاج.
 - يمكن أن يتم الضغط على الموظفين بشدة بهدف تحقيق مؤشرات الأداء الرئيسية.