

شاخص‌های مدیر توسعه کسب و کار

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

ارزش منابع و مسیر
Pipeline Value

۱

درآمد ایجاد شده
Revenue Generated

۲

میانگین اندازه معامله
Average Deal Size

۳

طول چرخه فروش
Sales Cycle Length

۴

جذب مشتری جدید
New Customer Acquisition

۵

ارزش طول عمر مشتری
Customer Lifetime Value (CLV)

۶

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

۷

رضایت مشتری
Customer Satisfaction

۸



شاخص‌های اصلی

عملکرد مدیریت حساب کلیدی
Key Account Management (KAM) Performance

۹

مشارکت‌های استراتژیک
Strategic Partnerships

۱۰

۱. ارزش منابع و مسیر

Pipeline Value

ارزش منابع و مسیر کل درآمد بالقوه همه معاملات در حال حاضر در منابع و مسیر فروش را اندازه گیری می کند. این شاخص نشان دهنده توانایی مدیر توسعه کسب و کار برای شناسایی و پرورش فرصت ها است.

ارزش منابع و مسیر = مجموع ارزش همه معاملات در
منابع و مسیر

۲. درآمد ایجاد شده

Revenue Generated

درآمد حاصل از فروش، کل درآمد حاصل از فروش توسط مدیر توسعه کسب و کار را اندازه گیری می کند. این KPI به صورت مستقیم توانایی آنها در بستن معاملات و ایجاد درآمد را نشان می دهد.

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

۳. میانگین اندازه معامله

Average Deal Size

میانگین اندازه معامله، میانگین ارزش هر فروش بسته شده توسط مدیر توسعه کسب و کار را اندازه گیری می کند. این شاخص 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 معیار نشان دهنده کارایی مدیر توسعه کسب و کار در انتقال معاملات از طریق منابع و مسیر فروش است.

طول چرخه فروش = کل زمان چرخه فروش / تعداد
معاملات

۵. جذب مشتری جدید

New Customer Acquisition

جذب مشتری جدید تعداد مشتریان جدید وارد شده را اندازه‌گیری می‌کند. این نشان دهنده توانایی مدیر توسعه کسب و کار برای گسترش پایگاه مشتری است.

جذب مشتری جدید = تعداد کل مشتریان جدید

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 شاخص نشان دهنده توانایی مدیر توسعه کسب و کار برای ایجاد روابط بلندمدت با مشتری است.

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

۷. درآمد حاصل از افزایش فروش و فروش متقابل

Upsell and Cross-sell Revenue

درآمد حاصل از افزایش فروش و فروش متقابل، درآمد اضافی ایجاد شده از مشتریان فعلی را اندازه گیری می کند. این KPI نشان دهنده توانایی مدیر توسعه کسب و کار برای گسترش کسب و کار در حسابهای موجود است.

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

۸. رضایت مشتری

Customer Satisfaction

رضایت مشتری میزان رضایت مشتریان از خدمات مدیر توسعه کسب و کار را اندازه گیری می کند. این نشان دهنده کیفیت روابط با مشتری و پتانسیل برای تکرار تجارت است.

معمولاً از طریق نظرسنجی های رضایت مشتری اندازه گیری می شود.

۹. عملکرد مدیریت حساب کلیدی

Key Account Management (KAM)

Performance

عملکرد KAM توانایی مدیر توسعه کسب و کار را برای مدیریت و رشد حساب های کلیدی می سنجد. این KPI نشان دهنده تأثیر آنها بر درآمد و حفظ مشتری است.

معمولاً از طریق معیارهای کلیدی حساب مانند رشد حساب، رضایت مشتری و نرخ تجدید اندازه گیری می شود.

۱۰. مشارکت‌های استراتژیک

Strategic Partnerships

مشارکت‌های استراتژیک تعداد و کیفیت مشارکت‌های تشکیل شده توسط مدیر توسعه کسب و کار را اندازه‌گیری می‌کند. این نشان دهنده توانایی آنها در ایجاد اتحادهای استراتژیک و گسترش دسترسی به بازار است.

تعداد مشارکت‌های استراتژیک و ارزش مالی یا اعتباری
ایجاد شده

تهیه شده در ریرا



ممنون از توجه شما