

شاخص‌های مدیر فروش

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 فروش
Sales Revenue

۱

رشد فروش
Sales Growth

۲

میانگین اندازه معامله
Average Deal Size

۳

دستیابی به سهمیه فروش
Sales Quota Attainment

۴

طول چرخه فروش
Sales Cycle Length

۵

هزینه جذب مشتری
Customer Acquisition Cost (CAC)

۶

ارزش طول عمر مشتری
Customer Lifetime Value (CLV)

۷

نرخ برد فروش
Sales Win Rate

۸



شاخص‌های اصلی

رضایت مشتری
Customer Satisfaction

۹

بهره‌وری نماینده فروش
Sales Rep Productivity

۱۰

۱. درآمد فروش

Sales Revenue

درآمد فروش کل درآمد حاصل از فعالیت های فروش در یک دوره خاص را اندازه گیری می کند. این یک شاخص اساسی برای عملکرد فروش و موفقیت کلی کسب و کار است.

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

۲. رشد فروش

Sales Growth

رشد فروش درصد افزایش درآمد فروش را نسبت به دوره قبلی اندازه گیری می کند. این KPI نشان دهنده توانایی تیم فروش برای گسترش پایگاه مشتری و افزایش سهم بازار است.

$$\text{رشد فروش} = \frac{(\text{فروش دوره فعلی} - \text{فروش دوره قبل})}{\text{فروش دوره قبلی}} \times 100\%$$

۳. میانگین اندازه معامله

Average Deal Size

اندازه متوسط معامله، میانگین ارزش هر فروش را اندازه گیری می کند. این شاخص به ارزیابی توانایی تیم فروش برای بستن معاملات بزرگتر و افزایش درآمد به ازای هر مشتری کمک می کند.

میانگین اندازه معامله = کل درآمد فروش / تعداد
معاملات

۴. دستیابی به سهمیه فروش

Sales Quota Attainment

دستیابی به سهمیه فروش درصد اهداف فروش بدست آمده توسط تیم فروش را اندازه گیری می کند. این معیار نشان دهنده عملکرد تیم در برابر اهداف تعیین شده است.

$$\text{دستیابی به سهمیه فروش} = (\text{فروش واقعی} / \text{سهمیه فروش}) \times 100\%$$

۵. طول چرخه فروش

Sales Cycle Length

طول چرخه فروش میانگین زمان لازم برای بستن معامله را اندازه گیری می کند. این شاخص به شناسایی فرصت ها برای ساده سازی فرآیند فروش و بهبود کارایی کمک می کند.

طول چرخه فروش = کل زمان چرخه فروش / تعداد
معاملات

۶. هزینه جذب مشتری

Customer Acquisition Cost (CAC)

CAC هزینه کل جذب مشتری جدید را اندازه گیری می کند. این معیار به ارزیابی کارایی تلاش های فروش و بازاریابی کمک می کند.

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

۷. 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 KPI به ارزیابی ارزش بلند مدت مشتریان و بهینه سازی استراتژی های حفظ مشتری کمک می کند.

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

۸. نرخ برد فروش

Sales Win Rate

نرخ برد فروش درصد فرصت های فروش را که منجر به معاملات بسته شده می گردد، اندازه گیری می کند. این KPI نشان دهنده توانایی تیم فروش برای تبدیل سرنخ ها به مشتریان است.

نرخ برد فروش = (تعداد معاملات برنده شده / تعداد کل فرصت ها) $\times 100\%$

۹. رضایت مشتری

Customer Satisfaction

رضایت مشتری میزان رضایت مشتریان از فرآیند فروش و تجربه کلی مشتری را اندازه گیری می کند. این شاخص نشان دهنده کیفیت تعاملات مشتری و پتانسیل برای تکرار تجارت است.

معمولاً از طریق نظرسنجی‌های رضایت مشتری
اندازه‌گیری می‌شود.

۱۰. بهره‌وری نماینده فروش

Sales Rep Productivity

بهره‌وری نماینده فروش، کارایی فردی نمایندگان فروش را اندازه‌گیری می‌کند. این KPI به شناسایی عملکردهای برتر و زمینه‌های بهبود کمک می‌کند.

بهره‌وری نماینده فروش = درآمد حاصل از فروش / تعداد
ساعات فروش

تهیه شده در ریرا



ممنون از توجه شما