

# شاخص‌های متصدی حساب

برخی از شاخص‌های عملکردی و کاربردی برای تیم شما



# KPI چیست؟



- شاخص‌های کلیدی عملکردی یا همان Key Performance Indicators، در واقع متریک‌ها و معیارهای اندازه‌گیری هستند، که به ما در تعیین درستی انجام کارها و فعالیت‌هایمان کمک می‌کنند.

- ما با استفاده از KPIها، قرار است تا بدانیم در چه وضعیتی هستیم و با اندازه‌گیری این پارامترها، می‌توانیم بگوییم که در راه رسیدن به اهدافمان چگونه عمل می‌کنیم.



## شاخص‌های اصلی

درآمد حاصل از فروش  
Sales Revenue Generated

۱

دستیابی سهمیه  
Quota Attainment

۲

میانگین اندازه معامله  
Average Deal Size

۳

طول چرخه فروش  
Sales Cycle Length

۴

هزینه جذب مشتری  
Customer Acquisition Cost (CAC)

۵

ارزش طول عمر مشتری  
Customer Lifetime Value (CLV)

۶

درصد پیروزی  
Win Rate

۷

رضایت مشتری  
Customer Satisfaction

۸



## شاخص‌های اصلی

درآمد حاصل از افزایش فروش و فروش متقابل  
Upsell and Cross-sell Revenue

۹

نرخ تمدید  
Renewal Rate

۱۰

# ۱. درآمد حاصل از فروش

## Sales Revenue Generated

این معیار کل درآمد وارد شده توسط متصدی حساب را اندازه‌گیری می‌کند. این شاخص به صورت مستقیم عملکرد فروش و سهم آنها در نتیجه شرکت را نشان می‌دهد.

درآمد کل فروش = (تعداد واحدهای فروخته شده ×  
قیمت واحد) + درآمد اضافی

## ۲. دستیابی سهمیه

### Quota Attainment

دستیابی به سهمیه درصدی از سهمیه فروش متصدی حساب که در یک دوره خاص به دست آمده را اندازه می گیرد. این KPI نشان دهنده توانایی آنها برای دستیابی به اهداف فروش یا فراتر از آن است.

دستیابی به سهمیه = (فروش واقعی / سهمیه فروش)

$\times 100\%$

## ۳. میانگین اندازه معامله

### Average Deal Size

میانگین اندازه معامله، میانگین ارزش هر فروش بسته شده توسط متصدی حساب را اندازه گیری می کند. این نشان دهنده توانایی آنها برای بستن معاملات بزرگتر و افزایش درآمد به ازای هر مشتری است.

میانگین اندازه معامله = کل درآمد فروش / تعداد  
معاملات

## ۴. طول چرخه فروش

### Sales Cycle Length

طول چرخه فروش میانگین زمان لازم برای بستن معامله را اندازه گیری می کند. این شاخص نشان دهنده کارایی متصدی حساب در انتقال معاملات از طریق خط لوله فروش است.

طول چرخه فروش = کل زمان چرخه فروش / تعداد  
معاملات

## ۵. هزینه جذب مشتری

### Customer Acquisition Cost (CAC)

CAC هزینه کل جذب مشتری جدید را اندازه گیری می کند. این به ارزیابی کارایی تلاش های متصدی حساب در جذب مشتریان جدید کمک می کند.

$$CAC = \text{مجموع هزینه جذب مشتریان جدید} / \text{تعداد مشتریان جدید به دست آمده}$$

## ۶. ارزش طول عمر مشتری

### Customer Lifetime Value (CLV)

CLV کل درآمدی را که یک کسب و کار می تواند از یک حساب مشتری ایجاد کند، تخمین می زند. این نشان دهنده توانایی متصدی حساب در ایجاد روابط بلندمدت با مشتری است.

$$CLV = \text{میانگین ارزش سفارش} * \text{فراوانی خرید} * \text{طول عمر مشتری}$$

## ۷. درصد پیروزی

### Win Rate

نرخ برد، درصد فرصت های فروش تبدیل شده به معاملات موفق را اندازه گیری می کند. این نشان دهنده توانایی متصدی حساب برای بستن معاملات و غلبه بر مخالفت ها است.

$$\text{درصد پیروزی} = (\text{تعداد معاملات برنده شده} / \text{تعداد کل فرصت ها}) \times 100\%$$

## ۸. رضایت مشتری

### Customer Satisfaction

رضایت مشتری میزان رضایت مشتریان از خدمات اجرایی حساب را اندازه می گیرد. این شاخص نشان دهنده کیفیت روابط با مشتری و پتانسیل برای تکرار تجارت است.

معمولاً از طریق نظرسنجی‌های رضایت مشتری اندازه‌گیری می‌شود.

## ۹. درآمد حاصل از افزایش فروش و فروش متقابل

### Upsell and Cross-sell Revenue

این معیار درآمد اضافی ایجاد شده از مشتریان فعلی را از طریق افزایش فروش و فروش متقابل اندازه گیری می کند. این KPI نشان دهنده توانایی متصدی حساب برای گسترش کسب و کار در حساب های موجود است.

درآمد حاصل از افزایش فروش و فروش متقابل = کل  
درآمد از افزایش فروش + کل درآمد از فروش متقابل

## ۱۰. نرخ تمدید

### Renewal Rate

نرخ تمدید درصد مشتریانی را که قرارداد خود را تمدید می‌کنند اندازه‌گیری می‌کند. این معیار نشان دهنده توانایی متصدی حساب برای حفظ مشتریان فعلی است.

$$\text{نرخ تمدید} = (\text{تعداد قراردادهای تمدید شده} / \text{تعداد کل قراردادهای}) \times 100\%$$

تهیه شده در ریرا



# ممنون از توجه شما